



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL
Y DERECHO

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA: Cultura organizacional como factor de competitividad en los
MIPYMES del sector de exportación de banano de la ciudad de Milagro

Autores:

Sra. Amanda Mishael Gallegos Lituma

Tutor:

MAE. SOLIS GRANDA LUIS EDUARDO

Milagro, Octubre 2019
ECUADOR

DERECHO DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

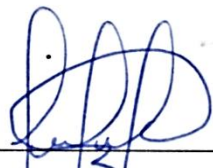
Presente.

Yo, **AMANDA MISHAEL GALLEGOS LITUMA** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Proyecto de Investigación modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Proyecto de Investigación realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 29 de octubre de 2019




AMANDA MISHAEL GALLEGOS LITUMA

Autor 1

C.I: 094035467-3

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo, **MAE. SOLIS GRANDA LUIS EDUARDO** en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación, elaborado por la estudiante **AMANDA AMISHAEL GALLEGOS LITUMA** y cuyo tema de trabajo de Titulación es **CULTURA ORGANIZACIONAL COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD EN LOS MIPYMES DEL SECTOR DE EXPORTACIÓN DE BANANO DE LA CIUDAD DE MILAGRO**, que aporta a la Línea de Investigación **MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD** previo a la obtención del Grado **INGENIERA COMERCIAL** ; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Proyecto de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro.



Milagro, 29 de octubre de 2019

SOLIS GRANDA LUIS EDUARDO
Tutor
C.I: 091703224-5

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

MAE. SOLIS GRANDA LUIS EDUARDO

Mgtr. YANCE CARVAJAL CARLOS LEONIDAS

Mgtr. LEON GARCIA KAREN CATHERINE

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERA COMERCIAL Presentado por la estudiante AMANDA MISHAEL GALLEGOS LITUMA

Con el tema de trabajo de Titulación: **Cultura organizacional como factor de competitividad en los MIPYMES del sector de exportación de banano de la ciudad de Milagro.**

Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

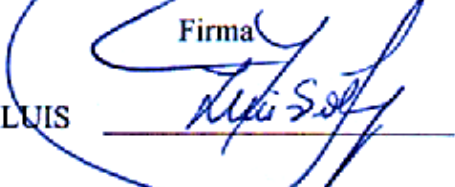
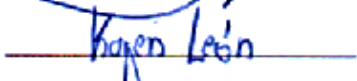

Estructura	[60]
Defensa oral	[40]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)

Aprobado

Fecha: 29 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos			Firma
Presidente	SOLIS EDUARDO	GRANDA	LUIS	
Secretario (a)	LEON CATHERINE	GARCIA	KAREN	
Integrante	YANCE LEONIDAS	CARVAJAL	CARLOS	

AGRADECIMIENTO

Quiero empezar agradeciendo primero a Dios por darme la oportunidad de culminar con uno de los sueños más importantes, a mi segunda casa la institución que puso en camino a docente dispuestos a impartir sus conocimientos día a día de la mejor manera, a quienes con cada palabra me hicieron sentir su apoyo.

Sin duda alguna a mis padres por el apoyo incondicional, por ser mi ejemplo, mi guía y el pilar más importante para concluir esta meta, y a ti hija mía por ser mi motor y darme la fuerza que necesito para superarme cada día más.

Gracias a mi compañero de vida Michael Freire por compartir mis triunfos y mis derrotas, gracias por tu dedicación y entrega por ser partícipe de ésta maravillosa etapa.

ÍNDICE GENERAL

DERECHO DE AUTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
RESUMEN	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN	3
Breve descripción de los antecedentes.....	3
Objetivos de la investigación.....	5
Objetivo General	5
Objetivo Específicos.....	5
Justificación	6
CAPÍTULO 1	8
MARCO TEÓRICO	8
MIPYMES en el Ecuador	8
Bases Teóricas	10
Marco Legal de las PYMES	10
Obligaciones	11
Ley de Comercio Exterior e Inversiones.....	11
Marco Institucional de las PYMES	12
Características de las PYMES	13
Debilidades de las Pymes	14
Competitividad	14
Competitividad	14
Estrategia competitiva.....	15
Crecimiento de las MIPYMES en el Ecuador	15
Particularidades de las PYMES	16
Virtudes.....	17
Mercado.....	19
Mercado Local	20

Mercado Internacional.....	20
Código de la Producción para las Pymes.....	21
Factores que afectan la internacionalización de las MIPYMES	22
Cultura organizacional	26
Antecedentes Referenciales	27
Conclusión	30
CAPÍTULO 2.....	31
METODOLOGIA	31
TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	31
TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	32
Diseño.....	32
Métodos Teóricos	32
Delimitación temporal.....	33
Delimitación demográfica.....	33
Población y Muestra.....	33
Tamaño de la muestra	34
Hipótesis	34
Variables y objetivos	34
Operacionalización de las Variables	34
CAPÍTULO 3.....	37
RESULTADOS OBTENIDOS.....	37
Caracterización de la población o muestra.....	37
Tamaño de la muestra	37
ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA EN EL CANTON MILAGRO	37
Análisis	44
RESULTADOS.....	47
CAPÍTULO 4.....	48
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	48
CONCLUSIONES.....	48
RECOMENDACIONES	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	52
ANEXOS	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.

Cultura Organizacional..... 38

Tabla 2.

Competitividad de Empresa..... 39

Tabla 3.

Cultura Organizacional de la empresa.....40

Tabla 4.

Fomentar negocio41

Tabla 5.

Negocio Productivo 42

Tabla 6.

Dirigir los Mipymes..... 43

Tabla 7.

Negocio Competitivo..... 44

Tabla 8.

Empleados mipymes 45

Tabla 9.

Organización..... 46

Cultura organizacional como factor de competitividad en los MIPYMES del sector de exportación de banano de la ciudad de Milagro

RESUMEN

La actividad bananera en el Ecuador desde sus inicios ha sido fundamental para el desarrollo económico y social del país, a través de la producción y comercialización de banano se ha generado fuentes de empleo y de ingresos al país. Por tal motivo se plantea la presente investigación denominada “Cultura organizacional como factor de competitividad en los MIPYMES del sector de exportación de banano de la ciudad de Milagro”, donde se pretende analizar la competitividad que existe en las MIPYMES de este sector sumamente importante para nuestro país especialmente en la ciudad de Milagro

En la presente investigación se analizaron aspectos relevantes sobre el impacto que tiene la cultura organizacional como factor de competitividad; para lo cual se aplicó la técnica de la encuesta para el levantamiento de información, a través de preguntas a los colaboradores a 27 MIPYMES dedicadas a la producción, comercialización y exportación de banano.

De acuerdo a los resultados obtenidos se reveló que este tipo de MIPYMES tienen un clima organización con bajo nivel de favorabilidad y además se observó que estas empresas necesitan implementar una gestión de procesos.

PALABRAS CLAVE: Cultura Organizacional, Competitividad, Comercialización, Banano

Cultura organizacional como factor de competitividad en los MIPYMES del sector de exportación de banano de la ciudad de Milagro

ABSTRACT

Banana activity in Ecuador since its inception has been fundamental for the economic and social development of the country, through the production and marketing of bananas, sources of employment and income have been generated in the country. For this reason, the present research called "Organizational culture as a factor of competitiveness in the MSMEs of the banana export sector of the city of Milagro" is proposed, where it is intended to analyze the competitiveness that exists in the MSMEs of this extremely important sector for our country especially in the city of Milagro.

This research analysed relevant aspects of the impact of organizational culture as a competitiveness factor; for which the survey technique for the survey for the survey was applied, through questions to the collaborators to 27 MSMEs dedicated to the production, marketing and export of bananas.

According to the results obtained it was revealed that this type of MSMEs have a climate organization with low level of favorability and it was also observed that these companies need to implement process management.

KEY WORDS: Organizational Culture, Competitiveness, Marketing, Banana

INTRODUCCIÓN

Breve descripción de los antecedentes

Hoy en día la cultura y el desempeño laboral constituyen la base de un buen funcionamiento organizacional.

La cultura organizacional tiene un papel clave en las pequeñas, medianas y grandes empresas, debido a que ésta repercute en el comportamiento y la productividad de los trabajadores.

Las mipymes dedicadas al sector de exportación de banano de la ciudad de Milagro, no se escapan de estos procesos de cultura organizacional como factor de competitividad y se considera que,- debe ser prioridad para ellos su aplicación.

Es conocido que el banano, luego del petróleo, es el principal producto de mayor exportación (Uquillas Carlos, n.d.) Esto origina que más agricultores se dediquen a cultivar banano y por ende lo venden para su exportación, originando índices de competencia entre ellos.

En la actualidad debido a la globalización se percibe una competencia intensa provocando que países proveedores de materias primas elaboren estrategias industriales que les permitan obtener ventajas comparativas en el mercado internacional y así lograr el posicionamiento de sus productos. Es así como la competitividad se entiende a la forma como se presenta el país en el mercado mundial y la forma como este mantiene un nivel elevado de la vida de sus habitantes. Teniendo en cuenta estos antecedentes y la apertura económica que se ha desarrollado, se busca escudriñar la cultura organizacional como factor de competitividad en los MIPYMES del sector de exportación de la ciudad de Milagro en relación con el mercado mundial.

No se ha determinado a la cultura organizacional como factor de competitividad dentro de los MIPYMES del sector bananero, tanto es así que no se ha determinado la incidencia en la gestión total de la empresa, sin que el colaborador no conozca el lugar que ocupa dentro del organigrama de la organización, mismo que de acuerdo a los niveles jerárquicos puedan llegar al cumplimiento de objetivos, propósitos y políticas de la organización.

Según lo indicado por (Santeli M., 2015) “También se han caracterizado por ser uno de los casos centrales de estudios de investigación a nivel internacional”. Para corroborar esta idea según los autores (Ferraro, C., & Stumpo, G. , 2010) definen lo siguiente: “Las empresas que cuentan con poco capital, y no más de 10 colaboradores se han convertido en los principales generadores de la economía interna de un país, tanto en la generación de empleo como de la presentación y comercialización de productos” .

En América Latina, especialmente en los países de Sur América hay un importante desarrollo de MIPYMES por lo tanto cada país plantea un significado diferente al momento de su clasificación. En algunos países se rigen por los factores de empleo, ventas, facturación y activos (Saavedra, M., & Hernandez, 2010). Siendo que Latinoamérica es una de las regiones que tiene mayor índice de relevancia en relación con los actores que representan un gran aporte para el desarrollo empresarial. Las MIPYMES en esta región representa un porcentaje entre el 95 y el 99% de igual manera existe ciertos términos importantes enfocados en la poca exportación directa, baja producción y menor índice de empleo (Sela, 2014).

Sin embargo, la organización internacional del trabajo señala que las MIPYMES son las que generan mayor empleo en la región fundamentadas de acuerdo con su clasificación, se estima que existen alrededor de 10 millones de Microempresas y cerca de 1 millón entre pequeña y mediana empresas. Sin embargo, existe un factor que recientemente ha generado una baja productividad en las MIPYMES, esto hace referencia tanto a la magnitud en términos de nivel sectorial como empresarial (OIT, 2015). Según estudios fundamentados en definiciones nacionales las empresas con índices de baja productividad obtenían niveles de rendimiento correspondiente al 6% semejante al nivel de empresas grandes, de igual modo el sector intermedio mostraba niveles de productividad correspondientes al 22% del rendimiento productivo de las grandes (OIT, 2015).

Por otra parte, la Ministra de Industria relató que las MIPYMES ecuatorianas tienen una gran participación en dicha economía porque en el país existe una

importante concentración de empresas y además tienen presencia en los sectores de manufactura, comercio y construcción (El Telegrafo, 2016).

No obstante, estos sectores también tienen participación en la distribución de contratación pública, esta lista está encabezada por el sector de la construcción con un 51% del total de contratación pública del año 2013 (SNCP, 2014, p.13). Respecto al proyecto para el fomento de las MIPYMES ecuatorianas realizado por la subsecretaría de MIPYMES define que las MIPYMES son piezas fundamentales para el desarrollo del país por lo tanto la micro empresa cubre el 43% mientras que la mediana y pequeña empresa genera el 14 y 4.2 % correspondientemente, lo cual abarca el total del 60 % que es del área urbana según la población económicamente activa.

La capacidad de generar empleo es notablemente activa y la movilización de activos constituye un dinamismo esencial en diferentes sectores (INEC, 2010).

En la actualidad la competitividad de banano ha adquirido gran importancia como una alternativa rentable en las exportaciones ecuatorianas. Es decir que cada vez se tiene más demanda en mercados extranjeros siendo esto un poco inaccesible por exigencias de normativas y de los cuales las empresas no tienen un enfoque amplio sobre competitividad sostenible o calidad ambiental.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Estudiar la cultura organizacional de MIPYMES del sector exportador de banano en la ciudad de Milagro para determinar su incidencia en competitividad y productividad del sector.

Objetivo Específicos

Recolectar diferentes tipos de información como son la competitividad, productividad de MIPYMES del sector exportador de banano del cantón Milagro.

Realizar investigación in situ a fin de permitir la recolección de la información cuantitativa y cualitativa en la que se pondrá en manifiesto la organización interna de las MIPYMES del sector exportador de banano del cantón Milagro.

Determinar estrategias de competitividad para las MIPYMES de la ciudad de Milagro hacia mercados sostenibles.

Justificación

A lo largo de los últimos años, la competitividad se ha intensificado de forma espectacular en todos los ámbitos de negocios. Bajo este contexto el sector de exportación de banano también está dentro de este escenario de competitividad, y en especial las mipymes de la ciudad de Milagro, los cuales en los últimos años han crecido, lo que quiere decir que deben competir para aportar valor para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Dentro de éste mercado ya no resulta tan válido tener trabajadores satisfechos en sus lugares de trabajo lo cual origina mayor productividad y por ende más ventas.

Así también se justifica porque permite el estudio amplio de factores como la competitividad gestión de MIPYMES relacionado a la cultura organizacional con respecto sector exportador de banano en el Cantón Milagro, pudiendo visitar cada una de las MIPYMES tomando información palpable del proceso de producción de este importante sector, por otra parte se aplica métodos que permite el uso de técnicas e instrumentos estadísticos a fin de obtener resultados cuantitativos dando resultados importantes para esta investigación.

Me permito justificar esta investigación puesto que el tema que se está investigando es importante para las MIPYMES dedicadas a la comercialización, producción y exportación del banano, así mismo, a estas empresas que deben tener una Cultura Organizacional a través de sus empleados, sin los empleados no podrían salir adelante porque así sea uno que colabore, esta una persona es quien ayuda a empresarios con las ventas y llevar un mejor control del producto. Es por esta razón que se justifica el tema y la investigación.

Así también se justifica por que la cultura organizacional es un elemento clave para el desarrollo especialmente de las MIPYMES, siendo esta una determinante en la competitividad de los empleados y de la empresa, siendo así que el clima organizacional debe ser evaluado, y de acuerdo a los resultados aplicar medidas preventivas, y correctivas utilizando estrategias que ayuden al crecimiento de la empresa y de sus colaboradores, a través del clima organizacional, iniciativa, crecimiento y emprendimiento.

Siendo que la cultura organizacional se considera como el factor de éxito de las empresas y en la presente investigación se pondrá en manifiesto este factor sumamente importante dentro de la vida de una empresa, especialmente en las MIPYMES.

Es así que la investigación de la cultura organizacional es fundamental para las MIPYMES, siendo que de ella dependería el crecimiento, satisfacción de los trabajadores, siendo preciso que este estudio puede identificar si es preciso fortalecer la cultura.

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

Para tener un mejor entendimiento acerca de las mipymes, el mercado y la cultura organizacional, es importante revisar algunos conceptos y demás información expuesta por diferentes autores.

MIPYMES en el Ecuador

Durante 1948 a 1965 la economía ecuatoriana se encontraba bajo los efectos del auge bananero; su nivel de exportaciones generó las suficientes divisas para financiar el modelo de industrialización sustitutivo de importaciones, el cual buscaba eliminar la importación de bienes de consumo e intermedios y erradicar el modelo Agroexportador de productos primarios, mediante la demanda interna para que sea ésta la generadora de una alta capacidad de empleo y valor agregado.

Se buscaba lograr el crecimiento vía expansión industrial, se consideró a la industria como sector dinámico, empleador de abundante capital, que a la larga se constituiría como medio ineludible de abastecimiento de la producción interna. “La nueva demanda que se forme por la expansión de los ingresos debía satisfacerse por medidas importaciones de tal forma que se logre equilibrar las necesidades y la capacidad de importar a fin de preservar el equilibrio en la balanza de pagos”. Según (Uquillas Carlos).

En la actualidad debido a la globalización se percibe una competencia intensa provocando que países proveedores de materias primas elaboren estrategias industriales que les permitan obtener ventajas comparativas en el mercado Internacional y así lograr el posicionamiento de sus productos.

Es así como la competitividad se entiende como la capacidad de un país para exponerse en el mercado externo y mantener o elevar el nivel de vida de su población. Menciona (Fajnzylber, 1988).

El banano ecuatoriano es uno de los más exportados, encontrándose en el top 5 de los países exportadores de banano. Según datos de (Trade Map).

Para poder instaurar un Estado moderno era necesario adoptar políticas de protección e incentivo a la industria, por lo que se estableció leyes encaminadas al fomento industrial y al fomento de la pequeña industria.

Durante esta etapa se vivió un periodo de prosperidad, estabilidad y desarrollo económico, se desarrolló la industria, se modernizaron las ciudades, se amplió la cobertura de servicios públicos, se mejoró el nivel de vida de la población.

A partir de la década de 1950 se establecieron las primeras pymes, estas en su mayoría se crearon con una estructura cerrada, de origen familiar, “dedicadas principalmente a actividades como: textil y confecciones, cuero y calzado, papel e imprenta y minerales no metálicos [...] pues es en estas actividades donde precisamente habrían tenido mayor posibilidad de establecerse los pequeños talleres personales y familiares (MICIP, 2002).

En 1972 el petróleo constituyó el principal rubro de exportación del país, se intensificó el proceso de industrialización sin embargo “el proteccionismo estatal creó un sector industrial poco competitivo que no permitió que se desarrolle el mercado y que los empresarios conduzcan su preocupación por mejorar la productividad y competitividad” (Uquillas Carlos), como resultado se continuó exportando productos primarios y el sector industrial no tuvo el suficiente desarrollo para ofrecer al mercado externo productos con mayor valor agregado.

Esta época de prosperidad fue interrumpido en 1982 cuando el Ecuador debe enfrentar diversos inconvenientes como: no poder cumplir con el servicio de la deuda externa y verse obligado a declararse en mora, se registra un saldo negativo en la balanza pagos, existe déficit presupuestario y la Reserva Monetaria Internacional sufre una profunda caída, esto junto a otros fenómenos acumulados dan origen a las crisis económica de los 80, provocando una grave recesión económica que llevó al deterioro de los ingresos familiares.

Bases Teóricas

Marco Legal de las PYMES

Durante el periodo comprendido entre el año 2005 al año 2009, estuvieron vigentes:

- Ley de Fomento de la Pequeña Industria
- Ley de Comercio Exterior e Inversiones

Las mencionadas normativas estaban relacionadas con el sector Pymes, sin embargo a partir del 22 de diciembre del 2010, entró en vigencia el Código de Producción, Comercio e Inversión, el cual deja sin efecto la vigencia de las mencionadas leyes.

Sin embargo debido a que el presente estudio ha establecido como lineamiento temporal el periodo comprendido entre el año 2005 al 2009, he creído conveniente el mencionar en qué consistían las mencionadas leyes.

En el Ecuador no existe una normativa específica para el sector Pyme, a continuación se menciona las leyes relacionadas con este sector:

Ley de Fomento de la Pequeña Industria:

Fue expedida el 20 de agosto de 1973, bajo decreto N°921 y publicada en Registro Oficial N° 372, en el gobierno del General Guillermo Rodríguez Lara.

En términos generales esta ley establece: *“Se considera Pequeña Industria a la que, con predominio de la operación de la maquinaria sobre la manual, se dedique a actividades de transformación, inclusive de forma, de materias primas o de productos semielaborados, en artículos finales o intermedios y siempre que su activo fijo, excluyendo terrenos y edificaciones, no sea mayor a 350000 dólares (monto de activos fijos reformados en Acuerdo 03 399, R.O. 151, 20-VIII-2003)”* (Ley de Fomento de la pequeña Industria, 2012).

El Ministerio de Industrias y Productividad tiene como eje prioritario el apoyo y acompañamiento a los micro, pequeños y medianos empresarios para lo cual busca el desarrollar y ejecutar Programas de Fomento para estos sectores.

Obligaciones

Las obligaciones del Ministerio de Industrias y Productividad son:

- Controlar y exigir el cumplimiento de los compromisos contraídos por talleres, uniones de artesanos y pequeños industriales, que gocen de los beneficios concedidos por esta Ley.
- Llevar los libros y registros respectivos.
- Realizar las inspecciones y comprobaciones que fueren necesarias para la correcta aplicación de la ley.

Para los beneficiarios sus principales obligaciones consisten en:

- Entregar en forma periódica u ocasional la información solicitada por el Ministerio de Industrias y Productividad. Esta información consiste principalmente en registros contables, legalidad de permisos y documentación referente a la importación de maquinaria, materia prima, equipos, herramientas, etc.
- Colaborar con la inspección o comprobación que ejecuten los funcionarios del Ministerio de Industrias y Productividad al establecimiento.

Ley de Comercio Exterior e Inversiones

Ley publicada en Registro Oficial N° 82, del 9 de junio de 1997.

- La mencionada ley tiene como objetivo principal normar y promover el comercio exterior y la inversión directa en el país.

- El Estado establecerá las políticas y disposiciones pertinentes para el logro de este objetivo; estas deben fundamentalmente promover los siguientes aspectos:
- Promover el crecimiento y diversificación de las exportaciones de bienes, servicios y tecnología para lograr un ritmo creciente y sostenido que desarrollan el país.
- Aprovechar las oportunidades que brinda el comercio mundial en cuanto a tecnología, maquinaria, y otros servicios que beneficien a de la producción exportable del País.
- Velar que el país participe en el escenario internacional conforme a prácticas leales y equitativas de libertad de comercio.
- Promover la inversión directa a través de estímulos e incentivos, así como el desarrollo de procesos de integración y el establecimiento de acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales que amplíen la inversión y faciliten las transacciones externas del País
- Asegurar la necesaria coherencia entre las políticas de comercio exterior y las políticas fiscal, arancelaria, monetaria, crediticia, cambiaria y de desarrollo económico - social y los correspondientes regímenes normativos.

Las exportaciones están exoneradas de todo impuesto, salvo las de hidrocarburos.” (Ley de Comercio Exterior e Inversiones, 1997).

Marco Institucional de las PYMES

A lo largo de la existencia de las PYMES en el Ecuador no se ha dotado de un marco institucional estable que provean de una base sólida para el impulso de las PYMES en el país, sin embargo durante el periodo comprendido entre el año 2005 y 2009 las PYMES se encuentran amparadas bajo: (Hidalgo R. , 2014).

- El Ministerio de Industrias y Productividad –MIPRO-, el cual tiene como función el apoyo y acompañamiento a este sector a través de la Subsecretaría de MYPYMES y Artesanías. Este acompañamiento está dirigido en cuatro ejes principales: Asistencia Técnica, Apoyo a la inversión en equipamiento productivo, Apoyo al Desarrollo Comercial y el acceso a mercados y Mejora del Talento humano dentro o fuera del territorio nacional.

- Corporación Financiera Nacional –CFN, Institución financiera pública orientada a promover al sector productivo con especial atención a la micro y pequeña empresa apoyándoles adicionalmente en programas de capacitación, asistencia técnica y firma de convenios interinstitucionales para el fomento productivo.

- Consejo Nacional de la Calidad–CONCAL- es el máximo órgano regulador, encargado de la definición de políticas del Sistema Ecuatoriano de Calidad.

Características de las PYMES

Carácter emprendedor: Las pymes constituyen en semillero de emprendimiento donde sus directivos deben ser generadores de nuevas propuestas e ideas novedosas para sobrevivir en un mercado cada vez más competitivo donde debido a su estructura pueden ser más vulnerables a los cambios en el macro entorno en el que se desenvuelven.

Innovadoras y Creativas: fomentan la especialización y diferenciación de productos acorde a las exigencias del mercado, de tal manera que les permita sobresalir a sus competidores.

Principales empleadoras de Mano de Obra: representan un importante agente de contratación laboral.

Sostén de Demanda: como contraprestación al trabajo se abonan salarios, los cuales se traducen en poder de compra y dan vida a nuevos negocios. A pesar de que su productividad es baja esto se compensa por la dinámica que provocan.

Volatilidad: Las pymes presentan una alta tasa de mortalidad debido a que al nacer de una idea nueva, experimenta en el mercado y tiene una alta posibilidad al fracaso.

Sensibilidad al entorno negativo: es más susceptible a los cambios repentinos de política económica, competencia agresiva, aceleración de la carrera tecnológica, repentinos cambios en los distintos escenarios.

Baja Productividad debido a su volumen y atraso tecnológico producen en menor escala que las grandes empresas.

Debilidades de las Pymes

Las debilidades de las pymes son principalmente la falta de conocimiento en el ámbito empresarial, la falta de capital o liquidez para crecer, insuficiente maquinaria y/o tecnología para sus procesos productivos, contables y administrativos, dificultad para competir con grandes empresa multinacionales, falta de asesoría y programas específicos para pymes, entre otras.

Competitividad

Según Michael Porter, el primero en armar y esquematizar un cuerpo teórico en relación con el concepto de competitividad, esta se refiere en: “La capacidad para equilibrar y aumentar la participación en los mercados internacionales, con un alza paralela del nivel de vida de la sociedad”. La única vía estable para conseguirlo se fundamenta en el aumento de la productividad (Suñol, 2010).

Competitividad

Sostenible Según Coyne Kevin la competitividad sostenible se vincula a las funciones de la empresa para establecer y sostener las ventajas a largo plazo.

La ventaja competitiva sostenible se ve perjudicada por tres factores: el volumen del mercado meta, accesibilidad a recursos y clientes, y límites al dominio de los competidores (Saldaña A.Z., 2014).

Estrategia competitiva

Según Porter (Porter, Estrategia competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y la competencia, 1995) “la competitividad en el entorno de la estrategia competitiva. Esta estrategia competitiva se refleja como la precisión de la postura de una empresa en un ambiente competitivo. El propósito de la estrategia competitiva es conseguir información sobre el mercado por medio de la percepción y el pronóstico de los factores económicos, propiamente del comportamiento de otros competidores” (Porter, M. , 1995).

Crecimiento de las MIPYMES en el Ecuador

Las micro, pequeña y mediana empresas son proveedoras de productos o materia prima para las grandes empresas que ocupan mercados competitivos. En la actualidad los productores pretenden llegar a exportar directamente a sus compradores o formar parte de la cadena de suministro de una corporación nacional en efecto los sectores que más resaltan y tienen potencial para llegar a mercados competitivos son el sector textil, alimento, madera, calzado entre otros.

Las MIPYMES estimulan la economía de un país por lo que genera empleo y estabilidad política gubernamental esto implica que los costos sean bajos, este sector se enfoca más en el uso de materias primas.

Existe cierta desventaja que debe enfrentar el empresario con las grandes empresas que llevan años establecidas en el mercado local como del exterior.

Esta empresa tiene mejor gestión en su productividad por lo que cuentan con mejor mano de obra calificada y equipos tecnológicos. Es necesarios que las MIPYMES implementen mejores programas así obtener desarrollo sostenible y por la tanto mejorar la calidad de los productos. (Lideres., 2015).

Las MIPYMES en el Ecuador se centran en actividades de comercio, industrial y de servicios en las cuales cada día innovan para fortalecer la economía del país. Según el instituto nacional de censo y estadísticas (INEC) detalla que las características de la MIPYMES en su gran mayoría son de patrimonio familiar, la aplicación de tecnología es baja, poca productividad y capacidad de ahorro, poco acceso a fuentes de financiamiento.

Según el Instituto nacional de estadística y censo clasifica a las MIPYMES de la siguiente forma: micro empresas las que tienen de 1 a 9 trabajadores, la pequeña empresa es las que tiene de 10 a 49 empleados, la mediana empresa está constituida por 50 a 199 trabajadores y la grande empresa tiene más de 200 empleados. En el año 2011 las MIPYMES tuvieron una participación del 84% del total de negocios. Las grandes empresas tuvieron un 15%, las MIPYMES aportan el 13% del producto interno bruto y la gran industria el 87%. (ance, C., Solis, L., Burgos, I., & Hermida, L., 2017).

Crecimiento de las empresas

Criterio	Muy pequeñas	Pequeñas	Medianas	Grandes
N. de trabajadores	0-19	20-99	100-499	500 a +

Particularidades de las PYMES

Las PYMES son volátiles, dado que las empresas nacen pequeñas y los decesos se producen generalmente en los primeros momentos de vida. Un corte muestra que la mayoría son jóvenes y están conducidas por sus fundadores.

El primer momento de la verdad de todas las empresas es el choque de las ideas pergeñadas por su creador y el punto de vista de los clientes. Si no cuadra, se produce el deceso. Sorteado ese momento, es muy probable que la creación tenga muchas posibilidades de subsistir, salvo que se produzcan situaciones derivadas de la imposibilidad de los directivos para acompañar la evolución de la compañía, o catástrofes macroeconómicas a las que estamos tan acostumbrados.

La mayoría de las firmas menores son independientes, aunque las pequeñas comenzaron a integrarse a redes y las grandes han abordado procesos de desmembramiento para lograr mayor velocidad o capacidad de adaptación del cambio.

Las PYMES, por lo común, son propiedad de las familias, que también las gestionan.

Virtudes

Flexibilidad.- Su organización pequeña y dinámica les otorga elasticidad para amoldarse al actual ambiente incierto y cambiante. Los países con un sólido entramado de empresas pequeñas, tienen mayor capacidad para avenirse a los cambios del entorno. Por eso, en los últimos tiempos crecieron más que las grandes. En este contexto, sólo lo maleable puede sostenerse, por lo que las PYMES se convierten en pilar fundamental de la arquitectura productiva. Esta virtud es una potencialidad, no por ser pequeño se es flexible, pero son mayores las posibilidades de serlo.

Carácter Pionero.- Revitalizan a la sociedad con sus emprendimientos novedosos; se inician con una idea, producto o forma de hacer las cosas.

Proveedoras de bienes y servicios.- Para los consumidores que logran mayor eficiencia a través de la delegación de aspectos sensibles o no manejables de su proceso productivo.

Innovadoras y creativas.- Alimentan la especialización y diferenciación de productos acordes a las exigencias. Muchas creaciones innovadoras nacen en pequeños talleres y laboratorios. De esa forma, las PYMES dinamizan la economía.

Guardia del equilibrio de la sociedad.- Son resguardo del equilibrio y crecimiento sostenido de la economía, imprescindibles para integrar a las personas al sistema. Al atemperar la concentración económica posibilitan un cierto orden positivo en la distribución de la renta, condición necesaria del desarrollo.

Principales empleadores de mano de obra.- Es el más potente agente de contratación laboral que existe en la sociedad. Todos los países descansan en la fuerza de trabajo de las organizaciones pequeñas.

Sostén de la demanda.- Como contraprestación al trabajo se abonan salarios que se traducen en poder de compra, y dan vida a nuevos negocios. Cuando se destruyen PYMES se debilita la demanda, se cierra establecimientos, y se abre un proceso de realimentación que esparce y generaliza la miseria.

Contribuyentes al sostenimiento del Estado.- Aportan al fisco de manera directa o indirecta.

Permiten el equilibrio regional.- La influencia de una red PYME diversificada y extendida geográficamente constituye un aporte esencial para lograr la integración territorial.

Ayudan a la movilidad social de los ciudadanos.- Muchos obreros y empleados se independizan, abriendo sus propios talleres u oficinas.

Aportan productividad global.- Su baja competitividad es compensada por la dinámica que provocan. Los cambios en la productividad ocurren porque las firmas que mejoran su desempeño se expanden y desplazan a las de menor eficiencia, y las que ingresan reemplazan a las que salen. Siendo las PYMES las que explica la mayor parte de las entradas y salidas, podemos inferir que son los mayores contribuyentes al crecimiento de la productividad agregada, aun cuando su nivel de productividad sea menor que el de una grande.

Mercado

Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo determinado que se puede satisfacer mediante intercambios y relaciones. Así, el tamaño de un mercado depende del número de personas que sientan la necesidad, cuentan con los recursos para hacer un intercambio, y están dispuestas a ofrecer dichos recursos a cambio de lo que desean.

Originalmente, el término mercado se aplicó al lugar donde compradores y vendedores se reunían para intercambiar sus bienes, digamos la plaza de un pueblo. Los economistas usan el término mercado para referirse a un conjunto de compradores y vendedores que realizan transacciones con una clase determinada de productos, como el mercado de la vivienda o el mercado de granos.

Las economías modernas operan con base en el principio de división del trabajo, según el cual cada persona se especializa en la producción de algo, recibe un pago, y compra lo que necesita con ese dinero. Así, en las economías modernas abundan los mercados. Los productores acuden a los mercados de recursos (de materias primas, de mano de obra, de dinero), adquieren recursos, los convierten en bienes y servicios, y los venden a intermediarios, los cuales los venden a los consumidores. Los consumidores venden su mano de obra, por lo que reciben ingresos con los que pagan los bienes y servicios que compran. El gobierno es otro mercado que desempeña varios papeles: compra bienes en el mercado de recursos, productores o intermediarios; los paga, grava esos mercados (incluidos los mercados de consumidores); y devuelven servicios públicos necesarios. Así,

la economía de cada nación, y la economía mundial consisten en conjuntos complejos de mercados de interacción que se vinculan mediante procesos de intercambio.

Mercado Local

Se entiende por mercado local el rango de acción comunal, municipal, regional y/o nacional. El mercado local puede darse de puerta a puerta, en tiendas, en mercados, hoteles y restaurantes, Ferias, Cooperativas de consumidores o en cadenas de supermercados.

El tipo de mercado que se utilice determinará la estrategia de comercialización. Por ejemplo en el relacionamiento con grandes supermercados es igual para productos orgánicos y convencionales, ellos no tienen consideraciones por ser el producto orgánico. El supermercado determina que productos quieren, cuando lo quieren y determinan los precios de compra. El mercado nacional hace referencia al resultado general de las ofertas y demandas de los bienes y servicios, generados e intercambiados dentro del espacio geográfico que comprende un país.

Mercado Internacional

El mercado internacional comprende las transacciones de ofertas y demandas de bienes y servicios que rebasan los marcos geográficos nacionales.

Se ha venido utilizando el término “mercado internacional” como sinónimo de capacidad de compra de bienes y servicios extranjeros, referida a diferentes contextos nacionales, que sumados podrían darnos el mercado mundial. En otro sentido, se pueden definir los mercados internacionales como los mecanismos institucionales que facilitan el intercambio entre países, o mundialmente, de las mercancías o de los servicios que son objeto de ese comercio internacional.

Así, mercancías de fácil movilización, cuyas calidades pueden identificarse y describirse claramente, que tienen ofertas independientes de numerosos productos y demandas variables, encuentran su precio internacional en mercados o bolsas internacionales de mercancías, en igual forma que se

establecen los precios nacionales con base del equilibrio en la oferta y la demanda mundial.

Código de la Producción para las Pymes

El nuevo Código de la Producción, dedica varias secciones para hablar de la importancia de las PYMES y a fomentar políticas económicas de ayuda para las PYMES del país. Las citaciones establecen lo siguiente: El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero.
- Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.
- Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de sector cada.
- Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional.

- Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES.
- Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia.
- Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES.
- Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES. (Alvarez C., 2009).

Factores que afectan la internacionalización de las MIPYMES

En la actualidad las micro, pequeñas y medianas empresas están ocasionando ciertos cambios o transformaciones en los mercados en cuanto a lo político, siendo que en los mercados internacionales se exigen normas de sostenibilidad (Mendoza, 2013,p.15).

Es indispensable saber que estos cambios provocan que los consumidores estén conscientes de los impactos ambientales y sociales que produce las decisiones en el mercado.

Mediante la creación de estas normas las compañías han establecido normas ambientales y sociales, incluso para los proveedores y por ellos los empresarios han tomado este reto del rendimiento ambiental como un elemento en la competitividad (Mendoza, 2013,p.15). Como ejemplo se consideran a los mercados de Europa y Estados Unidos que la demanda que tiene por las materias primas sostenibles con la condición de que cumplan con las normas de

sostenibilidad como las inversiones en productos y socialmente reduciendo los riesgos relacionados con los sectores productivos con el fin de mejorar oportunidades de desarrollo, para mejorar la eficiencia en el uso de suelo, fortalecer los sectores y cadenas productivas y aumentar la capacidad de resistencia a fenómenos climáticos(Mendoza, 2013,p.16).

Los factores de producción que componen en lo bienes y servicios son la mano de obra, el capital y la tecnología.

El uso de estos factores es muy indispensable para mejorar la competitividad nacional e internacional de las MIPYMES, por lo que en otros países han creado un programa para estas empresas cuyo objetivo es que la competitividad sostenible y tecnología aumente y pueda hacerles buen uso a los recursos y que tengan una mayor capacidad ante el acceso a los mercados (Quesada, Fournier, & Vargas, 2013).

Por lo que las micro, pequeñas y medianas empresas en Ecuador tienen un gran potencial para ocasionar productividad, empleo e ingresos lo que provocaría que sea un motor del desarrollo del país, logrando que tenga una buena participación en el mercado, pero se ha verificado que por el impacto que ha padecido la economía nacional en cuanto a lo operativo y organizacional se considera importante destacar algunas desventajas que tienen todas las MIPYMES (Quesada, Fournier, & Vargas, 2013).

:

- a) Difícil contratar personal con experiencia y capacitado en esta área y por no poder pagar con salario competitivo.
- b) Los planes o programas para la prevención ecológicas son débiles.
- c) No hay visión a largo plazo
- d) No cuentan con un plan de capacitación y desarrollo de personal
- e) Falta de organización, es decir pocas ventas, informalidad, poca competitividad.
- f) Desconfianza en los programas del Gobierno
- g) Falta de capacidad de combatir el impacto de la apertura a mercados.

Superar estos obstáculos requiere de la ayuda de las instituciones de entidades públicas, cámaras de producción y de las organizaciones de asistencia técnica como también capacitadores (Quesada, Fournier, & Vargas, 2013).

A pesar de las desventajas señaladas, las MIPYMES cuentan con otros tipos de inconvenientes más comunes que hacen que disminuya las exportaciones es que tiene como obstáculo el acceso a créditos, son falta de información, poco acceso a financiamientos y modernización de equipos tecnológicos tanto en el ámbito de producción (maquinaria) como el de medios de comunicación (teléfono, internet, laptop, etc.).

De acuerdo a la (Revista Lideres, 2015) indica lo siguiente: “También por la mala planificación al entrar a los mercados sustentables, por lo que provoca que no tenga una mayor articulación con entidades públicas como lo son PROECUADOR o el Ministerio de Inclusión Económica y social (MIES) debido a que no cuentas con los debidos conocimientos acerca de las certificaciones” (Revista Lideres, 2015).

Por ese motivo es que el gobierno nacional quiere insertar programas sobre talleres de sensibilización para las MIPYMES que aprovechen el uso esencial de los tics para así poder extenderse a más mercados internacionales.

Por lo que se enfatizó que los representantes de las MIPYMES deben obtener mayor conocimiento sobre estas herramientas para plantear estrategias que permitan tener una mejor negociación con clientes del exterior. La implementación de un observatorio de las Tic es un tema de importancia y que está en discusión para su desarrollo (Alaña, Capa, & Sotomayor, 2017).

Dentro de las falencias también encontramos la poca información, no obteniéndose estadísticas históricas y actualizadas, es decir que no permite tener conclusiones sobre la participación y evolución de las MIPYMES en el comercio exterior, lo que dificulta el diseño de estrategias para poder ingresar a las MIPYMES a los mercados internacionales (Burgos, Aguiar, Muñoz, & Gonzalez, 2012).

Sin embargo, en cuanto a los créditos, el gobierno nacional con colaboración de entidades bancarias desarrolla programas de apoyo hacia las MIPYMES haciendo mayor énfasis en el acceso a créditos bancario más flexibles, por lo que tomó la decisión de promover crédito productivo para los pequeños y medianos emprendedores que no cuentan con garantías indispensables o financiamiento en el sistema financiero privado que las empresas solicitan (Egas, 2017).

En la actualidad existen inconvenientes dentro de las MIPYMES como lo es la entrada o acceso a los mercados, la innovación, el no uso de tecnología avanzada, poca innovación calidad y asociatividad, pero también se plantearon soluciones para mejorar el funcionamiento de las MIPYMES por lo que está la creación de inteligencia Ecuador, micro franquicias, aumentar la colaboración en compras públicas, disminución de tasas, certificaciones, capacitaciones para mejoría de proceso productivo(Navarrete Baez, 2015).

Por lo que se dijo de precisar un acuerdo con las entidades públicas para el desarrollo de capacitaciones técnicas, también la creación de programas de mejoramiento en los procesos productivos para el incremento de la productividad de estas empresas; para ello deberá fortalecer los mecanismos de participación de las MIPYMES para poder eliminar los obstáculos que tiene las grandes empresas y así permanecer en los mercados internacionales (Navarrete Baez, 2015).

Algunas MIPYMES que son generadoras de valor agregado de baja productividad y competitividad a nivel nacional tanto internacional, son las que más requieren de ayuda pública y privada para mejorar los niveles productivos, debido a que no cuentan con conocimiento acerca de las herramientas o tácticas de mercadeo y promoción lo que provoca que no tengan buenos recursos económicos y la dificultades para acceder a mercados nacionales como internacionales y haya más importaciones, que exportaciones(Subsecretaria de Mypimes y Artesanías, 2013).

En la actualidad los mercados sustentables como lo es la Unión Europea quieren impulsar el proceso de desarrollo de estas unidades productivas por medio de capacitaciones dando a conocer lo que se necesita para algún trámite o proceso; la tecnología y mercados con el objetivo de ocasionar competitividad sostenible y viabilidad para internacionalizar las MIPYMES (Subsecretaria de Mypimes y Artesanias, 2013).

La razón por la que no cuenta con acceso a información del productor o agricultor es por no tener conocimiento del uso de internet y por la falta de recursos económicos para la inversión de mejoras en el proceso productivo con el fin de lograr una gran participación en el mercado nacional e internacional (Subsecretaria de Mypimes y Artesanias, 2013).

Cultura organizacional

La cultura organizacional fue descrita por Mirón, Erez y Naveh (2004) “como un conjunto de costumbres, valores compartidos que practican los miembros de una organización, esta forma común de pensar y desarrollarse del equipo de trabajo de una empresa, considerando que esta cultura depende del nivel de homogeneidad de los miembros de sus percepciones y creencias” (Mirón, E., Erez, M., & Naveh, E. , 2004).

Ul Hassan, Shaukat, Shakeel y Imran (2012) enfatizaron que “la cultura organizacional está compuesta por varios determinantes tales como: la misión, los valores, el aprendizaje organizacional y el empowerment, la preocupación por los empleados y la confianza, considerando los de mayor incidencia los valores, el aprendizaje organizacional y el empowerment” (Ul Hassan, M., Shaukat, S., Shakeel, M., & Imran, M. , 2012).

En cambio Saari y Judge (2004) señalaron que la cultura de un país está situada en la organización , es decir, se convierte como una fuerte predictor para analizar las actitudes que tiene un empleado sobre la institución donde trabajo, para Markovits, Davis y Van Dick (2007) “la cultura del sector en el que se encuentra una organización influye en la satisfacción del trabajo”, mientras que

Park, Baker, y Lee (2008) mencionaron que “cada rubro al que se dedica la organización lo relacionan con la satisfacción laboral de los empleados. Es por ello, para ciertas empresas implementar una cultura organizacional dentro de sus instituciones representa un papel primordial para determinar o medir el éxito o fracaso” (Martins, E., Terblanche, F, 2003).

Antecedentes Referenciales

A continuación presento algunos estudios realizados sobre las diferentes temáticas analizadas en este trabajo de investigación.

En el presente trabajo de investigación titulado, “Caracterización Competitividad y Gestión De Calidad En Las MYPE Rubro Banano Orgánico En Tumbes, 2016”; estableció como objetivo general de investigación Determinar las principales características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPES rubro banano orgánico en Tumbes, 2016, se planteó la metodología de tipo descriptivo con un nivel cuantitativo y de un diseño no experimental con un corte transversal, de acuerdo a las dos variables que son la competitividad y gestión de Calidad tiene un impacto positivo en la comercialización del Banano Orgánico en la Región de Tumbes, 2016, contando con una población de 81 y cuya muestra fue de 40 personas; técnica, encuesta y el instrumento cuestionario con preguntas cerradas del cual fue tabulada y sistematizados para culminar en el análisis de los resultados y su discusión, pudimos concluir que el 58% si tiene conocimiento de ideas innovadoras para aumentar su competitividad, asimismo el 43 % no tiene conocimiento de ello.

Observamos que el 48 % de trabajadores a través de la lluvia de ideas dan solución a sus problemas, así como 45% aporta al mejoramiento del crecimiento dentro de la gestión el 33%mejoramiento de infraestructura y el 23% mejoramiento de producción utilizada. Por lo que se concluye que es importante tener presente los factores de competitividad para así lograr una buena gestión de calidad.

En base a lo revisado en el trabajo al resumen de la tesis **CARACTERIZACIÓN COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO BANANO ORGÁNICO EN TUMBES (CRUZ MERINO YOSELYN FAVIOLA)**

Análisis

Con respecto a los antecedentes referenciales, se puede deducir lo siguiente: sobre “La caracterización competitividad y Gestión de calidad en los MYPE rubro banano Orgánico en Tumbes 2016” se puede decir que: el banano es un cultivo tradicional, que hasta poco tiempo solo se orientaba al mercado nacional porque no podía competir en el mercado internacional del banano convencional, cuyos más importantes ofertantes, como Ecuador se caracterizaban por aplicar sistemas modernos de producción agraria n grandes unidades productivas.

Con lo publicado en la **Revista Ciencia UNEMI** con el tema **Posicionamiento y eficiencia del banano, cacao y flores del Ecuador en el mercado mundial** escrito por (**Segundo, Camino-Mogro1; Víctor, Andrade-Díaz2; Diana, Pesántez-Villacís**).El presente trabajo analiza la inserción del banano, cacao y flores del Ecuador al mercado internacional en el período 2010-2014. El objetivo que se plantea en este estudio es analizar el posicionamiento de los productos en el mercado mundial y la eficiencia de dichos productos. Como principales conclusiones se pueden mencionar las siguientes. En primer lugar, el banano ha experimentado una pérdida de eficiencia en el mercado mundial y ha cedido participación de mercado desde el año 2012. En segundo lugar, las flores ecuatorianas han presentado un crecimiento de las exportaciones y así mismo de la participación de mercado a nivel mundial, pero ha crecido de una manera lenta lo que ocasiona que su inserción al mercado internacional se ubique en el límite entre óptimo y oportunidades perdidas. En tercer lugar, el cacao ecuatoriano, de los tres productos analizados es el que se encuentra en la mejor situación en el mercado mundial y esto es bueno para su posicionamiento y su eficiencia. La participación de mercado de este producto ha crecido año a año, así como el valor de exportación (Posicionamiento y eficiencia del banano, cacao y flores del Ecuador en el mercado mundial, 2016).

Análisis

Se puede decir que el banano ecuatoriano es uno de los más exportados, encontrándose en el top5 de los países exportadores de banano,. El sector bananero es uno de los sectores más estables en el país; es por esta razón que Ecuador se ha caracterizado por ser un país productor en materia prima, con la apertura económica y comercial que se ha desarrollado durante los últimos años.

Como lo indica Tatsuya Shimizu (2003) en “La Reforma estructural y la competitividad del sector agrícola del Ecuador” nos menciona que. “Después de la dolarización el Ecuador carece de un instrumento como la devaluación que permita ajustar la competitividad de sus productos en el mercado internacional. Ahora solamente le queda el desafío de mantener la competitividad a través del aumento de la productividad y de la disminución de los costos” (Shimizu, 2003)

BANANO: La competencia con Centroamérica

Ecuador es el exportador número uno de bananos a nivel mundial. Los grandes productores de banano en mundo son India (16 millones de toneladas métricas en (2001), Ecuador (6.48 millones de TM), Brasil (6.08 millones TM), y China (5.14 millones TM); sin embargo a excepción del Ecuador, la mayor parte de la producción de estos países está dirigida al consumo interno, además del Ecuador los grandes exportadores son Filipinas, Costa Rica y Colombia (cuadro 2). Aunque el volumen de la exportación del Ecuador es mucho mayor que el de sus competidores, el rendimiento por hectárea y el precio por tonelada de exportación son mayores a Costa Rica y Colombia.

Estas cifras muestran la competitividad del banano ecuatoriano, pero al mismo tiempo son señales de su debilidad. El aspecto positivo es el bajo costo de la producción. En la segunda parte de los años noventa la devaluación de la moneda nacional, el sucre, contra el dólar norteamericano se aceleró, y el costo de la mano de obra en dólares disminuyó significativamente.

Análisis

Como se ha manifestado anteriormente Ecuador es uno de los mayores exportadores de banano a nivel mundial. Nuestro país es uno de los grandes productores de este producto. Pero en este tema manifiesta la descripción de la coyuntura del sector agrícola del Ecuador.

Conclusión

En este capítulo se pudo observar que hay que ampliar el conocimiento de los factores de competitividad y gestiones de calidad, en el cual en las MIPYMES en la cultura organizacional con respecto al banano en el Cantón Milagro, al transcurrir los años la economía ecuatoriana ha ido mejorando, lo cual ha causado expansión con otros países, logrando tener al producto como el banano en el top 5 de los países exportados en el sector banano.

Así también se puede concluir en este capítulo que en el Ecuador actualmente las MIPYMES representan la mayor fuerza económica del país. La globalización y los rápidos cambios tecnológicos, imponen enormes retos a las empresas para crecer y afrontar con éxito nuevos desafíos y asegurar la permanencia en los mercados, por otra parte las MIPYMES buscan ser productivas competitivas cumpliendo con su misión y objetivos, desarrollando al máximo al potencial humano.

Siendo así que las MIPYMES se caracterizan por el uso intensivo de la mano de obra, poca aplicación de la tecnología, surgiendo en muchas ocasiones en el patrimonio familiar, es así que presentan una alta participación en el mercado y en la economía nacional.

Así también se puede deducir que el clima organizacional tiene variables que afectan su nivel de desarrollo por lo cual se debe aplicar métodos y estrategias a través de trabajo de campo, además de se debe establecer factores tanto internos como externos que influyen en su impacto, polo que se debe dimensionar en cuestionarios y el fortalecimientos de las MIPYMES.

CAPÍTULO 2

METODOLOGIA

De acuerdo a los objetivos planteados y a los participantes implicados, para el proceso metodológico del estudio se considerarán dos enfoques de investigación como son el cuantitativo y el cualitativo, con la finalidad de hacer una relación con la obtención de datos objetivos, así como holísticos acerca del problema de estudio.

Ésta investigación tiene un diseño paralelo explicativa-descriptiva, debido a la combinación que se realizó con los dos enfoques a utilizar y porque después de realizar el levantamiento de la información se procedió a realizar un análisis acerca de cada uno de los datos obtenidos y corroborar la existencia de la problemática, para posteriormente plantear estrategias que ayuden a dar solución a la misma.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Cualitativo

Para cumplir con este enfoque se desarrolló una investigación participativa, en donde se realizó un estudio de casos, el cual permitirá la ubicación de la investigación dentro del cantón Milagro.

En conclusión, es necesario mencionar que el propósito de este tipo de investigación no es manifestar la realidad, sino construir una más clara y sólida, que dé respuesta la duda sistemática (Silva y Aragón, 2000; Stake, 1995, 2013).

Cuantitativo

Para el cumplimiento de las hipótesis se realizará la recolección de la información de manera organizativa, no teniendo control sobre las variables independientes, por ser situaciones que ya se produjeron con sus respectivas situaciones, mismas que no se pueden modificar.

Con relación al método inductivo se trabajó de manera independiente, empezando desde lo más específico hasta lo general, llegando a definiciones más completas.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Exploratorio y descriptivo.- Con este método se pudo desarrollar la realidad de los MIPYMES y su Cultura Organizacional, con este método se pudo conocer la realidad que viven los MIPYMES con respecto al banano.

Analítico y sintético.- Facilitó la exposición de esta investigación pudiéndose estudiar los temas con respecto al banano y las MIPYMES en el Cantón Milagro.

Inductivo y el deductivo.- Se configuró datos en esta investigación, son investigaciones empíricas relacionadas con el tema propuesto y mejorar el conocimiento de dicho tema.

Diseño

Esta investigación fue utilizada en el diseño no observacional es decir que es no experimental; en esto tipos de investigaciones hacen sin maniobrar las variables y en los que solo se observa el fenómeno.

Métodos Teóricos

En esta investigación se implementó el método analítico-sintético, por medio de este se pudo hacer un recuento de la situación de las MYPIMES exportadores de banano del cantón Milagro y posteriormente conocer que alternativas se podrían plantear para dar solución a los problemas encontrados.

Métodos Empíricos Fundamentales

Para esta investigación fue esencial el método de la observación, donde la investigadora pudo estar presente en el campo de investigación y evidenciar más factores ligados a la problemática en estudio.

Técnicas de investigación

La técnica que se utilizó: es la encuestas con 8 preguntas, misma que sirve para levantar la información de los microempresarios, en donde por medio de un cuestionario de preguntas se pudo recolectar datos relacionados con las diferentes áreas de producción, operación y control de los negocios.

Delimitación temporal

Año: 2018 en curso

Delimitación demográfica

Negocios constituidos como microempresas.

Población y Muestra

Característica de la población

La población de esta investigación se centra en las MIPYMES exportador de banano del cantón Milagro, para lo cual se visitó las oficinas del SRI(Servicio de Rentas Internas) de la ciudad de Milagro, quienes nos facilitaron el detalle del número de contribuyentes activos que están registrados en la Administración Tributaria, con establecimientos en el cantón Milagro, clasificados por actividad económica, tipo de contribuyente, de acuerdo al total de Ingresos Anuales obtenidos en el período fiscal 2018.

En el caso de esta investigación el número de MIPYMES equivale a 27 empresas enfocadas en al área de exportación de banano, lo cual significa que habría veinte y siete propietarios de estos negocios a quienes en primera instancia se realizará la visita in situ a fin de conocer y en la cual se realizará la encuesta respectiva, a fin de obtener datos importantes para esta investigación.

Tamaño de la muestra

Debido a que la población en análisis es pequeña esta sería la muestra de estudio, es decir a los 27 propietarios se los encuestaría.

Hipótesis

H1.- Los gerentes de las MIPYMES del Cantón Milagro consideran que son excelentes administradores.

H2.- El nivel de desconocimiento acerca de la cultura organizacional con relación a la importancia dentro de las MIPYMES de banano en el Cantón Milagro es elevado.

H3.- Los dueños de las MIPYMES de banano en el Cantón Milagro carecen de compromiso con el trabajo.

Variables y objetivos

- **Variable dependiente.-** Competitividad dentro de las pymes
- **Variable independiente.-** Investigación de oportunidades de mercados, formalización de microempresario, fortalecimiento de las MIPYMES.

Operacionalización de las Variables

Cuadro N. 1. Operacionalización de Variables Dependientes

Variables	Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems o preguntas	Técnicas e instrumento
Competitividad dentro de las pymes	Al competitividad se define como la capacidad de generar mayor satisfacción dentro de las MIPYMES	Dependiente	Diferenciación Posicionamiento	Preguntas: 2,4,7	Encuesta
Investigación de oportunidades de mercados	Una oportunidad de mercado es una situación favorable para una empresa, se presenta por el movimiento natural del mercado y de la conducta del consumidor.	Independiente	Apreciación de la competencia Previsión de las ventas	Preguntas: 2	Encuesta

Formalización de microempresario	Mipymes deben estar legalmente constituidas ante los entes reguladores	Independiente	Gestión ante los entes reguladores	Preguntas:1	Encuesta
Fortalecimiento de las mipymes	Toda mipymes que esta fortalecida tanto interna y externamente podrá seguir evolucionando y creciendo.	Independiente	Visión estratégica	Preguntas: 3,6,8,9	Encuesta
			Apetito por el cambio		
			Desarrollo del conocimiento		

CAPÍTULO 3

RESULTADOS OBTENIDOS

Caracterización de la población o muestra.

Las MIPYMES en el Ecuador se dedican a la comercialización, producción de productos de primera y segunda necesidad, siendo como pilar fundamental en el plano social la producción, oferta de productos, es por eso que se los considera como entes generadores de empleo, dentro de la población.

Esta investigación se centra en las MIPYMES del sector de exportación de banano en la ciudad de Milagro provincia del Guayas, en el caso de esta investigación el número de MIPYMES equivale a 27 medianas y pequeñas empresas enfocadas en el área de exportación de banano, lo cual significa que habrían veinte y siete propietarios de estos negocios a quienes en primera instancia se realizará la visita in situ, a fin de conocer y en la cual se realizará la encuesta respectiva, a fin de obtener datos importantes para esta investigación.

Cada MIPYMES será considerada juntamente con su equipo de colaboradores, a fin de que se pueda realizar la respectiva encuesta y el mismo genera resultados a fin de tomar decisiones importantes para esta investigación.

Esta población es sumamente significativa para nuestra investigación.

Tamaño de la muestra

Debido a que la población en análisis es pequeña esta sería la muestra de estudio, es decir a los 27 propietarios se los encuestaría.

ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA EN EL CANTON MILAGRO

1.- ¿Conoce usted que es la Cultura Organizacional dentro de las empresas?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	27	100%
NO	0	0%
TOTAL	27	100%



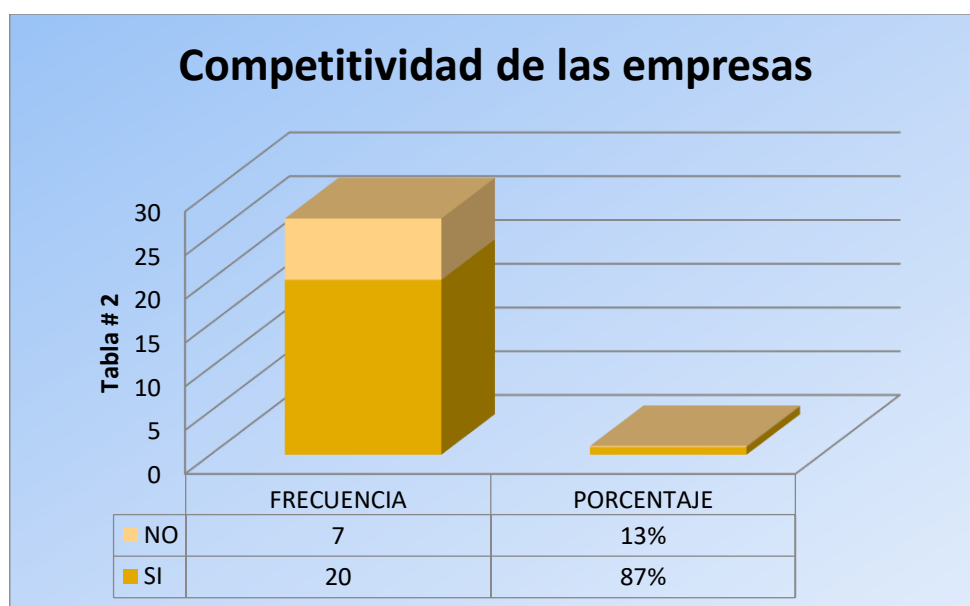
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Amanda Gallegos Lituma

Análisis

La mayoría de los encuestados manifiestan que si saben lo que es la Cultura Organizacional en una empresa, esto es que comprende el plan de organización y el conjunto de métodos y medidas, la cultura organizacional tiene un gran impacto en la moral, la productividad y la satisfacción de los trabajadores de una compañía, o que debe hacerse es, precisamente, fortalecer la cultura para mejorar el rendimiento y enfrentar mejor la crisis.

2.- ¿Sabía usted que la buena práctica de una cultura organizacional ayuda a que las empresas sean más competitivas y por ende generen más ingresos?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	87%
NO	7	13%
TOTAL	27	100%



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

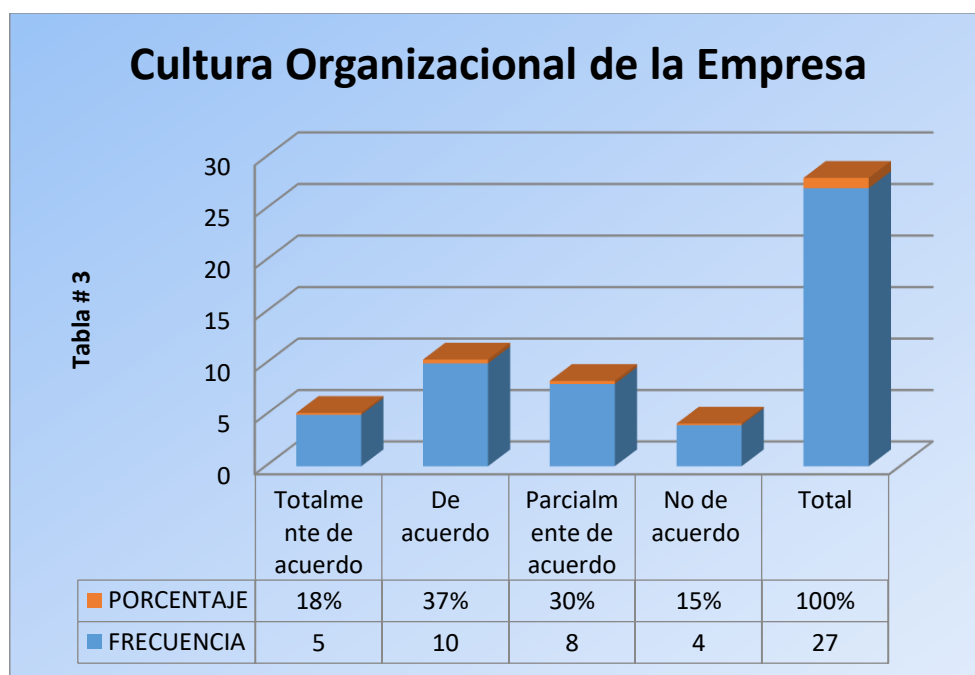
Elaborado por: Amanda Gallegos Lituma

Análisis

El 87% de los encuestados manifiestan que la buena práctica de una Cultura Organizacional ayuda a que las empresas sean más competitivas y por ende generen más ingresos, dando estabilidad al micro empresario como a sus colaboradores.

3.- ¿Cree usted que es necesario implementar alguna estrategia que lo ayude para incentivar la cultura organizacional de su empresa?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	5	18%
De acuerdo	10	37%
Parcialmente de acuerdo	8	30%
No de acuerdo	4	15%
Total	27	100%



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta

Elaborado por: Amanda Gallegos Lituma

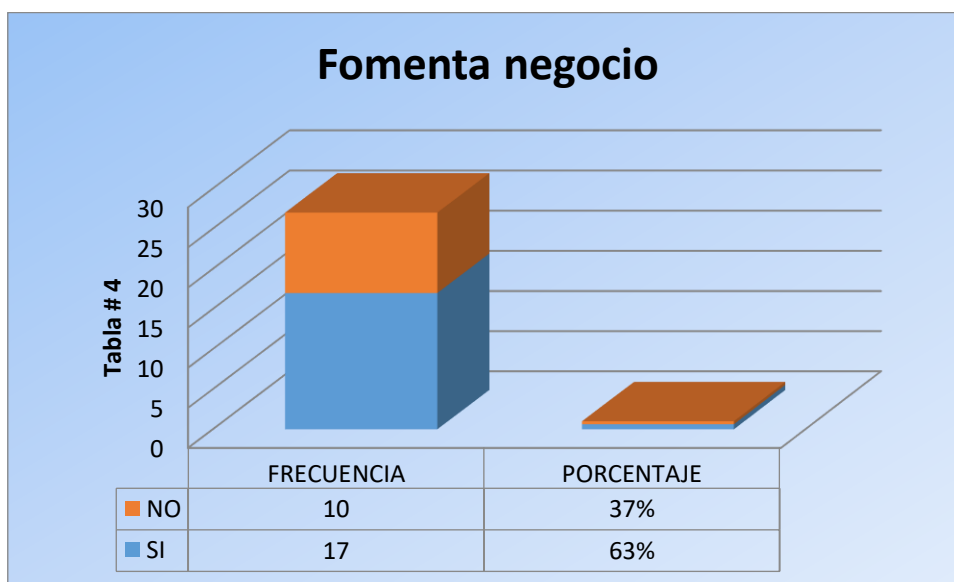
Análisis

Conforme a la respuesta de los encuestados, se puede deducir que el 18% de los encuestados con respecto a la pregunta está Totalmente de acuerdo; mientras que el 37% manifiesta que está de acuerdo; así mismo el 30% está parcialmente de acuerdo y el 15% no está de acuerdo. El estudio se enfoca en la cultura organizacional como una oportunidad y como una estrategia que puede

ser muy efectiva a la hora de mejorar las condiciones actuales y futuras de un negocio, especialmente si éste se está enfrentando a una crisis o pasa por un momento complicado.

4.- ¿Considera usted que dentro de sus actividades en calidad de gerente – propietario, usted fomenta que en su negocio se maneje una cultura organizacional?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	17	63%
NO	10	37%
TOTAL	27	100%



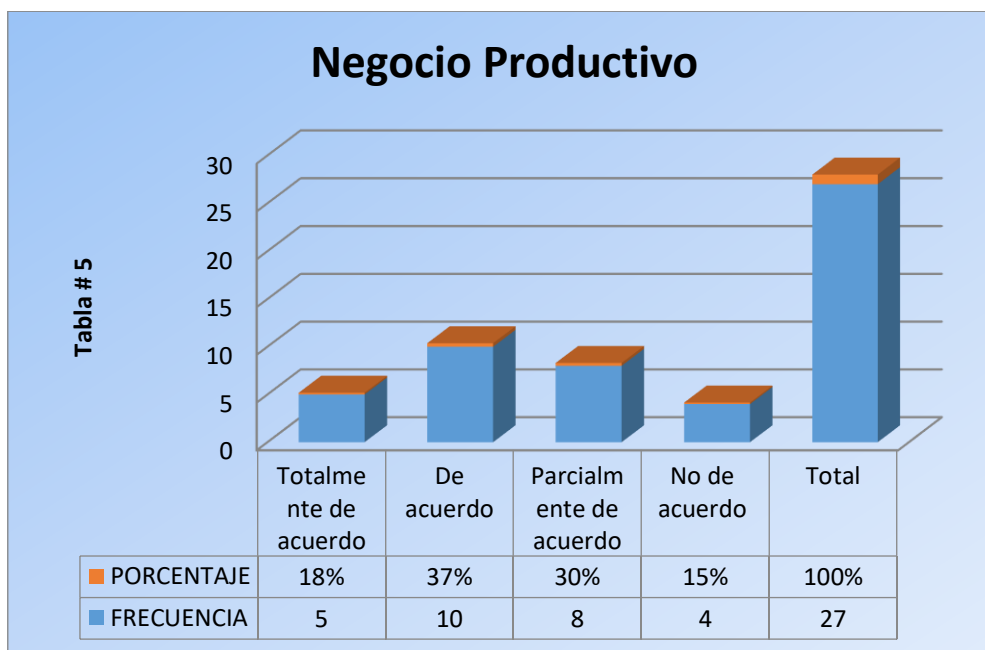
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Amanda Gallegos Lituma

Análisis

El 63% de los encuestados manifestaron que dentro del negocio que ellos dirigen si se fomenta la cultura organizacional. Pero la mayoría han tenido que aprender sobre la marcha, de sus errores y de sus aciertos. Con este módulo queremos hacer las cosas de forma correcta y contribuir al crecimiento de nuestros estudiosos en este aspecto tan importante para su desarrollo profesional.

5.- ¿Considera usted que su negocio es 100% productivo?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	5	18%
De acuerdo	10	37%
Parcialmente de acuerdo	8	30%
No de acuerdo	4	15%
Total	27	100%



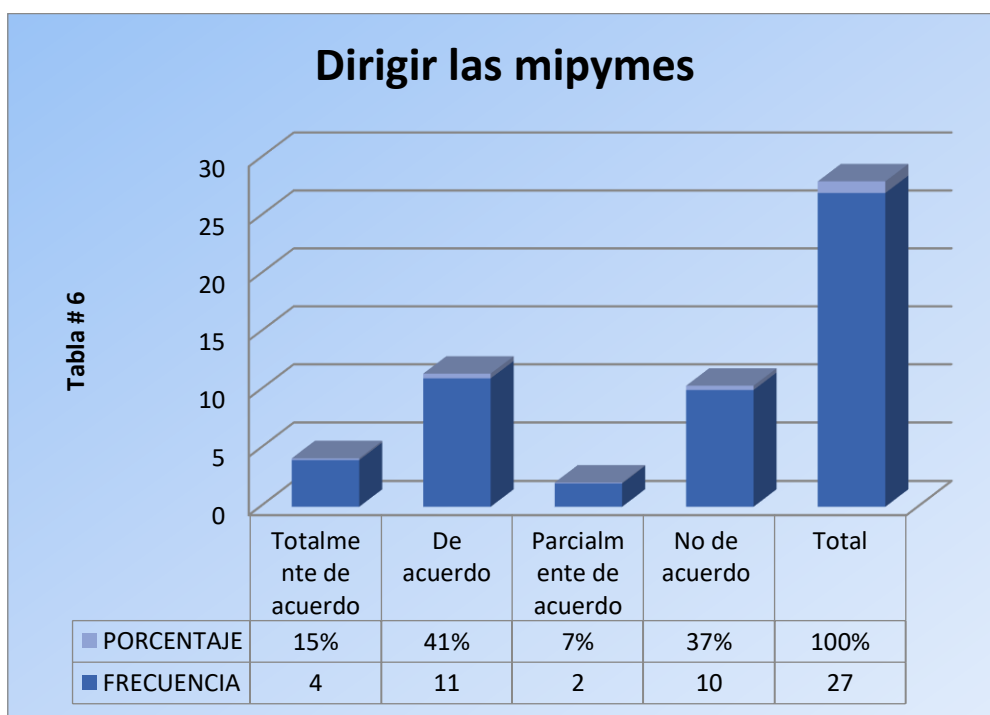
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Amanda Gallegos Lituma

Análisis

El 18% de los encuestados manifestaron que totalmente de acuerdo; el 37% manifestó que de acuerdo; el 30% manifestó que esta parcialmente de acuerdo y el 15% manifestó no estar de acuerdo.

6.- ¿Cree usted que su forma de dirigir la mipymes es la correcta?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	4	15%
De acuerdo	11	41%
Parcialmente de acuerdo	2	7%
No de acuerdo	10	37%
Total	27	100%



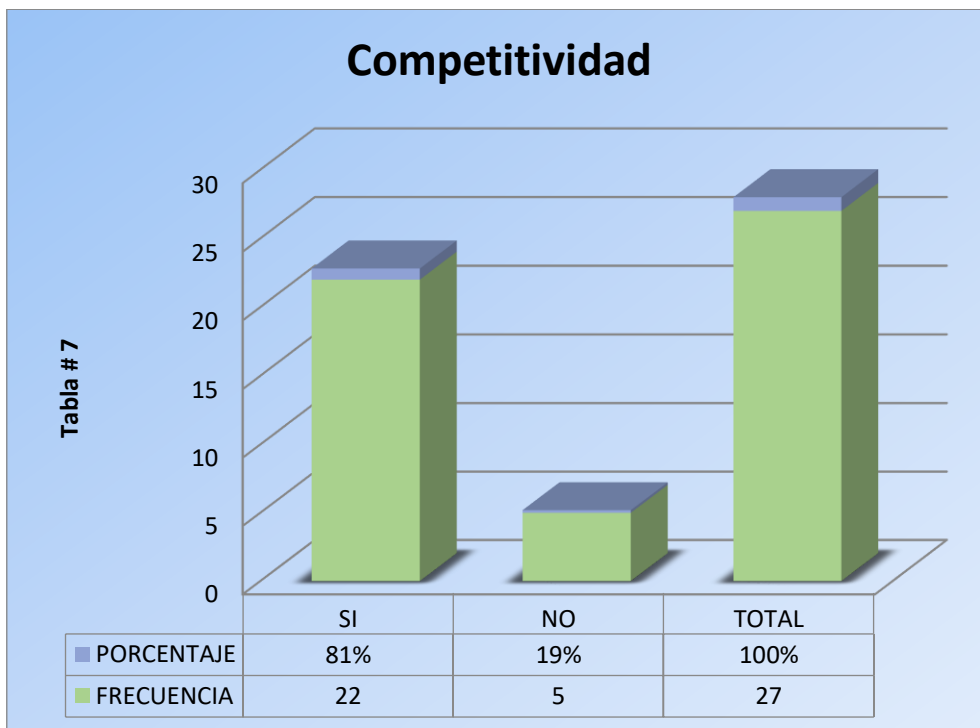
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Amanda Gallegos Lituma

Análisis

Así mismo en la pregunta N. 6 respondieron lo siguiente: el 15% está Totalmente de acuerdo; el 41% está de Acuerdo; el 7% está Parcialmente de acuerdo; y el 37% no está de acuerdo.

7.- ¿Considera usted que su negocio es competitivo?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	81%
NO	5	19%
TOTAL	27	100%



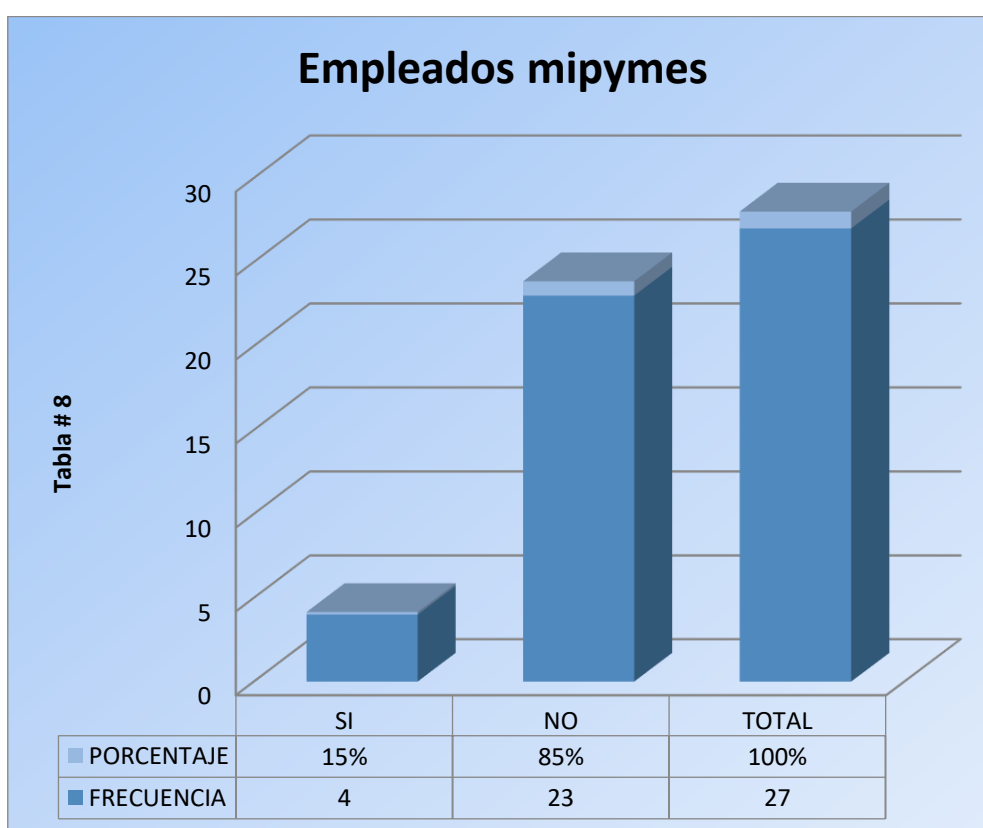
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Amanda Gallegos Lituma

Análisis

Con respecto a la pregunta N. 7 se puede deducir lo siguiente y es que el 81% de los encuestados manifiesta que su negocio es competitivo.

8.- ¿Considera usted que los empleados de su MIPYMES están cómodos en su lugar de trabajo?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	15%
NO	23	85%
TOTAL	27	100%



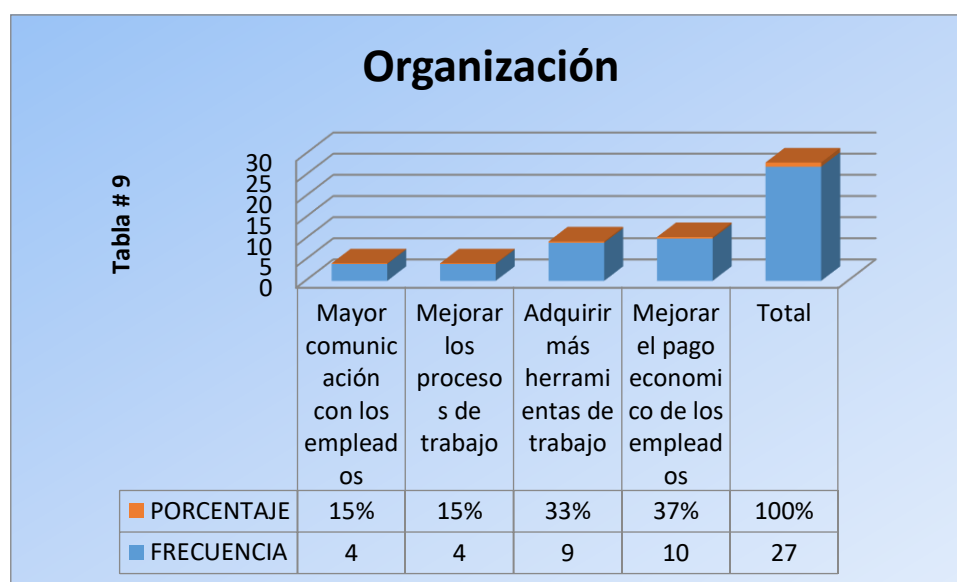
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Amanda Gallegos Lituma

Análisis

La mayoría de los encuestados manifestaron que no están cómodos en sus puestos de trabajo, siendo este el 85 % del total que indicaron de manera negativa, pudiendo evidenciar que el clima organización no es el adecuado en la MIPYMES que fueron encuestadas.

9.- ¿Qué aspecto de la organización se pueden corregir para que su negocio sea un mejor lugar para trabajar?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mayor comunicación con los empleados	4	15%
Mejorar los procesos de trabajo	4	15%
Adquirir más herramientas de trabajo	9	33%
Mejorar el pago económico de los empleados	10	37%
Total	27	100%



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Amanda Gallegos Lituma

Análisis

De acuerdo a los resultados de la encuesta la mayor parte que es del 37 % indican que mejorar el pago económico de sus empleados haría del negocio un mejor lugar para trabajar, seguido por un 33 % que indica que se debería adquirir más herramientas de trabajo.

RESULTADOS

Según las respuestas dadas en las 9 preguntas realizadas a los propietarios de las MIPYMES de los cuales son resultados obtenidos por medio de la implementación de las encuestas a los MIPYMES dedicados a la comercialización, producción y exportación del banano, es factible manifestar que un alto porcentaje de ellos no conocen las gestiones documentales principales para poder exportar productos primarios, además son conscientes que este desconocimiento les afecta para un mayor crecimiento en sus negocios, esto es originado por la escasa costumbre de investigar nuevas oportunidades en otros mercados, lo que no le obliga a saber de las exigencias que deben cumplir para ingresar a nuevos productos.

Los empresarios del banano milagreño cuentan con un nivel de iniciativa media con lo que respecta a emprender sus negocios, con productos de buena calidad, siendo estos productos no innovadores o que tengan una mayor salida para la exportación en otros países y este es un aspecto fundamental que influyen directamente para su crecimiento económico.

Cabe mencionar y es rescatable dentro de estos resultados que los microempresarios en su mayoría si conocen sobre lo la Cultura Organizacional pero no hacen un buen funcionamiento de sus PYMES, factor principal para emprender negocios con el gobierno ecuatoriano, quienes en la actualidad están fomentando a este sector empresarial, por medio de capacitaciones, entrega de líneas de créditos, etc., logrando así mejorar la economía de ellos y del país.

CAPÍTULO 4

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Las MIPYMES del sector de exportación de banano de la ciudad de Milagro, a través de la investigación de oportunidades de mercados formalización de microempresario, fortalecimientos de las MIPYMES, así como trabajo en equipo, equidad, percepción a la organización, formado de la cultura organizacional. El método de investigación utilizado en este estudio es cuantitativo y cualitativo. Se aplicó la encuesta para el levantamiento de información, a través de preguntas a los colaboradores a 27 MIPYMES debidamente registrados. Dedicadas a la producción, comercialización y exportación de banano. Se operacionalizaron las variables a nivel conceptual. Es importante entender que la cultura organizacional se debe a la percepción de los colaboradores y la manera como se interrelacionar con sus compañeros, fomentando el ambiente laboral. Siendo una realidad que las empresas se están enfrentando a situación complejas, por lo que se requiere de información confiable permitiendo generar y fomentar equipos de trabajo que aumente la competitividad y que esto dé como resultado: una organización se vuelva competitiva o a su vez incremente su competitividad. Las empresas para alcanzar los objetivos que se fijan objetivos esenciales, logrando que los MIPYMES exportadores de bananos sean más competitivas, y con amplio sentido de calidad humana. De tal manera que las MIPYMES perciban el clima organizacional idóneo y este sea de acuerdo a las necesidades de cada una de ellas con la finalidad de obtener resultados eficientes, con la capacidad de realizar una estructura en la que pueda ubicar de manera correcta al recurso humano, para que sean competitivos. Cada departamento de los MIPYMES debe realizar diferentes factores, indicadores establecidos, el tipo de clima organizacional que prevalece en la empresa y las expectativas que tengan los colaboradores en todos los niveles, para el logro de resultados satisfactorios. El incremento la competitividad se logra con una cultura organizacional de alto nivel, es así que actualmente las MIPYMES deben prestarle atención y cuidado buscar un clima propicio que brinde a su colaboradores estabilidad, motivación, empoderándose cada uno de ellos con en el trabajo que realizan día dentro de

la MIPYMES. Un clima organizacional favorable es ventajoso por que eleva: la competitividad, productividad creatividad, satisfacción laboral compromiso, lealtad, identificando claramente el clima organizacional negativo, subsanando el mismo y permitiendo lograr MIPYMES competitivas.

De acuerdo a los resultados obtenidos con relación a la consulta: Los empleados de su MIPYMES no están cómodos en su lugar de trabajo, se puede referir que la mayor parte indica que no se siente bien en su lugar de trabajo, dando esto como resultados de la insatisfacción en su lugar trabajo; por lo que es necesario implementar estrategias para la motivación, ya sean con incentivos a los trabajadores, impulso al trabajo en equipos mejorando altamente la competitividad de la MIPYMES. También la mayor parte de los encuestados indican que para que sea un mejor lugar para trabajar se debe adquirir más herramientas de trabajo y mejorar el pago económicos de los empleados, es por eso que la falta de herramientas para realizar el trabajo y el poco incentivo económico afecta directamente el clima organizacional, por lo que la empresa debe implementar tanto la adquisición de herramientas de trabajo, como la reestructuración de sueldos y salarios dentro de la organización a fin de mejorar el clima organizacional, y ser más competitivos en el mercado, y a la vez se trabaje en ser exportadores directos del banano sin depender de las grandes empresas, que esto se logra teniendo como base: un buen personal, buena infraestructura y herramientas de trabajo innovadoras.

Aportación de la investigación: Esta investigación contribuye con aportaciones importantes acerca de la cultura organizacional, como base para la competitividad en las MIPYMES del sector de exportación de banano de la ciudad de Milagro, tales como que: a través de la investigación de oportunidades de mercados formalización de microempresario, fortalecimientos de las MIPYMES, así como trabajo en equipo, equidad, percepción a la organización, dando aportes importantes para que el gerente de las MIPYMES efectúe con sus colaboradores, permitiendo el mejoramiento de la competitividad. Presentando detalles importantes, acerca de la cultura organizacional que prevalece en las MIPYMES del cantón Milagro, contribuyendo directamente al crecimiento de la misma.

Limitación de la investigación: El inconveniente suscitado en este estudio, se debió al poco interés por parte de los colaboradores de la MIPYMES, poca colaboración, prolongando significativamente el periodo de recolección de la información y el procesamiento de los mismos para obtener resultados rápidos dentro de la investigación.

RECOMENDACIONES

Para desarrollar esta investigación sobre la Cultura Organizacional y las MIPYMES en el producto del banano en el Cantón Milagro se pudo brindar la información requerida para el crecimiento del mercado ecuatoriano tanto a nivel nacional como internacional y se pudo establecer lo siguiente:

Es fundamental detallar las cifras históricas sobre las exportaciones de las diferentes frutas del Ecuador, observando como ha venido creciendo en el transcurso de los últimos años los productos ecuatorianos en mercados exteriores, logrando motivar al productor agrícola a incursionar en estos mercados.

Es necesario identificar los diversos países que se han exportado durante muchos años los productos ecuatorianos, para tener el conocimiento hacia donde se dirigen específicamente, saber de cuántos mercados disponemos y el porcentaje de participación que tenemos dentro de ellos.

Así como también se puede recomendar que la MIPYMES del cantón milagro para incrementar su competitividad es necesario aplicar una buena cultura organizacional para esto: las, micro, pequeñas y mediana empresas, deben establecerse como una verdadera organización en la cual planteen planeación estratégica, comercialización de productos, organización del talento humanos, factores que podrían mejorar la competitividad de la MIPYMES de manera directa.

Se recomienda que cada MIPYMES dedicadas a la producción y comercialización del banano del cantón Milagro gestiones ante los entes reguladores, a fin de poder ser exportadores de banano directos sin intermediarios, requisitos y otros temas lo pueden revisar en la página web de Agrocalidad (Agrocalidad, 2019).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agrocalidad. (10 de 08 de 2019). *Agrocalidad*. Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/informacion-para-la-exportacion-de-banano/>
- Alvarez C. (2009). *Innovación, competitividad y nuevos modelos de negocio*. Perú: Cuadernos de Investigación EPG.
- ance, C., Solis, L., Burgos, I., & Hermida, L. (17 de 06 de 2017). *Eumed*. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2017/pymes>
- El Telegrafo. (14 de Noviembre de 2016). Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/996-micro-pequenas-y-medianas-empresas-ecuatorianas-exportan-a-la-union-europea>
- Ferraro, C., & Stumpo, G. . (2010). *Políticas de apoyo a las Pymes en América Latina*. Santiago: CEPAL.
- Hidalgo R. . (2014). *Evolución y Situación actual de la pequeña y mediana Industria en el Ecuador*. Quito : INSOTEC.
- INEC. (09 de Septiembre de 2010). Obtenido de http://produccion.ecuadorcifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/pendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true
- Ley de Comercio Exterio e Inversiones. (1997). *Ley N. 12 Registro Oficial / Suplemento 82*. Quito.
- Ley de Fomento de la pequeña Industria. (2012). *Registro Oficial 372 del 20 de Agosto de 1973*. Quito: Registro Oficial.
- Lideres. (2015). *El sector de las mipymes esta en pleno crecimiento*. Lideres.
- Marquéz, O. (2002). *El proceso de la investigacion en los procesos sociales*. Venezuela : Universidad Ezequiel Zamora .
- Martins, E., Terblanche, F. (2003). *Building organisational culture that stimulates creativity and innovation*. . European Journal of Innovation Management.
- MICIP. (2002). *Diagnostico de la pequeña y Mediana Industria*. Quito.

- Mirón, E., Erez, M., & Naveh, E. . (2004). *Do Personal Characteristics and Cultural Values That Promote Innovation, Quality, and Efficiency Compete or Complement Each Other?* Journal of Organizational Behavior.
- OIT. (05 de Abril de 2015). *Empleo y condición de trabajo en las MiPyme en América Latina*. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_398103.pdf
- Porter, M. . (1995). *Estrategia competitiva, tecnicas para el analisis de los sectores* . Mexico: CECSA.
- Posicionamiento y eficiencia del banano, cacao y flores del Ecuador en el mercado mundial*. (2016). Milagro: REVISTA CIENCIA UNEMI.
- Saavedra, M., & Hernandez. (15 de Agosto de 2010). Obtenido de www.redalyc.org/pdf/257/25711784011.pdf
- Saldaña A.Z. (09 de 07 de 2014). *Competitividad*. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/36547/ZEGARRA%20>
- Sampieri, R. H. (1991). *METODOLOGIA DE LA INVSTIGACIÓN* . México : McGraw_Hill.
- Santeli M. (2015). *La Responsabilidad Social empresarial en las micros, pequeñas y medianas empressas en Ecuador*. Quito Ecuador: revistas.elpoli.edu.co/index.php/teu/article/download/1035/859.
- Sela. (26 de Noviembre de 2014). *Políticas Públicas de apoyo a las MIPYMES*. Obtenido de www.sela.org/media/264709/t023600006236-0-di_20-_políticas_publicas_mipymes.pdf
- Shimizu, T. (2003). La reforma estructural y la competitividad en el sector agrícola del Ecuador. *Ecuador Debate No. 059*.
- Ul Hassan, M., Shaukat, S., Shakeel, M., & Imran, M. . (2012). *Interrelations between Organizational Culture, Innovation and Employee Performance: Evidence from Banking Sector of Pakistan*. Pakistan Journal Of Social Sciences.
- Uquillas Carlos. (s.f.). *El Modelo Económico Industrial en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2008/au.htm>

ANEXOS





TOTURIAS

