



# PRODUCTIVIDAD DE LAS MIPYMES. LA PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL COMO ESTRATEGIA DE POTENCIACIÓN EN LA CIUDAD DE JIPIJAPA

## PRODUCTIVITY OF MSMES. ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY AS AN EMPOWERMENT STRATEGY IN THE CITY OF JIPIJAPA

Fátima Monserrate Galarza Zamora<sup>1</sup>, Emilio Miguel Gutiérrez Castro<sup>2</sup>, Karina Lourdes Santistevan<sup>3</sup>

1,2,3. - Universidad Estatal del Sur de Manabí, Manabía, Ecuador

1. Email: [galarza-fatima0128@unesum.edu.ec](mailto:galarza-fatima0128@unesum.edu.ec) ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2533-6435>
2. Email: [gutierrez-emilio7965@unesum.edu.ec](mailto:gutierrez-emilio7965@unesum.edu.ec) ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2613-1562>
3. Email: [karina.santistevan@unesum.edu.ec](mailto:karina.santistevan@unesum.edu.ec) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3085-1151>

Recibido: 11/06/2021 Aceptado: 23/09/2021

**Para Citar:** Galarza Zamora , F. M., Gutiérrez Castro , E. M., & Santistevan Villacreses , K. L. (2021). Productividad de las MIPYMES. La psicología organizacional como estrategia de potenciación en la ciudad de Jipijapa. Revista Publicando, 8(32), 61-68. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2269>

### Resumen:

El objetivo general de este artículo de reflexión se basa en determinar cómo la psicología organizacional favorece la productividad en las micro, pequeñas y medianas empresas. La metodología se basa en un diseño bibliográfico y de campo de tipo documental y descriptivo. Como conclusión se menciona que la psicología organizacional en la actualidad es muy importante si se sabe implementar desde los inicios de las MIPYMES, lo que permitirá mejorar la productividad empresarial y el sustento en el mercado, asimismo se menciona que la psicología organizacional en la actualidad más que una estrategia es una necesidad, la cual debe ser implementada por las MIPYMES de la manera más adecuada porque gracias a ella se da soluciones a muchos inconvenientes que se presentan en el camino ya sea desde sus inicios como: la inversión, la contratación del personal adecuado, aceptación de clientes y así poder tener buena productividad y lograr mantenerse en el mercado, cumpliendo con los objetivos planteados.

**Palabras clave:** Rendimiento, pequeñas y medianas empresas, psicología ocupacional, productividad.

### Abstract:

The general objective of this research is based on determining how organizational psychology favors productivity in micro, small and medium-sized companies. The methodology is based on a bibliographic and field design of a documentary and descriptive type. As a Conclusion, it is mentioned that organizational psychology at present is very important if it is known to implement from the beginning of MSMES, which will allow improving business productivity and sustenance in the market, it is also mentioned that organizational psychology is currently more that a strategy is a necessity, which must be implemented by the MyPimes in the most appropriate way because thanks to it solutions are given to many inconveniences that arise along the way, either from the beginning, such as: investment, staff hiring adequate, acceptance of customers and thus be able to have good productivity and be able to stay in the market, meeting the objectives set.

**Keywords:** Performance, small and medium enterprises, occupational psychology, productivity.



## INTRODUCCIÓN

**L**a psicología organizacional es una estrategia muy importante para el desarrollo de las MIPYMES, porque con una buena productividad las micros, pequeñas y medianas empresas podrán mantenerse en el mercado, aportando con empleo y contribuyendo con el crecimiento económico de las familias y del país.

Según Rondón (2020), en su artículo titulado Psicología organizacional como componente determinante de la gerencia interdisciplinaria, el trabajador no es una máquina sino un ser completo, lleno de emociones, que puede afectar de forma significativa su desempeño y competitividad dentro de las organizaciones, por lo tanto, la psicología organizacional es un factor influyente en el logro de las metas planificadas.

A ello se le debe sumar lo que dice Ricoy (2005); la dinámica de la productividad es el resultado de los cambios en la estructura y en la organización de las actividades industriales, de las economías de la especialización y del aprendizaje por medio de la práctica y del progreso técnico contemplado como un fenómeno esencialmente endógeno. Dada la dependencia que, a través de la división del trabajo, Smith establece entre dicha dinámica y la expansión del mercado a la noción de rendimientos crecientes de naturaleza dinámica y macroeconómica-estructural.

La psicología organizacional en el trabajo es una técnica con la cual se podrán obtener resultados en cualquier área de alguna empresa que no esté cumpliendo con los objetivos planteados, preocupándose por las actividades que cada individuo este realizando dentro de la

institución, además tiene una visión más amplia, no sólo se preocupa del trabajador sino de todo lo que pasa en la empresa. Además, dentro de las empresas, es de mucha importancia porque gracias a ella se podrá estudiar y evaluar el comportamiento de diferentes personas, de manera que pueda analizarse si son personas aptas para desempeñar un determinado puesto de trabajo, y si pueden ser productivas dentro de la organización.

En este sentido, el psicólogo organizacional, según Chiavenato (Citado por Orozco et al., 2013) es el profesional capacitado para analizar el comportamiento de las personas a nivel organizacional, este profesional debe ser capaz de tomar buenas decisiones, así como mantener buenas relaciones laborales con el resto de los trabajadores, utilizando técnicas que le permitan dirigir las situaciones que se presenten dentro de la empresa de forma adecuada y oportuna. Por tanto, cumple una serie de funciones dentro de la organización y estas se muestran en la Tabla 1 (Ver en próxima página).

## FUNCIONES

- El análisis del cargo: cumpliendo con los requisitos que el cargo exige, y realizarlo de la forma más adecuada.
- Describe el cargo según las tareas y funciones que el empleado debe cumplir.
- Recluta candidatos con el perfil adecuado para desempeñarse dentro de la empresa
- Realiza actividades como selección del personal, evaluando las características de un grupo que les permita adaptarse a la organización



**Tabla 1**  
*Funciones del psicólogo organizacional en las empresas*

FUNCIONES	
➤	El análisis del cargo: cumpliendo con los requisitos que el cargo exige, y realizarlo de la forma más adecuada.
➤	Describe el cargo según las tareas y funciones que el empleado debe cumplir.
➤	Recluta candidatos con el perfil adecuado para desempeñarse dentro de la empresa
➤	Realiza actividades como selección del personal, evaluando las características de un grupo que les permita adaptarse a la organización
➤	Administra pruebas psicotécnicas
➤	Comprende las necesidades del personal
➤	Realiza también capacitaciones a los nuevos empleados
➤	Vela por la compensación al buen desempeño de los empleados a través de salario, beneficios y servicios
➤	Fomenta un buen clima organizacional y realiza un análisis estadístico de los resultados.
➤	Monitorea cada una de las funciones de los empleados desde base de datos y vela también por la disciplina y seguridad industrial

Fuente: (Orozco et al. 2013).

- Administra pruebas psicotécnicas
- Comprende las necesidades del personal
- Realiza también capacitaciones a los nuevos empleados
- Vela por la compensación al buen desempeño de los empleados a través de salario, beneficios y servicios
- Fomenta un buen clima organizacional y realiza un análisis estadístico de los resultados.
- Monitorea cada una de las funciones de los empleados desde base de datos y vela también por la disciplina y seguridad industrial

Fuente: (Orozco et al. 2013).

Las micros, pequeñas y medianas empresas tienen una gran importancia en América Latina

debido al desarrollo económico que implican, generando empleo a muchas personas y aportando al crecimiento económico de los países. A pesar de esto, siempre tienen que enfrentarse a diferentes problemas desde sus inicios. Por eso, se deben tener en cuenta diferentes factores que ayuden al crecimiento empresarial.

Es importante resaltar que pueden existir actitudes en cada función estratégica de la empresa, las cuales buscan un crecimiento empresarial rápido y así lograr un posicionamiento frente a su competencia. Esto puede ser un error por la inversión financiera que estas van a realizar sabiendo que recién van a incursionar en el mundo comercial y no tener la captación de clientes esperada.

En este mismo orden de ideas, Torres (2021) menciona que los pequeños emprendimientos deben enfrentarse a muchos obstáculos y retos



durante los primeros años de su constitución, unos más difíciles que otros. Por lo que debe ser necesario que se planteen estrategias que le permitan poder enfrentar los problemas que se presenten a lo largo del tiempo. Entre los problemas, se destacan doce establecidos por el propio Torres (2021). Estos se muestran a continuación:

- 1.- Encontrar clientes
- 2.- Contratar al personal adecuado
- 3.- Tener presencia digital
- 4.- Aumentar el reconocimiento de marca
- 5.- Hacer crecer la lista de correos
- 6.- Obtener *leads*
- 7.- Lograr un balance entre crecimiento y calidad
- 8.- Evitar las fallas en la cultura organizacional
- 9.- Tener un financiamiento adecuado
- 10.- Adoptar herramientas digitales e inteligencia artificial
- 11.- Tener diversidad y flexibilidad
- 12.- Impulsar nuevas habilidades (Moreno, 2006).

También Vicente (2016), propone tres estrategias para captar clientes en las empresas, y menciona que el internet hoy en día es un medio sumamente importante que puede ayudar a captar clientes nuevos, que se traduce en el aumento de los niveles de facturación. Dentro de las estrategias menciona la captación de clientes con el “boca a boca”, que es una estrategia muy efectiva para hacer llegar la información a través de una cadena. Otra de las estrategias es el *marketing offline*, que

se basa prácticamente en el uso de los medios tradicionales de comunicación (televisión, prensa entre otros), a través de estos medios también se puede transmitir el mensaje y lograr captar clientes que aun utilizan estos medios de comunicación. Como última estrategia se menciona el marketing online que es más efectivo pues se puede elegir el objetivo al que se desea llegar, enfocando la página web de la empresa con información interesante para clientes que realmente estén interesados.

En la Figura 1 (próxima página) se muestra de forma resumida a qué se refieren las tres estrategias antes mencionadas.

Es importante tener claro que para que las actividades dentro de una empresa funcionen correctamente también debe existir un capital humano bastante capacitado y conocedor de cada una de las funciones que debe ejecutar, en este sentido el Blog Telesup (2017) menciona que para ello es importante saber escoger al personal más preparado que se adapte a la cultura organizacional de la empresa para que no existan fallas que perjudiquen a la organización.

Cuando se pretende establecer una empresa, los emprendedores disponen de su propio capital económico, aunque también si es necesario solicitan créditos bancarios, o buscan inversionistas que estén dispuestos a inyectarle dinero a su proyecto, lo cual permite el desarrollo económico para cada uno de los involucrados (Sornoza et al., 2018).

En referencia a la productividad se puede mencionar, según lo indicado por Mayorga et al. (2015) que este concepto empezó a surgir con este nombre empezando el siglo XX, sin embargo en los años 50, fue definida como una relación



Figura 1  
Ventajas y desventajas de las estrategias planteadas.



Fuente: (Vicente, 2016).

existente entre la producción final y los factores que intervienen en el proceso de obtener bienes. Por otra parte, la productividad fue definida como la relación existente entre aquellos recursos utilizados y la cantidad de productos o bienes obtenidos; es decir, cuán óptimo fue el proceso productivo en relación con la cantidad de recursos que se utilizaron en dicho proceso.

En este sentido, el objetivo general de esta investigación se basa en determinar cómo la psicología organizacional favorece la productividad en las micro, pequeñas y medianas empresas.

En Ecuador y en especial en el cantón de Jipijapa, las MIPYMES se han convertido en fuente de trabajo de muchas personas aportando a la economía de las familias. Estas, deben ser apoyadas de una u otra manera por el gobierno central a través de proyectos productivos, con créditos no reembolsables o a bajos intereses; siendo de esta manera beneficioso para el desarrollo local. La importancia del tema investigado radica precisamente en lo anterior y en la luz que estos hallazgos pueden ofrecer sobre la problemática planteada.





## MATERIALES Y MÉTODOS

El tipo de investigación documental, fue utilizada en el desarrollo de este artículo ya que gracias a ella se recopiló información existente de revistas, artículos científicos, y trabajos de grado; datos fundamentales para esta investigación. En este sentido, Palella y Martins (2010) indican que la investigación de tipo documental se concreta exclusivamente en la recopilación de información de diversas fuentes. De igual manera, en la investigación se utilizó el nivel descriptivo, y según Palella y Martins (2010), esto se refiere a la interpretación de las realidades del hecho, incluyendo la descripción registro y análisis de los diversos fenómenos que intervienen en la investigación.

En cuanto a las técnicas e instrumentos de recolección de datos, se utilizó la técnica de encuestas, complementada con una entrevista a los propietarios de los diferentes locales comerciales en venta de abarrotes en la ciudad de Jipijapa.

Ello permitió un contraste adecuado entre lo teórico y lo práctico, entre los postulados descubiertos en la recopilación de la información, y aquello que en la práctica parece ser importante para los sujetos investigados.

## RESULTADOS

La productividad depende de factores internos como las instalaciones, equipos, insumos y mano de obra, según lo manifestado por Mayorga et al. (2015) así como también, de diferentes factores externos. Entre ellos se pueden mencionar las entregas de los proveedores, políticas comerciales y tributarias, entre otras.

Con respecto a las microempresas Sumba y

Santistevan (2018) mencionan que estas tienen su origen producto de las necesidades que surgen en las personas que no poseen un empleo fijo que le genere ingresos de forma constante, entonces deciden aprovechar sus habilidades y aptitudes para transformar esto en un emprendimiento que les permita crear actividades para obtener ingresos.

En el caso particular que ocupa este artículo, las empresas ecuatorianas, según menciona Camino (2019) presentan algunos retos que deben enfrentar las microempresas y estas son:

- Acceso al crédito bancario a las MIPYMES
- Acceso al comercio internacional
- Uso de las tecnologías de la información
- Mejorar la toma de decisiones empresariales

En este sentido, se puede mencionar que los resultados obtenidos de esta investigación en primera instancia fue que los dueños de las MIPYMES que se encuestaron en sus inicios de actividades tuvieron diferentes dificultades, como: mantener clientes frecuentes y limitación en sus inversiones.

También se pudo constatar que el 60% de los dueños de los diferentes locales comerciales del cantón Jipijapa no conocen el término de “psicología organizacional” como estrategia o herramienta; y el 40% de las personas encuestadas conocen del tema, pero no lo ponen en práctica. Sin saber que la psicología organizacional ayuda a mejorar el rendimiento de cada trabajador y así a la productividad de las MIPYMES, siendo esto un factor muy negativo que dificulta el desarrollo comercial. Además, se constató que no existe un



buen ambiente laboral, que en un 53% no se realizan trabajos en equipo teniendo como resultado la inadecuada atención de los clientes, afectando su productividad en las ventas.

Un 56% de los administradores de locales no cree en la importancia de capacitar a sus empleados; el 44% conoce de las capacitaciones, pero no las emplea en su personal de trabajo. No incentiva a sus colaboradores económicamente, ni mediante reconocimientos, considerando que este último puede escoger al mejor trabajador cada cierto tiempo, permitiendo un mejor desempeño en sus labores, siendo eficientes y eficaces porque mientras más motivados estén, mejor va a ser su rendimiento dentro de la empresa.

Los encargados o dueños de las MIPYMES no seleccionan al personal de trabajo por sus capacidades o habilidades, sino que los escogen por la necesidad del momento; sin darse cuenta de que esto afecta a la empresa en el sentido en que no habrá eficacia por parte del trabajador.

## CONCLUSIONES

La psicología organizacional en la actualidad es muy importante si se sabe implementar desde los inicios de las MIPYMES, lo que permitirá mejorar la productividad empresarial y el sustento en el mercado.

En este sentido, Valero (2020) indica que: “la importancia de no seguir observando al trabajador como máquina, al contrario, es un ser de emociones: tristeza, alegría, las cuales afectan significativamente la productividad y competitividad de las organizaciones”. Ello permite considerar que los locales estudiados en la ciudad de Jipijapa, prolonguen su existencia, aplicando una cultura empresarial donde el

trabajador y el empresario puedan satisfacer mutuamente su bienestar, tanto personal como del negocio.

La psicología organizacional en la actualidad, más que una estrategia es una necesidad, la cual debe ser implementada por las MYPIMES de la manera más adecuada, porque gracias a ella se dan soluciones a muchos inconvenientes que se presentan en el camino; ya sea desde sus inicios como: la inversión, la contratación del personal adecuado, aceptación de clientes y así poder tener buena productividad y lograr mantenerse en el mercado, cumpliendo con los objetivos planteados.



## REFERENCIAS

- Blog Telesup. (27 de Septiembre de 2017). Blog de Educacion. Obtenido de <https://telesup.edu.pe/como-contratar-al-personal-adecuado-para-tu-empresa/>
- Camino, S. (25 de Agosto de 2019). El reto de la productividad empresarial en Ecuador. Recuperado el 15 de Septiembre de 2021, de <https://www.primicias.ec/noticias/firmas/el-reto-de-la-productividad-empresarial-en-ecuador/>
- Mayorga, C., Ruiz, M., Mantilla, L., & Moyolema, M. (2015). Procesos de producciión y productividad en la industria de calzado ecuatoriana: Caso empresa Mabelyz. *Revista ECA Sinergia* 6(7) , 88-100.
- Mera, C. (2013). Motivación y desempeño laboral: Un estudio con los ejecutivos de ventas de corporación Markbar 2012. Guayaquil, Ecuador: Trabajo especial de grado de la Universidad Guayaquil para optar al título de Psicologo Industrial.
- Moreno, L. (Septiembre de 2006). La Microempresa en Ecuador. Obtenido de <http://rfd.org.ec/biblioteca/pdfs/LP-092.pdf>
- Orozco, E., López, R., Zuleta, P., López, D., Giraldo, M., Gómez, M., y otros. (2013). Rol del psicólogo en las organizaciones. *Revista Virtual de Ciencias Sociales y Humanas "PSICOESPACIOS"* 7(11) , 409-425.
- Parella Stracuzzi, S., & Martins Pestana, F. (2010). Metodología de la investigación cuantitativa. Caracas, Venezuela: FEDUPEL, Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Ricoy, C. (2005). La teoría del crecimiento economico de Adam Smith. *Economía y Desarrollo* 138(1) , 11-47.
- Rondón, E. (2020). Psicología Organizacional como Componente Determinante de la Gerencia Interdisciplinaria. *Revista Scientific* 4(14) , 101-119.
- Sornoza, D., Parrales, M., Sornoza, G., Cañarte, T., Castillo, A., Guaranda, V., y otros. (2018). *Fudamentos de emprendimiento*. Alcoy, Alicante: 3 Ciencias.
- Sumba, R., & Santistevan, K. (2018). Las microempresas y la necesidad de fortalecimiento: reflexiones de la zona sur de Manabí, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad* 10 (5) .
- Torres, D. (2021). 12 problemas que enfrentan las pymes y cómo superarlos. Recuperado el 18 de Septiembre de 2021, de <https://blog.hubspot.es/sales/principales-problemas-pymes>
- Valero, E. (2020). Psicología Organizacional como Componente Determinante de la Gerencia Interdisciplinaria. *Revista Scientific* 5(18) , 17-34.
- Vicente, F. (8 de Marzo de 2016). Cómo captar clientes para mi empresa: Las 3 estrategias. Recuperado el 16 de Septiembre de 2021, de <https://www.tuposicionamientoweb.net/como-captar-clientes/>