



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERO EN CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA-CPA**

**TÍTULO DEL PROYECTO
ANALISIS DEL CLIMA LABORAL Y LA ATENCION AL CLIENTE
DE LOS EMPLEADOS DEL COMERCIAL “NEGOCIOS UNIDOS”
UBICADO EN EL CANTON EL TRIUNFO PROVINCIA DEL
GUAYAS 2014 - 2015**

Autores:

ANGIE DAYANARA AGUIRRE REYES

CINTHIA STEFANIA CAÑIZARES VASQUEZ

Milagro, Noviembre del 2015

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por el las estudiantes Aguirre Reyes Angie Dayanara y Cañizares Vásquez Cinthia Stefania, para optar al título de Ingenieras en Contaduría Pública y Auditoria y que acepto asesorar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 18 días del mes de Julio del 2015



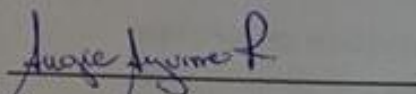
Ec. Ramírez Granda Roberth Fabián

CI.1102675285

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 23 días del mes de Octubre Del 2015



Angie Aguirre Reyes

CI: 0924679087



Cinthia Cañizares Vásquez

CI: 0928993849

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El tribunal calificador previo a la obtención del título de Ingeniera en Contaduría Pública y Auditoría otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]



Ec. Fabián Ramírez Granda
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

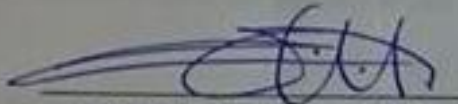

Ec. Carlos Ochoa González
SECRETARIO DEL TRIBUNAL
Lcdo. Raúl Minchala-Santander
VOCAL DEL TRIBUNAL

Aguirre Reyes Angie Dayanara

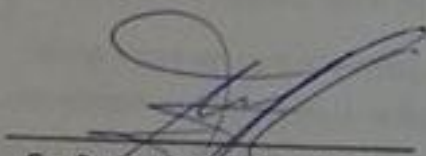
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El tribunal calificador previo a la obtención del título de Ingeniera en Contaduría Pública y Auditoría otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

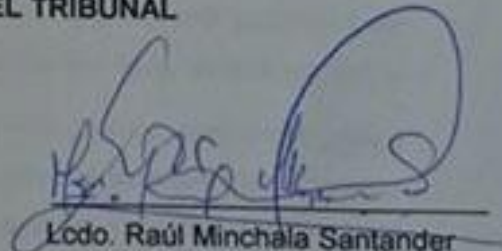
MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]



Ec. Fabián Ramírez Granda
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Ec. Carlos Ochoa González
SECRETARIO DEL TRIBUNAL



Ldo. Raúl Minchala Santander
VOCAL DEL TRIBUNAL

Cañizares Vásquez Cinthia Stefania

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo primero a Dios porque sin el nada de esto se estuviera dando, a mis amados padres Cecilia Reyes y Víctor Aguirre porque han sido la base fundamental en mi vida para poder llegar hasta donde estoy ahora.

A mis hermanas Aylis y Andrea Aguirre así como también a mis sobrinos Andrés y Angelina son quienes han estado conmigo en todo momento, en los altos y bajos que he pasado a lo largo de mi vida estudiantil y han sido mi base de apoyo para continuar y llegar hasta aquí.

A mis familiares por apoyarme en todo momento ya que ellos son quienes a lo largo de mi vida estudiantil han podido ver mis deseos de superación.

Angie Aguirre Reyes

AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud a Dios por darme paciencia y fuerza de voluntad para no decaer ante adversidades que se me han presentado, a mis padres ya que son quienes se han sacrificado a lo largo de su vida por encaminarme en la vida profesional.

Agradezco a la Universidad Estatal de Milagro por abrir sus puertas e inculcar en nosotros valores y su apoyo para nuestro crecimiento académico.

A cada uno de los docentes que impartieron sus conocimientos a lo largo de mi carrera.

Al personal y al propietario del comercial “Negocios Unidos” por permitirme obtener toda la información necesaria para desarrollar mi proyecto.

A los docentes Ec. Fabián Ramírez Granda y al Ec. José Díaz Montenegro por compartir sus conocimientos y brindarnos su ayuda para el desarrollo de nuestro Proyecto de Investigación.

Y a cada una de esas personas que de alguna u otra forma fueron para mí un apoyo a lo largo de mi carrera y en el desarrollo de este proyecto.

Angie Aguirre Reyes

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación lo dedico principalmente y especialmente a DIOS, por verme permitido culminar con mi formación profesional y por ser esa base principal de mi vida.

A mi madre Sra. Mercedes Vásquez Rodríguez, quien ha demostrado ser una madre ejemplar, que me ha sabido dar sabios consejos y que me han enseñado a no redimir ante los obstáculos que se presentan en la vida y mi padre el Sr. Ronald Cañizares Alvares, quienes son la fuente de apoyo constante e incondicional, que pese a los momentos difíciles que se presentaron me han sabido ayudar en todo cuanto he necesitado.

A mis hermanos Steven Josué Vásquez y Moisés David Vásquez, por su cariño y apoyo moral, A mis abuelos la Sra. María Rodríguez Zambrano, Sra. Emilia Alvares, el Sr. Gonzalo Cañizares, por su cariño.

Cinthia Stefania Cañizares Vásquez

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios, por su amor y la fuerza que me ha dado para culminar este proceso de mi formación profesional y a mis padres por su dedicación y esfuerzo para permitirme llegar a lo anhelado.

A quienes forman parte del comercial Negocios Unidos por permitir y brindar la información necesaria para el presente proyecto de investigación.

A todos los docentes que formaron parte de mi formación académica, por sus conocimientos impartidos y aún más a quienes formaron parte del proyecto de investigación, Eco. Fabián Ramírez nuestro director de tesis y al Eco. José Díaz, por la colaboración brindada para este proyecto.

Cinthia Stefania Cañizares Vásquez

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

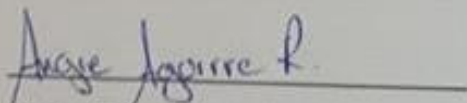
Fabrizio Guevara Viejo, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.


Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **"Análisis del clima laboral y la atención al cliente de los empleados del comercial "Negocios Unidos" ubicado en el cantón el triunfo provincia del guayas 2014 - 2015"** y que corresponde a la Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales

Milagro 23 de Octubre del 2015



Aguirre Reyes Angie Dayanara

Ci: 0924679087



Cañizares Vázquez Cinthia Stefania

Ci: 0928993849

ÍNDICE GENERAL

Contenido

ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	¡Error! Marcador no definido.
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN¡	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
introducción	1
CAPITULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1 Problematización	3
1.1.2 Delimitación del problema	7
1.1.3 Formulación del problema	8
1.1.4 Sistematización del problema.....	8
1.1.5 Determinación del tema.....	8
1.2 OBJETIVOS	8
1.2.1 Objetivo general.....	8
1.2.2 Objetivos específicos.....	9

1.3	JUSTIFICACIÓN	9
1.3.1	Justificación de la Investigación.....	9
CAPITULO II		11
MARCO REFERENCIAL		11
2.1	MARCO TEÓRICO.....	11
2.1.1	Antecedentes históricos.....	11
2.1.2	Antecedentes referenciales	17
2.1.3	FUNDAMENTACIÓN.....	21
FUNDAMENTACION PSICOLOGICA.....		21
2.2	MARCO LEGAL	26
2.3	MARCO CONCEPTUAL	31
2.4.1	Hipótesis General	33
2.4.2	Hipótesis Particulares	33
2.4.3	Declaración de variables	34
2.4.4	Operacionalizacion de las variables	035
CAPITULO III		40
MARCO METODOLÓGICO		40
3.1	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL	40
3.2	LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	41
3.2.1	Características de la población	41
3.2.2	Delimitación de la población	43
3.2.3	Tipo de muestra.....	44
3.2.4	Tamaño de la muestra.....	46
3.2.5	Proceso de selección.....	48
3.3	LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	48
3.3.3	Técnicas e instrumentos.....	50

3.4	PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	51
	CAPITULO IV	52
	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	52
4.1	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	52
4.1.1	descripcion de la muestra	52
4.1.2	destacar la estructura de la encuesta.....	53
4.2	ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.....	59
4.3	RESULTADOS	83
4.4	verificacion de las hipotesis.....	86
4.5	analisis de las entrevistas	89
	CONCLUSIONES.....	96
	RECOMENDACIONES	97
	ANEXOS	98
	BIBLIOGRAFÍA	109

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. Cronología de la evolución del clima laboral.....	16
CUADRO 2. Estudios Del Clima Laboral En Diferentes Ciudades	20
CUADRO 3. El Lado Humano De Las Organizaciones	23
CUADRO 4. Hipótesis General.	34
CUADRO 5. Objetivo General.	35
CUADRO 6. Variable específica 1.....	36
CUADRO 7. Variable Específica 2	37
CUADRO 8. Variable Específica 3	38
CUADRO 9. Variable Específica 4	39
CUADRO 10. Grupo Poblacional 1.	42
CUADRO 11. Grupo Poblacional 3	43
CUADRO 12. Tipos de Muestra.	45
CUADRO 13. Preguntas para determinar el objetivo general	53
CUADRO 14. Pregunta para determinar el objetivo específico 1	53
CUADRO 15. Pregunta para determinar el objetivo específico 2.....	54
CUADRO 16. Pregunta para determinar el objetivo específico 3.....	54
CUADRO 17. Pregunta para determinar el objetivo específico 4.....	55
CUADRO 18. Pregunta para Hipótesis General.....	56
CUADRO 19. Pregunta para Hipótesis Particular 1	56
CUADRO 20. Preguntas para verificar la Hipótesis Particular 2	57
CUADRO 21. Preguntas para verificar la Hipótesis Particular 3	57
CUADRO 22. Preguntas para verificar la Hipótesis Particular 4	58
CUADRO 23. Preguntas N°1 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	59
CUADRO 24. Preguntas N°2 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	61
CUADRO 25. Preguntas N°3 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	63

CUADRO 26. Preguntas N°4 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	65
CUADRO 27. Preguntas N°5 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	67
CUADRO 28. Preguntas N°6 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	69
CUADRO 29. Preguntas N°7 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	71
CUADRO 30. Preguntas N°8 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	73
CUADRO 31. Preguntas N°9 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	75
CUADRO 32. Preguntas N°10 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	77
CUADRO 33. Preguntas N°11 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	79
CUADRO 34. Preguntas N°12 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	81
CUADRO 35. Resultados según las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos” por objetivos.	83
CUADRO 36. Verificación de las hipótesis según las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	86
CUADRO 37. Estructura de las entrevistas aplicadas a los empleados del comercial “Negocios Unidos”	89

ÍNDICE DE FIGURAS

GRAFICO 1. Jerarquía de las necesidades	24
GRAFICO 2. Pregunta N°1 de la Encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	59
GRAFICO 3. Pregunta N°2 de la encuesta aplica a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	61
GRAFICO 4. Pregunta N°3 de la encuesta aplica a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	63
GRAFICO 5. Pregunta N°4 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	65
GRAFICO 6. Pregunta N°5 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	67
GRAFICO 7. Pregunta N° 6 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	69
GRAFICO 8. Pregunta N° 7 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	71
GRAFICO 9. Pregunta N°8 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	73
GRAFICO 10. Pregunta N° 9 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	75
GRAFICO 11. Pregunta N° 10 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	77
GRAFICO 12. Pregunta N° 11 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	79
GRAFICO 13. Pregunta N° 12 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”	81

RESUMEN

La atención al cliente que se brinda hoy en día en muchas empresas deja mucho que desear, a pesar de que se impulsan capacitaciones en las que se impulsan a que los empleados presten una buena atención de calidad a sus clientes.

Sin embargo este no es el caso del Comercial Negocios Unidos ubicado en el Cantón el Triunfo, debido a que existen falencias con respecto al trato que reciben los clientes por parte de los empleados de este comercial, así también por el trato que reciben los empleados por parte del empleador, dentro de este comercial el ambiente es tenso, los empleados no se encuentran motivados, por lo cual no pueden desempeñar bien su trabajo, dando así una mala imagen a los clientes de este comercial, haciendo que por sus malas actitudes estos visiten otros comerciales, y esto perjudica al comercial porque al perder los clientes las ventas de este comercial empiezan a disminuir lo cual no es favorable.

La presente trabajo de investigación, se analizará la incidencia del clima laboral del comercial negocios unidos y sus atención al clientes, dentro de este análisis conoceremos causas y consecuencia de este inadecuados clima laboral. Para esto se realizarán encuestas mismas que estarán dirigidas a los clientes del comercial, y entrevistas a los empleados del mismo, con el único propósito de conocer lo tanto los clientes como los empleados perciben del Comercial Negocios Unidos.

ABSTRACT

The customer service that is offered today in many companies is far from satisfactory, although training in which employees drive to provide good quality care to their customers drive.

However this is not the case of commercial business states located in canton el Triunfo, because there are shortcomings regarding the treatment of customers by employees of the business, so by the treatment of employees the employer, in this commercial the atmosphere is tense, employees are not motivated, so it cannot hurl their job well, giving a bad image to the customers of this business, making for their bad attitudes these visit other business, and this hurts to lose business because customers this commercial sales start to decrease which is not favorable.

The present research, the incidence of working environment of commercial business together and their attention to customers analyze, in this analysis we will know the causes and consequences of inadequate working environment. For this same survey they will target commercial customers, and interviews with employees thereof will be made with the sole purpose of knowing what both customers and employees perceive the commercial business states.

Palabras clave: *Clima Laboral- Atención Al Cliente – Motivación - Desempeño Laboral - Imagen Empresarial*

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo se centra en el Comercial “Negocios Unidos” del Cantón El Triunfo donde se ha localizado un problema debido al clima laboral inadecuado que está incidiendo notablemente en la atención que se brindan a los clientes.

Se ha puesto en manifiesto múltiples dificultades entre los empleados del comercial que provocan malestar y quejas de parte de los clientes de “Negocios Unidos”. Es por eso que mediante este proyecto de investigación se analizara de qué manera afecta el clima laboral en la atención a los clientes del comercial “Negocios Unidos” con la finalidad de ayudar a mejorar el clima laboral del comercial.

Además se analizara la relación que existe entre la motivación que el empleador de negocios unidos brinda al empleado y su desempeño en las labores de trabajo dentro del comercial.

El proyecto se fundamenta en el modelo de las teoría” x” y la teoría “y” de Douglas Mc Gregor y la pirámide de las necesidades de Maslow donde establece varios puntos de vista con respecto al empleador hacia sus empleados, en la teoría “x” afirma que los empleados solo trabajan bajo presión por lo cual el empleador solo debe amenazar y controlar para que estos den un mejor rendimiento en cambio en su teoría “y” manifiesta que los empleados trabajan por amor al trabajo y no deben trabajar solo bajo amenazas ya que entregan todo de sí porque son de su agrado las labores que realizan.

El proyecto está dividido en cuatro capítulos:

El Capítulo I explica la problemática, los objetivos propuestos y justificación de la investigación, es en este capítulo donde podremos tener una visión clara del problema existente y lo que el presente proyecto de investigación quiere lograr.

El Capítulo II nos muestra el marco referencial, donde se manifiestan los antecedentes históricos y referenciales de nuestra investigación además de conceptualizar los términos utilizados, se da explicación de las fundamentaciones

teóricas y legales en las que se basa el proyecto. También este capítulo identifica las variables a estudiar para el desarrollo de la investigación.

El Capítulo III se enfoca en el marco metodológico, explica el tipo y diseño de la investigación, determina la población y muestra que será estudiada además de señalar los métodos y técnicas a utilizarse

Y por último el Capítulo IV hace referencia a los resultados de las entrevistas y encuestas, se analiza la información obtenida, se tabula y se grafica estadísticamente. Es en este capítulo donde verificaremos las hipótesis planteadas.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

El clima laboral en el país a lo largo de los años se ha convertido en un factor muy importante dentro de las empresas es por eso que el gobierno actual Eco. Rafael Correa Delgado se había dispuesto a medir el clima laboral a través de la empresa GREAT PLACE TO WORK en el año 2013 quien por medio de encuestas realizadas a 15858 servidores públicos buscaba determinar qué tan satisfactorio era el clima laboral en algunas empresas.¹

Fueron 16 las instituciones priorizadas para realizar la encuesta la cual se la hizo por medio del portal web de la empresa GREAT PLACE TO WORK pero también se realizaron de manera física a 873 servidores.²

En el 2014 – 2015 se volvió a realizar la encuesta por medio el SNAP (Secretaria Nacional de la Administración Publica) donde fueron encuestadas 24140 personas esta vez ya de un número mayor de empresas, fueron 50 empresas de servicios como hospitales, Ministerios etc. Estas encuestas dieron como resultados que 30 de

¹ ADMINISTRACION PUBLICA, Secretaria Nacional de la Administración Pública: *“La medición del Clima Laboral sigue en Marcha”*, <http://www.administracionpublica.gob.ec/la-medicion-de-clima-laboral-y-cultura-organizacional-sigue-en-marcha/>

² Ibid

las 50 empresas encuestadas en el Ecuador cuentan con un ambiente laboral positivo, lo que el Gobierno busca con este mecanismo es mejorar la atención en los Usuarios de las empresas públicas y así mismo en algún momento ampliarse al sector privado además de también como es su percepción del área de trabajo de los servidores por lo que también dio un reconocimiento a las 30 de las 50 empresas encuestadas por haber obtenido como resultados un clima laboral positivo.³

En el caso de ciertas empresas privadas del Ecuador que se preocupan por el clima laboral también realizan mediciones periódicas que les permite conocer que tan a gusto se encuentra el trabajador en su área de trabajo.

Entre las empresas con un mejor clima laboral en el Ecuador se encuentran Belcorp, ACCOR, Novartis, Yambal, Telefónica S.A. y el Banco General Rumiñahui según resultados de una encuesta realizada por GREAT PLACE TO WORK pero así mismo existen empresas que no se preocupan por el bienestar laboral de sus empleados sobre todo en el sector privado el problema en cuanto al clima laboral de las empresas públicas es la sobrecarga de trabajo lo que provoca que haya malas atenciones en los usuarios de los servicios públicos lo mismo ocurre en el sector privado aquellas empresas que no están pendientes de si el empleado se siente satisfecho en cuanto a su entorno de trabajo tienden a dar una mala atención a sus clientes.⁴

Es de conocimiento que hoy en día a nivel provincial se brindan capacitaciones en cuanto a clima laboral es por eso que muchas de las empresas como lo son Consorcio Nobis en la actualidad ya no solo velan por el bienestar y satisfacción de sus clientes sino también por mejorar cada vez más el entorno de trabajo de sus

³ ANDES, Agencia Publica De Noticias Del Ecuador Y Suramérica: *“Ecuador garantiza la calidad del servicio público con un buen clima laboral”*, <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-garantiza-calidad-servicio-publico-buen-clima-laboral.html>

⁴ INSTITUTE GREAT PLACE TO WORK, Great Place To Work: *“Las mejores Multinacionales en America Latina”*, <http://www.greatplacetowork.com.pe/mejores-empresas/las-mejores-empresas-para-trabajar-en-america-latina/las-mejores-multinacionales-para-trabajar-en-america-latina>

empleados ya que en muchas ocasiones es este de gran influencia para la acogida de clientela.

En el Cantón El Triunfo existe un alto índice de comerciales dedicados a la compra y venta de bienes y víveres de primera necesidad entre los más reconocidos: Empresas Industriales Asociadas “T.I.A”, El Nuevo Favorito, Comercial “Su Mini Tienda”, Comercial “Rosita”, Comercial “Negocios Unidos” por lo que es bastante competitivo el sector comercial en este lugar lo que obliga a las empresas a tener muy en cuenta varios aspectos que podrían afectar en el crecimiento de sus negocios por lo que consideramos que uno de los principales asuntos de preocupación debería ser el clima laboral pero en el Comercial “Negocios Unidos” este es uno de los factores que se está descuidando lo que ha generado que el clima laboral en el comercial sea tenso y esté afectando con gran intensidad en la actitud de los empleados hacia los clientes.

Una de los principales problemas que incide en el clima laboral del comercial es la sobrecarga horaria con sueldos inadecuados a los trabajadores lo que provoca que los mismos se sientan con estrés laboral y presenten una actitud cansada y desinteresada al momento de brindar sus servicios de atención a la clientela.

También existen los conflictos entre el personal, constantes discusiones y muchas veces frente al cliente lo que provoca que ellos se lleven una mala imagen del comercial.

En los últimos meses se ha podido notar una gran disminución en las ventas diarias del comercial debido a que los clientes no se sienten satisfechos con la atención que los empleados les brindan y los ha empujado a que realicen sus compras en los comerciales competidores de “Negocios Unidos”.

Por la poca comunicación que existe entre los empleados y entre el empleado – Patrono es una de las principales afecciones al clima laboral del comercial no hay una correcta designación de puestos y tareas por parte del Patrono lo que ha generado que los empleados se encuentren haciendo tareas que no son las adecuadas para mejorar el servicio que brinda el comercial, también por la mala

comunicación entre los empleados no se ha podido mejorar en ya varios años este aspecto de la atención a su clientela.

Otro problema que se pudo detectar es las situaciones físicas en las que los trabajadores realizan su trabajo estas no son las más adecuadas ya que no cuentan con las comodidades, insumos y materiales necesarios para realizar su trabajo dentro del comercial.

Si no se mejora estas situaciones que están influyendo de gran manera en los empleados y en el crecimiento del comercial podría ocasionar desde el abandono de los empleados y clientes hasta el cierre del comercial, debido a que si los empleados están desmotivados e insatisfechos por su entorno laboral no realizaran su trabajo de manera adecuada por lo tanto no darán un buen trato a la clientela y esta se seguirá retirando del comercial, también si no existe un incentivo o motivación por parte del patrono a sus empleados llegara un momento en que estos se cansaran, abandonararan el comercial y buscaran un trabajo donde se sientan más satisfechos, además si no se mejora enseguida el clima laboral aparte de quedarse sin personal el cual ya conoce el movimiento del negocio tendría mayores gastos en capacitar a personal nuevo hasta que estos se adapten, la clientela seguirá disminuyendo por lo tanto las ventas también que son su principal fuente de ingresos y si estas descienden no tendría como pagar a sus proveedores lo que ocasionaría que exista un gran endeudamiento que no pueda cubrir y esto obligue al cierre del Comercial.

Existen diferentes acciones que se podrían tomar en cuenta para mejorar todos estos aspectos que están influyendo en el clima laboral del Comercial como el constante incentivo a los empleados por su trabajo bien realizado lo cual impulsara a que el empleado se esmere por realizar su trabajo de manera correcta.

Mejorar la comunicación entre los empleados y empleado – patrono realizando periódicas reuniones para que todos conozcan los diferentes factores que podrían afectar al clima laboral es decir; saber si el empleados se siente satisfecho y seguro con su entorno laboral, si este tiene algún problema para realizar su trabajo, los

insumos que necesita para trabajar de manera correcta entre otros que solo se los podrá conocer realizando por lo mínimo una reunión mensual.

Brindar capacitaciones sobre atención al cliente para los empleados y para el patrono lo cual ayudara en la mejora de la atención de su clientela.

Designar cargos con mayores rangos para que exista un mayor control sobre el personal y se pueda trabajar en equipo lo que mejorara las relaciones personales entre los empleados por ejemplo designar o contratar un jefe de personal ya que en el comercial existe una sola autoridad.

Abastecer a los empleados de insumos para realizar sus labores de manera mensual para que así estos tengan la comodidad para trabajar y también mejorar el entorno físico en el que el trabajador se desenvuelve realizando sus labores.

Elaborar un horario no tan pesado para el trabajador; es decir que este no tenga muchas horas laborales en un solo día si no únicamente las reglamentarias que son 8 horas diarias y si el empleado trabajase más de las horas estipuladas por la ley pagarlas como horas suplementarias o extraordinarias y así el empleado no sentirá la presión del estrés laboral.

1.1.2 Delimitación del problema

Campo: Ingeniería en C.P.A.

Área: Recursos Humanos

Aspecto: El Clima Laboral y la Atención al Cliente

Espacio: El Triunfo – Guayas – Ecuador

Tiempo: 2014 – 2015

En el Cantón el Triunfo predomina un gran número de personas dedicadas al comercio, misma actividad comercial que depende de la fidelización de los clientes, como una base fundamental para sus ingresos, por ello se analiza en el periodo

2014-2015, para determinar cómo se encuentra el nivel de la atención que brindan los empleados a los clientes, en este del comercial “Negocios Unidos”.

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera impacta el clima laboral de los empleados en la atención de los clientes del comercial Negocios Unidos?

1.1.4 Sistematización del problema

- ¿Qué impacto tiene la comunicación entre el personal del comercial “Negocios Unidos” en la atención al cliente?
- ¿Cómo incide carga laboral con sueldos inadecuados en la motivación de los empleados del comercial “Negocios Unidos”?
- ¿Cómo afectan las relaciones personales de los empleados, en la imagen empresarial del comercial “Negocios Unidos”?
- ¿Cómo está afectando la fidelidad de los clientes, en las ventas periódicas del comercial “Negocios Unidos”?

1.1.5 Determinación del tema

Análisis del clima laboral y la atención al cliente de los empleados del comercial “NEGOCIOS UNIDOS” ubicado en el Cantón El Triunfo provincia del Guayas 2014 – 2015

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

Determinar cómo afecta el clima laboral de los empleados de “Negocios Unidos” en la atención de sus clientes mediante un análisis sistematizado que permita conocer la importancia de la mejora del ambiente laboral de la empresa tanto para los clientes como para los empleados.

1.2.2 Objetivos específicos

- Constatar el impacto de la comunicación entre el personal del comercial en la atención al cliente
- Determinar cómo incide la carga laboral y nivel de remuneraciones en la motivación de los empleados
- Analizar de qué manera afecta las relaciones personales de los empleados en la imagen empresarial del comercial “Negocios Unidos”
- Determinar cómo está afectando la fidelidad de los clientes, en las ventas periódicas del comercial “Negocios Unidos”

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la Investigación

El clima laboral es muy importante hoy en día para las empresas ya que muchas veces de esto depende el buen funcionamiento de la misma, si el clima laboral en las empresas es inadecuado los empleados se sentirán insatisfechos con respecto a su entorno de trabajo en cuanto a medidas personales y de seguridad.

Grandes empresas muchas veces se ven afectadas por el clima laboral por que se han despreocupado por velar que el mismo esté funcionando de la mejor manera en todos sus aspectos como: la estructura de la organización, la responsabilidad de los trabajadores y de los empleadores, recompensas y beneficios para los y las trabajadores(as), desafíos y posibilidad de emprender nuevos proyectos, relaciones entre trabajadores y entre trabajador y sus jefes, cooperación, identidad y orgullo que se sienta con la organización, entre otros factores.⁵

⁵ UDEC, Casa De Exalumnos Udec: *“La importancia de mantener un buen Clima Laboral”*, <http://www.udec.cl/exalumnos/node/1550>

Analizando aquellos factores que están afectando el clima laboral las empresas podrán tomar medidas a tiempo para corregir aquellas falencias que impiden que el clima laboral en la empresa de frutos positivos para la institución.

Si se toma las medidas correctas y se mejora el clima laboral en las empresas habrá empleados contentos, motivados y orgullosos de pertenecer a las empresas donde laboran, tendrán un mejor rendimiento en sus labores diarias así como también la atención que le brindaran a los clientes será la mejor, los clientes se sentirán a gusto y podría convertirse en clientes habituales de las empresas, si las empresas tienen mayor número de clientes habituales tendrán una mejor imagen empresarial y acogerán mayor clientela por lo tanto sus ingresos por ventas subirán notoriamente.

El comercial Negocios Unidos se verá muy beneficiado si logra corregir estos problemas en su clima laboral, desde fidelizar clientes y empleados hasta incrementar su nivel de ingresos y mejorar su imagen empresarial.

Se eliminaría el ambiente tenso que viven los empleados y mejoraran las relaciones interpersonales entre los mismos es evidente que al mejorar todos estos factores los empleados brindaran una excelente atención y de calidad a los clientes del comercial.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

Los orígenes del clima laboral se sitúa en la escuela de Gestalt (del alemán Gestalt) esto se dio durante la segunda guerra mundial en 1914-1918. Los Psicólogos de la escuela de Gestalt introdujeron un elemento que en ese momento era totalmente novedoso, este nuevo elemento permitiría percibir los estímulos de forma independiente.

Posteriormente en el 1939 Lewin, Lippitt y White incorporan el término “clima social” en un trabajo publicado por ellos. En el que según Lewin, el clima social respondería a las características de un contexto determinado.

En 1950 CORNELL viene a definir el clima como el conjunto de las percepciones de las personas que integran la organización. Aunque este constructo, como tal no se elaboró hasta la década de los 60.⁶

Según Davis y Newstron mencionan que ningún clima laboral es mejor que otro ya que lo mejor depende de lo que se conoce sobre el comportamiento humano, sin

⁶ IBARRA VELAZQUEZ, GARCÍAS RAMÍREZ, Biblioteca Virtual Eumed “*orígenes del clima laboral*”, http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacional.html

embargo Pines y Aronson mencionan que el ambiente laboral que debe buscarse es aquel que ofrece un trabajo significativo y que a su vez reduzca la probabilidad de fatiga en los empleados de la organización.⁷

Desde 1960, el estudio del clima laboral se ha venido desarrollando, ofreciendo una amplia gama de definiciones del concepto. No obstante, independientemente de como se conciba, el enfoque adoptado, de la caracterización o tipologías del clima, hay un significativo consenso en considerar que el clima es el conjunto de percepciones que tienen sobre la organización los empleados de la misma considerados como un todo. La percepción se refiere a aquel proceso mediante el cual el ser humano organiza, interpreta y procesa diversos estímulos a fin de darle significado a su situación y su entorno.

Poco después en el año de 1968 Tigiuri dijo una definición que se fundamenta en la visión del clima laboral como una característica del ambiente total de la organización, una visión más clásica y utilizada. El clima es una cualidad relativamente duradera del ambiente total se basa en una experiencia, que influye en su conducta del ser humano.⁸

Por otra parte Manuel Silva en 1996 menciona que el clima laboral es un atributo del individuo, estructura perceptual y cognitiva de la situación que se vive de un modo común dentro de una organización, formando su propia percepción de lo que les rodea.⁹

Más recientemente Pérez de Maldonado plantea que el ambiente de trabajo o clima laboral puede ser entendido como un fenómeno socialmente construido, que surge

⁷ NIDIA GARCIA, MARTA ROJAS, NATLIA CAMPOS *“la administración escolar para el cambio y mejoramiento de las instituciones”* Pág. 108

⁸ GASPAR BERBEL GIMENEZ, *“manual de recursos humanos”*, https://books.google.com.ec/books?id=xTaAvxr2yPQC&redir_esc=y , Pág. 92

⁹ Ibid

de las interacciones individuo-grupo. Es un resultado a las experiencias individual y grupal dentro de la organización.¹⁰

Preocuparse por el clima laboral de la organización y el rendimiento de sus empleados juega un papel muy importante para la productividad y eficacia de una organización; al mismo tiempo que mejora el alcance de las metas financieras que tiene la institución gracias al rendimiento óptimo que causa en sus empleados. No es suficiente con brindar la capacitación necesaria y las herramientas de trabajo al personal para que haga sus tareas, es indispensable lograr que se sienta cómodo y seguro con su medio laboral, con sus compañeros y jefes.¹¹

En la actualidad el clima laboral no es un tema que pasa desapercibido dentro de la funcionalidad de las empresas. Los empleados cada vez exigen más buenas condiciones laborales que les permitan desarrollarse profesionalmente como es debido. Un estudio realizado a 3 mil trabajadores expresó que el 54% de estos percibe el clima laboral de sus empresas bajo cierta inestabilidad, pues en ocasiones es bueno y en otras oportunidades no. El 29% de los empleados afirmó que no experimentan un buen clima laboral en sus trabajos, mientras solo un 17% manifestó que el sí se desempeña dentro de un clima laboral favorable. Como se puede observar, la minoría de este estudio es la que goza de pertenecer a una organización en la que el ambiente de trabajo representa un interés relevante, lo cual es preocupante.¹²

Las consecuencias que un mal clima laboral tanto para los empleados como para la empresa son realmente perjudiciales. Según este mismo estudio, un 5% de los

¹⁰ PEREZ DE MALDONADO, Dialnet Clima Organizacional: *“inductores del cambio organizacional y gerencial”*, <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2310289>.

¹¹ BLOG TECOLOCO HONDURAS, *“Influencia del ambiente laboral en los trabajadores”*, <http://www.tecoloco.com.hn/blog/influencia-del-ambiente-laboral-en-los-trabajadores.aspx>

¹² Ibid

entrevistados expresó sus deseos de renunciar al trabajo debido al insoportable clima laboral que viven en su institución. Pues si bien es cierto que el trabajador puede sustituirse, se requiere de procesos de entrenamiento y capacitación para el nuevo elemento, en los cuales la empresa tiene que invertir dinero.

El clima laboral positivo genera trabajadores más satisfechos con las condiciones laborales, interesados en hacer bien las actividades y tareas, activos en el aporte de opiniones, se sienten más comprometidos con la empresa y motivados a producir más. Bajo la misma lógica, al sentirse bien con la empresa y el entorno laboral se espera que los empleados eviten conflictos y logren así que el trabajo tenga mejores resultados.¹³

Actualmente el clima laboral integra una diversidad de dimensiones, enfoques o registros, que constituyen ópticas diferentes, y en la mayoría de los casos mezclas o combinaciones de los conceptos ahora mencionados:

Valorar las condiciones físicas en las que se realiza el trabajo, dentro la organización. Sin lugar a duda dentro del clima laboral también está la progresiva a los riesgos, accidentes o enfermedades que pueden ocurrirles a los empleados dentro de la organización.

Las percepciones compartidas por los miembros de una organización respecto al trabajo y, por tanto, las relaciones interpersonales que tienen que ver con el entorno laboral.¹⁴

Los mismos gobiernos hoy en día están preocupados por ofrecer a sus servidores públicos la mejora del clima laboral, para que estos se sientan satisfechos al momento de realizar a aquellas funciones delegadas.¹⁵

¹³ Ibid

¹⁴ JOSE TEJADA FERNANDEZ, VICENTE GIMENEZ MARIN “*formación de formadores volumen 2*, https://books.google.com.mx/books/about/Formaci%C3%B3n_de_formadores.html?hl=es&id=kHkYLB4u1FkC”, Pág.67

Es por el cual surge la necesidad de este análisis del clima laboral en el comercial Negocios Unidos ya que en los últimos meses se ha desarrollado un clima laboral pésimo tanto así que esto está afectando en la atención de sus clientes y a su vez haciendo que estos abandonen el comercial para buscar otros en el que reciban un mejor trato. Es de suma importancia que tanto este comercial como otros conozcan sobre el comportamiento del clima laboral ya que si dentro de la empresa se maneja un clima laboral agradable tanto para el patrono como para el empleado, se mantendrán a gustos y así poder atender de la mejor manera posibles a los clientes y ejercer mejor sus funciones sin necesidad de sentirse desmotivados o con poco interés en su trabajo.

¹⁵ NOTICIAS ECUADOR INMEDIATO *"gobiernos apuntan a calidad del mejor clima laboral"*, http://www.ecuadorinmediato.com:8080/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818785876&umt=gobierno_apunta_a_calidad_en_servicios_publicos_generando_mejor_clima_laboral

CUADRO 1. Cronología de la evolución del clima laboral

Periodos	Escritores	Definición Del Clima Laboral
1966	KATZ Y KAHN	Sistema de valores dentro de la organización
1967	LIKERT	Es un estilo de trabajo en grupo.
1968	TAGIURI	Cualidad relativamente perdurables del ambiente laboral
1976	PAYNE Y PUGH	Es el resultado de las experiencias vividas por los individuos en la organización.
1978	LITWIN Y STINGER	Es un filtro en el que pasan los fenómenos objetivos de la empresa.
1987	ARGYRIS	Políticas formales basadas en la necesidad de los trabajadores y la personalidad de la propia organización.
1988	ROUSSEAU	Percepción que desarrollan los individuos en las convivencias con otros individuos.
1994	SHERMAN Y BOHLANDER	Puede ser una herramienta efectiva en el desempeño del empleado o un ausentismo en el desempeño de la productividad.
1996	MANUEL SILVA	Es un atributo que posee el individuo

Fuente: evolución del clima laboral en cada investigación
Elaborado por: Angie Aguirre – Cinthia Cañizares

2.1.2 Antecedentes referenciales

María Belén Montenegro Valles estudiante de la Universidad Central del Ecuador realizo un estudio a las empresa “Tame” donde ella destaca que uno de los principales problemas de la empresa es que hay una deficiente comunicación y trabajo en equipo lo que dificultan las relaciones laborales y pretenden probar el cómo influye el clima laboral en los trabajadores de esta empresa.¹⁶

Llego a la conclusión que pueden mejorar las relaciones laborales mejorando el clima laboral de la empresa por lo que recomiendan brindar capacitaciones para cumplir objetivos.¹⁷

Relacionando este análisis con nuestro estudio, podemos decir que teniendo un clima laboral inadecuado provocado por la falta de comunicación, conflictos personales va a afectar en gran cantidad a las relaciones laborales que se tengan dentro del comercial objeto de estudio.

Milena Stefania Bustamante Castro y Klever José Reyes Valdivieso estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro realizaron un estudio al Hospital IESS de Duran (Área de estadística).

Se centra en la atención al cliente brindada por esta área quiere verificar porque existen muchas quejas de parte de los usuarios del hospital con respecto a este departamento y a todo el hospital en general ya que se dice que ni jubilados ni afiliados están satisfechos con la atención y servicios que les brinda el hospital.

El clima laboral es muy conflictivo y afectan directamente con una inadecuada atención a los pacientes, no existen valores como la tolerancia, compañerismo,

¹⁶ MONTENEGRO, Repositorio Digital UCE: “*El clima laboral y la influencia en la satisfacción de los trabajadores de la empresa pública “Tame”, en la unidad de negocio Quito periodo 2011-2012*”; <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1407>

¹⁷ Ibid

respeto, paciencia y empoderamiento del trabajo lo que incide en el clima laboral y por ende afecta a la empresa y al usuario.¹⁸

Por lo que ellos concluyen que el clima laboral hostil que predomina en el área de estadística del IESS Duran incide notablemente en la atención que recibe el usuario y todo esto es provocado por la falta de comunicación entre empleados, los problemas personales y la poca motivación que reciben, por lo que recomiendan que se debe aplicar estrategias correctamente para solucionar los problemas laborales y así favorecer la calidad de atención.¹⁹

Se puede identificar que en nuestro análisis con el comercial “Negocios Unidos” los problemas que inciden en la atención al cliente y las relaciones laborales entre los empleados son similares a los que ocurren en cualquier otra empresa con problemas de clima laboral inadecuado y se puede notar que en todos los casos de estos problemas inciden en los servicios o atención brindada al usuario o cliente.

María Fernanda Díaz Sotomayor y Patricia Carolina Moran Espín alumnas de la Universidad Católica del Ecuador realizaron un estudio del clima laboral de la empresa “America Call Center” de la ciudad de Quito ellas identifican que uno de los principales problemas en el clima laboral de esa empresa es las instalaciones muy reducidas lo que impide que la empresa llegue a cumplir la visión planteada los empleados, no tienen una comunicación muy buena y no relacionan valores con los objetivos empresariales otra de las causas que afecta el clima laboral.

Según lo expuesto en este estudio es la falta de reconocimiento por parte de la empresa al desempeño de sus empleados lo que provoca un personal con falta de motivación sin visión a un futuro dentro de la empresa por lo que ellas llegan a la

¹⁸ BUSTAMANTE REYES, Repositorio Digital Universidad Estatal De Milagro: *“Diseño de estrategias que contribuyan a la mejora de las relaciones interpersonales de los empleados del hospital IESS Durán en el área de estadística, fomentando la salud ocupacional y optimizando la atención al usuario”*

¹⁹ Ibid

conclusión de que el clima laboral es una parte esencial dentro de las empresas para su correcto funcionamiento y la prestación de servicios de calidad y recomiendan mantener informado al personal sobre los planes de mejora que se realicen en la empresa y el involucramiento de todo el personal en el mismo.²⁰

En la Universidad Tecnológica Israel se realizó un estudio del clima organizacional a las Industrias “Kmaleon” en la ciudad de Cuenca donde han podido identificar que los principales problemas que afectan el clima laboral de esta institución es la falta de planificación, trabajo en equipo deficiente, conflictos internos, duplicidad de funciones y la falta de identidad por parte de los colaboradores.

El estudio se centra en toda la empresa no en una sola área específica por lo que plantean que para que la empresa pueda competir en el mercado industrial debe empezar por mejorar aquellos problemas que están afectando su clima laboral.

Es por esto que llegan a la conclusión de que las mejoras en el clima organizacional dentro de la empresa generan un buen ambiente de trabajo, mejora las condiciones y se puede obtener mejores resultados de manera eficiente por un aumento de la producción.

Dan como recomendación que se pueden aplicar diversas estrategias como realizar reuniones conjuntas para que todo el personal sienta compromiso con la empresa y que a su vez se motive a los empleados para que estos den su mejor rendimiento.²¹

A continuación se presenta una matriz con los principales problemas encontrados en cada investigación.

²⁰ DIAZ; MORAN, Repositorio Digital PUCE: “Análisis del clima laboral, cultura organizacional y realización de un plan de mejora en la empresa America Call Center en la ciudad de Quito” <http://repositorio.puce.edu.ec/>

²¹ ANONIMO UISRAEL, Repositorio Digital Universidad Tecnológica Israel: “Análisis del clima organizacional de Industrias Kmaleon en la ciudad de Cuenca y propuesta de mejoramiento”, <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/213/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-486.pdf>

CUADRO 2. Estudios Del Clima Laboral En Diferentes Ciudades

TITULO DE LA INVESTIGACION	AÑO DE PUBLICIDAD	CIUDAD DE INVESTIGACION	PRINCIPALES PROBLEMAS DETECTADOS
El clima laboral y la influencia en la satisfacción de los trabajadores de la empresa pública “Tame”, en la unidad de negocio Quito periodo 2011-2012”;	2011	QUITO	Deficiente comunicación.
			Falta de trabajo en Equipo.
Diseño de estrategias que contribuyan a la mejora de las relaciones interpersonales de los empleados del hospital IESS Durán en el área de estadística, fomentando la salud ocupacional y optimizando la atención al usuario	2013	MILAGRO	Clima Laboral Conflictivo
			Falta de valores
			Falta de comunicación
			Problemas Personales.
Análisis del clima laboral, cultura organizacional y realización de un plan de mejora en la empresa America Call Center en la ciudad de Quito	2011	QUITO	Instalaciones reducidas
			Falta de comunicación
			Empleados desmotivados.
Análisis del clima organizacional de Industrias Kmaleon en la ciudad de Cuenca y propuesta de mejoramiento”,		CUENCA	Falta de Planificación
			Trabajo en equipo deficiente
			No existen áreas definidas

Fuente: Estudios relacionados en cada investigación
 Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN

FUNDAMENTACION PSICOLOGICA

La teoría del clima laboral de Mc Gregor examina las teorías relacionadas con el comportamiento de las personas y el trabajo denominados la Teoría “x” y la Teoría “y”, teorías basadas en la motivación y fuerza laboral.²²

Según Mc Gregor en su Teoría “x” deduce que los directivos piensan que los empleados trabajan solo bajo amenazas, supone que el trabajador es pesimista se considera que para cumplir los objetivos el empleado debe ser presionado ya que son poco ambiciosos y prefieren evitar responsabilidades, necesitan ser dirigidos y piensan solo en sí mismo.²³

Mc Gregor plantea en esta teoría que el directivo solo debe dirigir, amenazar y controlar para que su equipo de trabajo de su mejor rendimiento y así mismo recompensar económicamente por eso esta teoría considera que es necesario que en cada nivel se encuentre un supervisor que dirija a sus subordinados pero indica que el ambiente o clima laboral altamente supervisado se torna carente de confianza.²⁴

En la teoría “x” los directivos o supervisores tienden a creer que todo aquello que ocurra en la organización tiene un culpable ya que todos los empleados piensan únicamente en sí mismos y no como un grupo o equipo de trabajo que saquen adelante los objetivos de la organización en conjunto por el motivo que el trabajador

²² MC GREGOR, Douglas: *“El lado Humano de las Organizaciones”*, https://isabelportoperez.files.wordpress.com/2011/11/direccic3b3n_x_y.pdf , Pag.42 - 58

²³ Ibid

²⁴ Ibid

no busca comprometerse con la empresa sino solo trabajar para recibir su recompensa monetaria.²⁵

En la teoría “y” define que los empleados trabajan porque la gente quiere y necesita trabajar, además se los conoce como uno de los activos principales de la empresa mismo que es considerado como una persona optimista, dinámica y flexible se cree que los trabajadores disfrutan del trabajo que realizan.²⁶

En esta teoría afirma que los empleados son capaces de resolver cualquier problema que se presentare en la empresa ya que disfrutan de su trabajo físico y mental y son capaces de llevar relaciones laborales muy afectivas con sus compañeros y directivos y resuelven los problemas de manera creativa pero esto a veces es desaprovechado por las organizaciones ya que crean normas y reglamentos muy estrictos que cortan al empleado su libertad de desarrollarse y realizar su trabajo disfrutando del mismo ya que el directivo piensa que la magnitud o desempeño del trabajo se relaciona únicamente con las recompensas económicas que el empleado reciba por su trabajo.²⁷

La teoría “y” por lo general se basa en que los directivos afirman que proporcionando las condiciones apropiadas para trabajar el empleado trabajara bien y tendrán un buen rendimiento y que uno de los factores motivantes es la satisfacción de realizar bien su trabajo ya sea físico o intelectual.²⁸

²⁵ Ibid

²⁶ MC GREGOR, Douglas: *“El lado Humano de las Organizaciones”*, https://isabelportoperez.files.wordpress.com/2011/11/direccic3b3n_x_y.pdf, Pág. 42 - 58

²⁷ Ibid

²⁸ Ibid

CUADRO 3. El Lado Humano De Las Organizaciones

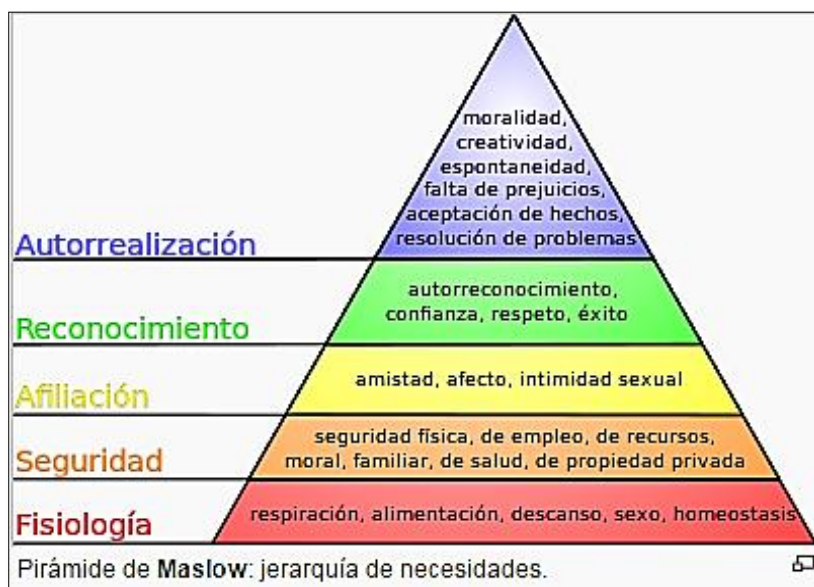
SUPUESTOS DE LA TEORIA X	SUPUESTOS DE LA TEORIA Y
Trabajan lo menos posible	Consideran al trabajo natural como un juego
Carecen de ambición	Se auto-dirigen a la consecución de los objetivos que se les confían
Evitan responsabilidades	En ciertas condiciones buscan responsabilidades
Prefieren que los manden	Tienen imaginación y creatividad
Se resisten a los cambios	Sienten motivación y desean perfeccionarse
Son crédulos y están mal informados	Asumen objetivos de la empresa si reciben compensaciones por lograrlo
Haría muy poco por la empresa sino fuera por la dirección	Asumen objetivos de la empresa si reciben compensaciones por lograrlo, sobre todo reconociendo los méritos.

FUENTE: El lado humano de las organizaciones, Douglas Mc Gregor
 ELABORADO POR: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

FUNDAMENTACIÓN SOCIAL

La teoría de Mc Gregor establece una jerarquía basando sus dos teorías en la pirámide de Maslow que se trata sobre la jerarquía de las necesidades agrupadas en cinco niveles denominados Fisiología, seguridad, afiliación, reconocimiento,

GRAFICO 1. Jerarquía de las necesidades



FUENTE: Jerarquías De Necesidades
ELABORADOR: Abraham Maslow

Esta teoría esta agrupada en cinco necesidades sus primeras cuatro niveles pueden agrupados como necesidad de déficit, la idea básica es solo atender a las necesidades superiores cuando se han satisfechos las necesidades inferiores.²⁹ Podríamos decir que todo se basa en una necesidad según la pirámide de Maslow dispondríamos de:

²⁹ MASLOW, Abraham: "Motivación y Personalidad", <https://goo.gl/xqrmwj>, Pág. 37 - 69

- Necesidades básicas.- basadas en la homeostasis como necesidad de respirar, necesidad de dormir, necesidad de sentir dolor, necesidad de mantener la temperatura corporal en un ambiente cálido.³⁰
- Necesidades de seguridad y protección.- están surgen cuando las necesidades fisiológicas están satisfechas, la misma que se refieren a sentirse seguro y protegidos.³¹
- Necesidades sociales.-son las relaciones y aceptación social, amistades, colegas y familia.³²
- Necesidades de estima.- Maslow describe dos tipos de estima, alta y otra baja.³³
- La alta estima está basada en el respeto a uno mismo e incluye sentimientos tales como la confianza, competencia, maestrías en otros. Y la baja estima basadas en el respeto a los demás la atención y apreciación a los demás.³⁴
- Autorrealización.- relacionada con la necesidad psicológica más elevada del ser humano, se halla en la cima de las jerarquías, y es a través de su satisfacción que se encuentra una justificación o un sentido válido a la vida.³⁵

La teoría “x” y la teoría “y” se relacionan con esta teoría y ambas serán muy útiles para el desarrollo de nuestra investigación ya que nos dirigimos al clima laboral del comercial el cual está siendo muy afectado por cuestiones personales de los empleados y por malas relaciones existentes entre los mismos. La teoría de la

³⁰ Ibid

³¹ Ibid

³² MASLOW, Abraham: *“Motivación y Personalidad”*, <https://goo.gl/xqrmwj>, Pág.37 - 69

³³ Ibid

³⁴ Ibid

³⁵ Ibid

Pirámide de Maslow será la que más aporte por el lado personal de los empleados ya que se basa en las necesidades básicas de una persona y relacionándola con las teorías de Mc Gregor tendremos un resultado satisfactorio en cuanto a relaciones y cuestiones personales de los empleados para que así estas situaciones se disminuyan y el clima laboral del comercial sea positivo

2.2 MARCO LEGAL

Art. 42 CODIGO DE TRABAJO.- Obligaciones del empleador.- Son obligaciones del empleador:³⁶

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;
12. Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado;
13. Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra;
14. Conferir gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo.

Cuando el trabajador se separare definitivamente, el empleador estará obligado a conferirle un certificado que acredite:

- a) El tiempo de servicio; b) La clase o clases de trabajo; y, c) Los salarios o sueldos percibidos;

15. Atender las reclamaciones de los trabajadores;
16. Proporcionar lugar seguro para guardar los instrumentos y útiles de trabajo pertenecientes al trabajador, sin que le sea lícito retener esos útiles e instrumentos a título de indemnización, garantía o cualquier otro motivo

³⁶ ECUADOR, Ministerio Laboral: "Código De Trabajo Ecuador", Art. 13, 42-1, 9, 12, 13, 14, 15, 16, 25, 29, 30, 31, <http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>.

25. Pagar al trabajador reemplazante una remuneración no inferior a la básica que corresponda al reemplazado;

29. Suministrar cada año, en forma completamente gratuita, por lo menos un vestido adecuado para el trabajo a quienes presten sus servicios;³⁷

30. Conceder tres días de licencia con remuneración completa al trabajador, en caso de fallecimiento de su cónyuge o de su conviviente en unión de hecho o de sus parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o afinidad;³⁸

31. Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores, dando aviso de entrada dentro de los primeros quince días, y dar avisos de salida, de las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, y cumplir con las demás obligaciones previstas en las leyes sobre seguridad social;³⁹

Art. 44.- Prohibiciones al empleador.- Prohíbese al empleador:⁴⁰

a) Imponer multas que no se hallaren previstas en el respectivo reglamento interno, legalmente aprobado; b) Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;⁴¹

Art. 45.- Obligaciones del trabajador.- Son obligaciones del trabajador:⁴²

a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos; b) Restituir al empleador

³⁷ Ibid

³⁸ ECUADOR, Ministerio Laboral: "Código De Trabajo Ecuador", Art.13, 42-1, 9, 12, 13, 14, 15, 16, 25, 29, 30, 31, <http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>.

³⁹ Ibid

⁴⁰ ECUADOR, Ministerio Laboral: "Código De Trabajo Ecuador", Art. 44; 45, <http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>.

⁴¹ Ibid

⁴² Ibid

los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción; c) Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley; d) Observar buena conducta durante el trabajo;⁴³

Art. 63.- Exhibición de horarios de labor.- En todo establecimiento de trabajo se exhibirá en lugar visible el horario de labor para los trabajadores, así como el de los servicios de turno por grupos cuando la clase de labor requiera esta forma.⁴⁴

El reglamento interno de trabajo del comercial “Negocios Unidos” establece los siguientes artículos:

Art. 17.- El empleador remunera a sus trabajadores, de acuerdo con la remuneración convenida, que en ningún caso será inferior a las mínimas legales establecidas en las tablas sectoriales, que sean legalmente expedidas y puestas en vigencia.⁴⁵

Art. 23.- Se entenderá por trabajo en horas suplementarias a aquellas que se cumplan en los días normales de labor, con posterioridad a la jornada diaria de trabajo previo acuerdo entre las partes.⁴⁶

Art. 24.- Ningún trabajador podrá laborar horas suplementarias o extraordinarias sin la orden expresa de los funcionarios autorizados para tales efectos. En caso de

⁴³ Ibid

⁴⁴ ECUADOR, Ministerio Laboral: “Código De Trabajo Ecuador”, Art. 63, <http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>.

⁴⁵ MANZANO VARGAS Y ASOCIADOS, Comercial Negocios Unidos: “Reglamento Interno De Trabajo”, Pág. 7 - 38

⁴⁶ Ibid

haber trabajado horas suplementarias o extraordinarias sin la respectiva orden expresa de que trata este artículo, no serán ni pagadas ni aceptadas por el empleador.⁴⁷

Art. 21. De las obligaciones de los trabajadores.- Tratar al público en general, a los clientes del empleador, y al personal de otras empresas, con quienes existan vínculos operativos o comerciales dentro y fuera de Negocios Unidos, con toda cortesía, brindándoles un trato respetuoso.⁴⁸

Art. 41. Prohibiciones a los trabajadores.- A más de las prohibiciones establecidas en el artículo 46 del código de trabajo y las determinadas por otras leyes, está prohibido al trabajador:⁴⁹

4.- Realizar escándalos, discutir airadamente o pelear dentro de las oficinas del empleador y , en general la realización de todo acto que quebrante la moral, el orden y la disciplina o que tienda a entorpecer, obstaculizar o suspender el ritmo normal de trabajo del empleador;

12.- Usar palabras indecorosas o ejecutar actos que estén reñidos con la moral en las horas de trabajo y en general dentro de las dependencias del empleador.

18.- Disminuir el ritmo normal de trabajo, inducir a sus compañeros a reducir su eficiencia y rendimiento en el mismo, o alterar los procedimientos establecidos por el uso de herramientas y máquinas de trabajo.

- 32.- Organizar rifas, cadenas de dinero y loterías dentro de “Negocios Unidos”, o repartir folletos, revistas, panfletos y otros escritos, sin la debida autorización.

33.- Comer o ingerir bebidas en horas de trabajo en cualquier de las instalaciones.

⁴⁷ Ibid

⁴⁸ MANZANO VARGAS Y ASOCIADOS, Comercial Negocios Unidos: “*Reglamento Interno De Trabajo*”, Pág. 7 - 38

⁴⁹ Ibid

34.- Realizar colectas, ventas o negocios particulares, de cualquier tipo, dentro de las dependencias del empleador, sin la debida autorización;

35.- Ingresar a familiares o amigos a las instalaciones del empleador sin la debida autorización.

37.- cambiarse de turno o encargar a otro trabajador la realización de sus labores, sin previa autorización del jefe de área;

39.- conversar, bromear, etc., con otros empleados, mientras estén atendiendo a clientes;⁵⁰

De las obligaciones y prohibiciones a la empleadora.

Art. 51. De las obligaciones de la compañía.- El empleador, esto es, el señor SALTO GUAMAN JULIO EFRAIN, se obliga expresa y señaladamente al cumplimiento de las obligaciones que la constitución de la república, las leyes, el presente reglamento y demás normas aplicables le impongan.

A pagar las cantidades que correspondan al trabajador, por concepto de remuneración, benéficos sociales y demás remuneraciones adicionales, en los términos del contrato y de acuerdo a las disposiciones de la ley laboral;

a) A llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, la edad, procedencia, estado civil, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizara con los cambios que produzcan;

h) A tratar a los trabajadores con debida consideración, no infiriéndoles maltrato de palabra o de obra;

j) A atender las reclamaciones de los trabajadores.⁵¹

⁵⁰ MANZANO VARGAS Y ASOCIADOS, Comercial Negocios Unidos: *“Reglamento Interno De Trabajo”*, Pág. 7 - 38

⁵¹ Ibid

2.3 MARCO CONCEPTUAL

- **Atención al cliente:** Manejo y diseño de canales de comunicación que destina una organización con fines de lucro para establecer contacto e interactuar con sus clientes.⁵²
- **Cliente Externo:** El cliente externo es la persona que no pertenece a la empresa y solicita satisfacer una necesidad (bien o servicio).⁵³
- **Cliente Interno:** Es aquel miembro de la organización, que recibe el resultado de un proceso anterior, llevado a cabo en la misma organización, a la que podemos concebir como integrada por una red interna de proveedores y clientes.⁵⁴
- **Clima Laboral:** Constituye el medio interno de una organización, la atmosfera psicológica característica que existe en cada organización.⁵⁵
- **Comunicación:** Herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad.⁵⁶
- **Conflictos:** se definen como: las ficciones que pueden producirse en las relaciones de trabajo.⁵⁷

52 PRIENTO , Antonio Blanco: "atención al cliente", <http://www.casadellibro.com/libro-atencion-al-cliente-3-ed/9788436820881/1120116>, Pág. 9

53 AMECA CARREON, José Alberto: "cliente interno en la organización", <http://jcvalda.tumblr.com/post/101594973689/cliente-interno-y-externo-en-una-organizaci%C3%B3n>, Pág. 15

54 ANONIMO, AITECO "cliente interno", <http://goo.gl/dHdwYE>, Pág. 86

55 CHIAVENATO, Alberto: "clima organizacional" (1992)", <https://goo.gl/Ef14Ba>, Pág. 58

56 RAMON, Zallo: "Comunicación Empresarial", <https://goo.gl/axJxUK>, Pág. 76

57 SANTOS, Azuela: "Conflicto De Trabajo", <https://goo.gl/pUQ2Dd>, Pág. 49

- **Desempeño Laboral:** Se refiere a lo que en realidad hace el trabajador y no solo lo que sabe hacer, por lo tanto le son esenciales aspectos tales como: las aptitudes (la eficiencia, calidad y productividad con que desarrolla las actividades laborales asignadas en un período determinado), el comportamiento de la disciplina.⁵⁸
- **Disminución De Ventas:** Si el servicio de venta es deficiente, puede afectar negativamente la opinión del cliente y disminuir los niveles de las ventas.⁵⁹
- **Eficiencia:** Se entiende por eficiencia el porcentual de la ecuación resultante entre el tiempo estimado para la realización de un determinado trabajo y el tiempo empleado para llevar a cabo eficazmente esta tarea.⁶⁰
- **Imagen Empresarial:** La imagen empresarial aumenta o disminuye debido al estilo y calidad de comunicación con los clientes y proveedores.⁶¹
- **Motivación:** Es la propiedad percibida por los miembros de la empresa y que influye en el comportamiento de estos, es decir, los aspectos internos de la organización.⁶²
- **Productividad:** Es el producto o el valor añadido dividido por la cantidad de trabajo que se utilizó para generar un resultado⁶³.

⁵⁸ ECURED: “Ministerio De Trabajo”, <http://www.trabajo.gob.ec/>, Pág. 32

⁵⁹ RIVASSANTI: “Servicio De Ventas”, <http://goo.gl/AQGss8>, Pág.19

⁶⁰ ANONIMO, CIENCIAS ECONÓMICAS Y COMERCIALES: “Eficiencia En El Trabajo”, <http://goo.gl/ODHmFp>, Pág. 25

⁶¹ SANCHEZ, Joaquín: “Imagen Empresarial”, <https://goo.gl/3khX7u>, Pág. 70

⁶² ANONIMO, EMPRENDICES: “Comunidad De Emprendedores”, <http://goo.gl/VJglD6>, Pág.15

⁶³ ANONIMO, UNITED NATIONS : “políticas sociales”, <http://goo.gl/4lsziA>, Pág. 45

- **Sobrecarga Laboral:** Es el conjunto de requerimientos a los que se ve sometida la persona a lo largo de su jornada laboral.⁶⁴

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

El clima laboral de los empleados del comercial "Negocios Unidos" del Cantón El Triunfo está afectando la atención al cliente.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- La comunicación entre el personal del comercial "Negocios Unidos" tiene un impacto negativo en la atención al cliente
- La Sobrecarga laboral con sueldos inadecuados incide en la motivación de los empleados de manera negativa.
- Las relaciones personales entre los empleados del comercial "Negocios Unidos" ocasionan una mala imagen empresarial para el comercial.
- El abandono de los clientes debido a la mala atención está afectando negativamente en las ventas periódicas del comercial.

⁶⁴ PREVENCIÓN DE RIESGO LABORES “asociación de consultoras de la comunicación autónoma”,
Pág. 21

2.4.3 Declaración de variables

CUADRO 4. Hipótesis General.

HIPOTESIS GENERAL		
COMPONENTES	VARIABLES	
El clima laboral de los empleados del comercial "Negocios Unidos" del Cantón El Triunfo está afectando la atención al cliente.	CLIMA LABORAL	ATENCION AL CLIENTE

FUENTE: Hipótesis General
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

2.4.4 Operacionalización de las variables

CUADRO 5. Objetivo General.

COMPONENTES	VARIABLES	DEFINICION	DIMENSION	INDICADORES	TECNICAS	FUENTES DE INFORMACION
Determinar cómo afecta el clima laboral de los empleados de "Negocios Unidos" en la atención de sus clientes mediante un análisis sistematizado que permita conocer la importancia de la mejora del ambiente laboral de la empresa tanto para los clientes como para los empleados.	CLIMA LABORAL	Constituye el medio interno de una organización, la atmosfera psicológica característica que existe en cada organización.	Talento Humano Marketing Administración	Nivel De Rendimiento	Entrevistas	Empleados Del Comercial "Negocios Unidos" Del Cantón El Triunfo
	ATENCION AL CLIENTE	Manejo y diseño de canales de comunicación que destina una organización con fines de lucro para establecer contacto e interactuar con sus clientes.	Talento Humano Marketing Administración	Dólares	Encuestas	Cientes Del Comercial "Negocios Unidos" Del Cantón El Triunfo

FUENTE: Objetivo General
ELABORADO POR: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

CUADRO 6. Variable específica 1

COMPONENTES	VARIABLES	DEFINICION	DIMENSION	INDICADORES	TECNICAS	FUENTES DE INFORMACION
Constatar el impacto de la comunicación entre el personal del comercial en la atención al cliente	COMUNICACIÓN	Herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad.	Talento Humano Marketing Administración	Nivel de desempeño de sus funciones	Entrevistas	Empleados Del Comercial “Negocios Unidos” Del Cantón El Triunfo
	ATENCION AL CLIENTE	Manejo y diseño de canales de comunicación que destina una organización con fines de lucro para establecer contacto e interactuar con sus clientes.	Talento Humano Marketing Administración	Dólares	Encuestas	Clientes Del Comercial “Negocios Unidos” Del Cantón El Triunfo

FUENTE: Variable específica – 1
ELABORADO POR: Angie Aguirre y Cinthia Cañazares

CUADRO 7. Variable Específica 2

COMPONENTES	VARIABLES	DEFINICION	DIMENSION	INDICADORES	TECNICAS	FUENTES DE INFORMACION
Determinar cómo incide la carga laboral y nivel de remuneraciones en la motivación de los empleados	Sobrecarga laboral	Una persona se ve obligada a realizar una serie de actividades o resolver más problemas de los que está acostumbrada.	Talento Humano Marketing Administración	Nivel de desempeño de sus funciones	Entrevistas	Empleados Del Comercial “Negocios Unidos” Del Cantón El Triunfo
	Motivación	Es el motor de nuestro obrar, es una fuerza capaz de impulsar nuestra conducta, y también de sostenerla mientras dure esta conducta.	Talento Humano Marketing Administración	Nivel de rendimiento	Dólares	Empleados Del Comercial “Negocios Unidos” Del Cantón El Triunfo

FUENTE: Variable específica – 2
 ELABORADO POR: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

CUADRO 8. Variable Específica 3

COMPONENTES	VARIABLES	DEFINICION	DIMENSION	INDICADORES	TECNICAS	FUENTES DE INFORMACION
Analizar de qué manera afecta las relaciones personales de los empleados en la imagen empresarial del comercial “Negocios Unidos”	Conflictos personales	Situación en la que dos o más personas no están de acuerdo con el modo de actuar de un individuo o un grupo.	Talento Humano Marketing Administración	Nivel de relaciones laborales entre los empleados	Entrevistas	Empleados Del Comercial “Negocios Unidos” Del Cantón El Triunfo
	Imagen Empresarial	Es la representación mental que el público recibe sobre una organización, resultado de la acumulación de mensajes que haya recibido sobre ella.	Talento Humano Marketing Administración	Nivel de aceptación de los clientes	Dólares	Clientes Del Comercial “Negocios Unidos” Del Cantón El Triunfo

FUENTE: Variable específica – 3
ELABORADO POR: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

CUADRO 9. Variable Específica 4

COMPONENTES	VARIABLES	DEFINICION	DIMENSION	INDICADORES	TECNICAS	FUENTES DE INFORMACION
Determinar cómo está afectando la fidelidad de los clientes, en las ventas periódicas del comercial "Negocios Unidos"	Abandono de los Clientes	Es el hecho de cancelar las relaciones con la empresa de parte de los clientes	Talento Humano Marketing Administración	Nivel de relaciones laborales entre los empleados	Encuestas	Clientes Del Comercial "Negocios Unidos" Del Cantón El Triunfo
	Disminución de Ventas	Bajo rendimiento de las cifras financieras originadas por concepto de ventas en una empresa.	Talento Humano Marketing Administración	Nivel de aceptación de los clientes	Dólares	Empleados Del Comercial "Negocios Unidos" Del Cantón El Triunfo

FUENTE: Variable específica – 4
ELABORADO POR: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Esta investigación es de tipo exploratoria porque es aquella que nos sirve para ejecutar la fase inicial del esquema de investigación ya que se conoce muy poco acerca del problema detectado.⁶⁵ Por ejemplo: de qué manera está incidiendo el bajo rendimiento de los empleados en la atención brindada a los clientes de “Negocios Unidos”.

Además nuestra investigación es de tipo correlacional porque su finalidad es determinar el grado de relación o asociación que existe entre dos o más variables aportando posibles causas del problema.⁶⁶ Por ejemplo: La mala comunicación de los empleados afecta en su rendimiento en las labores de trabajo lo que también incide en la atención que se le brinda al cliente del comercial.

Nuestra investigación es de tipo no experimental porque es la que se enfoca en observar fenómenos tal y como se dan en su contexto para después analizarlos y sirve para aportar posibles soluciones.⁶⁷ Por ejemplo: Nuestra investigación se enfoca en determinar las causas del problema con la finalidad de aportar una posible solución que aporte positivamente al comercial “Negocios Unidos”.

⁶⁵ NARESH K. MALHOTRA, *“Investigación de Mercados”* Pág. 86 - 87

⁶⁶ CINTHIA CRUZ DEL CASTILLO, SOCORRO OLIVARES OROZCO, MARTÍN GONZÁLEZ GARCÍA, *“Metodología de la Investigación”* Pág. 98

⁶⁷ HERNANDEZ SAMPIER, *“Metodología de la Investigación”* Pág. 102

Además nuestra investigación es transversal ya que nos permite medir o relacionar las variables en un determinado tiempo y puede abarcar varios grupos o subgrupos de personas.⁶⁸ Por ejemplo: Nuestra investigación mide la relación que existen entre las variables que están afectando al clima laboral del comercial en el periodo 2014 – 2015.

Esta investigación es de tipo cualitativa porque la recolección de datos se la realiza sin medición numérica para descubrir preguntas de investigación en el proceso de interpretación del problema.⁶⁹ Por ejemplo: Observar las actitudes personales de los empleados del comercial “Negocios Unidos” que se manifiestan en las relaciones laborales que llevan con sus compañeros.

Por tanto esta investigación es de tipo exploratoria, correlacional, no experimental, transversal y cualitativa.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN

La población objeto de estudio comprende tres grupos. De una parte los **Empleados del Comercial “Negocios Unidos”**, quienes totalizan 27 personas, y por otra parte los **Clientes del comercial “Negocios Unidos”**, además los **Empleados del Comercial “Rosita”**.

El primer grupo poblacional está conformado por 6 hombres y 21 mujeres, con profesiones como: 4 de los 6 hombres son bachilleres en carreras contables, otro es Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría y el 1 restante es Ingeniero en Sistemas.

De las 21 mujeres 5 tienen estudios superiores y 16 son bachilleres, sus lugares de residencia son El Triunfo, Parroquia Manuel de J Calle, Milagro y Guayaquil. Con edades comprendidas entre 18 a 55 años, teniendo años de antigüedad entre 1 a 12

⁶⁸ HERNADEZ RAMIREZ RICARDO, “Diseño de Investigación Transversal y Longitudinal”, Pág. 15

⁶⁹ HERNANDEZ SAMPIER, “Metodología de la investigación”, Pág. 104

años. Sus labores dentro del comercial son esencialmente de cajeras no financieras, asistentes de mostrador, secretario, bodegueros, contador general y un ingeniero en sistema.

La otra población sujeto de estudio, estos son los **Cientes del Comercial “Negocios Unidos”**, son el público en general del Cantón El Triunfo y pueblos aledaños que visitan las instalaciones del comercial. Son personas de todas las edades por ser un comercial visitado por cualquier clase de público ya que es dedicado a la venta de productos de consumo masivo.

Tomamos como una tercera población a los **Empleados del Comercial “Rosita”** esta población está conformada por 7 mujeres y 5 hombres. Sus labores dentro del comercial son esencialmente las de cajeras, asistentes de mostrador, bodegueros y contador general.

En el siguiente cuadro mostramos un resumen de las características de la población sujeto de Estudio.

CUADRO 10. Grupo Poblacional 1.

Grupo poblacional 1

EMPLEADOS DEL COMERCIAL “NEGOCIOS UNIDOS”

GRUPO 1	TOTALES
Hombres	6
Mujeres	21

FUENTE: Comercial “Negocios Unidos”.
ELABORADO POR: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

CUADRO 11. Grupo Poblacional 3

**GRUPO POPLACIONAL 3
EMPLEADOS DEL COMERCIAL “ROSITA”**

GRUPO 3	TOTALES
Hombres	5
Mujeres	7

**FUENTE: Comercial “Rosita”.
ELABORADO POR: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares**

3.2.2 Delimitación de la población

El primer grupo poblacional 1 y el grupo poblacional 3 objeto de estudio son finitos debido a que se conoce su cantidad.

El segundo grupo poblacional es infinito ya que no se tiene un número determinado.

En el caso de los **Empleados del Comercial “Negocios Unidos”** que totalizan 27. Se las ha considerado para la población porque el análisis de nuestro proyecto investigativo se centra en determinar el clima laboral que se vive en este comercial relacionándolo con la calidad de atención que el mismo brinda a sus clientes.

En cuanto a la segunda población a estudiar, los **Clientes del Comercial “Negocios Unidos”** que se desconoce la cantidad exacta por ser una población infinita se los ha considerado ya que son los que perciben la atención que brinda el comercial y son ellos quienes pueden afirmar que clase de trato se les ha brindado.

El grupo poblacional 3, los **Empleados del Comercial “Rosita”** han sido tomados en consideración para nuestro proyecto de investigación ya que se conoce que en este comercial poseen un clima laboral satisfactorio para sus empleados.

Por lo tanto, al investigar estos tres grupos poblacionales se busca establecer las características del servicio o atención que brindan los **empleados del comercial “Negocios Unidos”** desde el punto de vista de los clientes, además de también determinar las características del clima laboral de “Negocios Unidos” desde el punto

de vista de los empleados y por otra parte realizar una comparación sobre las características del clima laboral que poseen el grupo poblacional 3 los **Empleados del comercial “Rosita”**.

3.2.3 Tipo de muestra

En esta investigación trabajaremos con toda la población con respecto a los empleados de los **Comerciales “NEGOCIOS UNIDOS” Y Comercial “ROSITA”**.

Para el grupo poblacional uno **Empleados del Comercial “Negocios Unidos”** en nuestro proyecto de investigación se trabajara con toda la población ya que es un número reducido de personas que no sobrepasan las 100.

Para el grupo poblacional dos, **Cientes del Comercial “Negocios Unidos”** se trabajara con una muestra debido a que no se conoce la cantidad exacta de clientes que posee el comercial.

Para el grupo Poblacional tres, **Empleados del Comercial “Rosita”** se tomara toda la población ya que no sobrepasa las 100 personas y es un número reducido de empleados.

Empleados del Comercial “Negocios Unidos”: Para este grupo no utilizaremos una muestra ya que se trabajara con toda la población.⁷⁰ En nuestro estudio nos enfocamos al comercial Negocios Unidos que se enfoca en brindar la atención al cliente y toda la población uno objeto de estudio encierran las mismas características, formando todos ellos parte del estudio.

Cientes del Comercial “Negocios Unidos”: Para este grupo se utilizara la muestra probabilística ya que es aquella que brinda a los miembros de la población la misma oportunidad de ser seleccionados.⁷¹ En esta población se desconoce el número exacto de los individuos pero se aplicara una técnica de muestreo para conocer las unidades sujetas a la investigación.

⁷⁰ HERNÁNDEZ, ROBERTO FERNÁNDEZ CARLOS Y BAPTISTA, “*Metodología de la Investigación*”
Pág. 76

⁷¹ Ibid

Empleados del Comercial “Rosita”: Se trabajara con toda la población objeto de estudio.⁷² En la investigación se quiere determinar las características del clima laboral y este grupo poblacional encierra aquellas características hacia las que se dirige nuestro proyecto de investigación.

En el siguiente cuadro mostramos los tipos de muestras a aplicar a cada uno de los grupos poblacionales objeto de estudio en nuestra investigación.

CUADRO 12. Tipos de Muestra.

GRUPOS POBLACIONALES	TIPO DE MUESTRA	JUSTIFICACION
<i>Empleados del Comercial “Negocios Unidos”</i>	TODA LA POBLACION	Menor a 50 unidades poblacionales
		Se relacionan directamente con los objetivos de la investigación
<i>Clientes del Comercial “Negocios Unidos”</i>	PROBABILISTICA	Mayores a 50 unidades poblacionales
		Todas tienen la misma oportunidad de ser seleccionadas
<i>Empleados del Comercial “Rosita”</i>	TODA LA POBLACION	Menor a 50 unidades poblacionales
		Se relacionan directamente con los objetivos de la investigación

FUENTE: Comercial “Negocios Unidos”
ELABORADO POR: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

⁷² Ibid

3.2.4 Tamaño de la muestra

Para el caso del grupo poblacional de los empleados del comercial “Negocios Unidos” al ser pocas unidades poblacionales (27) y necesitarse que todas ellas formen parte de nuestro estudio, por ser un grupo poblacional que nos permita conocer su clima laboral y su incidencia que este tiene en la atención al cliente. No se aplica ninguna técnica de muestreo, es decir todos los empleados del comercial forman parte del grupo de investigación, lo mismo aplicaría para el grupo poblacional tres Empleados del Comercial “Rosita”

Para el caso del grupo poblacional clientes del comercial “Negocios Unidos”, hemos considerado que al no conocer con exactitud la cantidad de clientes, se aplicara un muestreo aleatorio conglomerado.

En el muestreo aleatorio por conglomerados todos los sujetos de la población tienen la misma oportunidad de ser seleccionados pero el investigador puede escoger solo algunos de los grupos en los que se encuentra dividida la población y este grupo será el objeto de estudio.⁷³

En el caso de nuestra investigación el grupo poblacional dos, Clientes del Comercial “Negocios Unidos” se encuentra dividido en dos partes: Aquellos que constan en la base de datos del comercial por ser clientes con RUC y aquellos que solo son clientes habituales que no están registrados en dicha base de datos.

La fórmula aplicada para obtener el muestreo aleatorio conglomerado de la población total objeto de estudio es la siguiente:

⁷³ Ibid

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

Dónde:

n= es el tamaño de la muestra

Z= es el nivel de confianza

p= es la variabilidad positiva

q= es la variabilidad negativa

E= es precisión o error

RESUELTA:

Dónde:

n= es el tamaño de la muestra

Z= es el nivel de confianza: Para el 95%, Z=1,96

p= es la variabilidad positiva = 0,5

q= es la variabilidad negativa = 0,5

E= es precisión o error, se considera el 5% por lo tanto; E= 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

3.2.5 Proceso de selección

La muestra de nuestra investigación es probabilística por lo que se aplicara la selección sistemática de elementos muestrales, ya que la población objeto de estudio es muy amplia, con el propósito de obtener información de manera acertada y específica al momento de realizar las encuestas a los sujetos voluntarios que expresen su punto de vista.⁷⁴

La selección sistemática de elementos muestrales es elegir una unidad estimada de muestra de forma aleatoria el primer elemento se escoge en intervalos aleatorios hasta completar el tamaño de la muestra previamente enumerados los elementos de la población a la que se va a aplicar.⁷⁵

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Los métodos que aplicaremos en el estudio de esta investigación son los siguientes:

Para el caso del grupo poblacional, empleados del comercial “Negocios Unidos” y empleados del comercial “Rosita” utilizaremos lo siguientes:

3.3.1 Métodos Teóricos

Analítico – Sintético.- Consiste en la separación de un todo en sus partes, básicamente se fundamenta en que para poder estudiar un fenómeno primero se debe conocer sobre la problemática de cada uno de sus componentes, mientras que el método sintético se basa en la síntesis o unión de los componentes de forma sistemática con el fin de determinar los nexos o relaciones que hay entre los componentes de la problemática.⁷⁶

⁷⁴ FARFAN NAVROS, Fabián Franchesco: “*Selección Sistemática de elementos muestrales*”, <https://prezi.com/qshs9ephlbdi/seleccion-sistemática-de-elementos-muestrales/>, extraído el 23 de septiembre del 2015, Pág. 94

⁷⁵ Ibid

⁷⁶ EL NACIONAL, “*Paradigmas Y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambios*”, <https://goo.gl/9zX3tP>

En nuestro estudio se aplicara el método analítico – sintético para el análisis de los componentes de la problemática que forman parte de esta investigación, para que después con la síntesis unir todas las conclusiones y llegar a un resultado satisfactorio.

Método inductivo – deductivo.

Este método se aplicara para conocer las opiniones de los clientes del comercial “Negocios Unidos”, para a través de esto emitir una opinión razonable del estudio de esta investigación. Se basa en la observación de un fenómeno para luego investigar para luego realizar generalidades que nos llevaran a la confirmación de nuestras hipótesis⁷⁷

Además atreves de este método conoceremos las causas que hacen que los clientes no reciban una buena atención por parte de los empleados del comercial “Negocios Unidos”.

3.3.2 Métodos empíricos.

Este método servirá para revelar aquellas situaciones esenciales que forman parte de este objeto de investigación.

El método empírico destaca su utilidad en la entrada en campos inexplorados o en aquellos en los que destaca el estudio descriptivo.⁷⁸

Para el caso del grupo poblacional, clientes del comercial “Negocios Unidos”, utilizaremos el siguiente método:

⁷⁷ Ibid

⁷⁸ HERNANDEZ SAMPIER, “*Investigación de mercado*”, Pág. 86

Métodos empíricos complementarios

Hemos elegido el método de la observación ya que se fundamenta en la obtención de los datos e información que sean necesarios para la investigación y que sean de gran ayuda para el desarrollo de nuestro análisis, ya que este método se caracteriza por la confiabilidad, objetividad y la validez de la información recopilada.⁷⁹

3.3.3 Técnicas e instrumentos

- Para el caso del grupo población, empleados del comercial “Negocios Unidos” y los empleados del comercial “Rosita” utilizaremos la siguiente técnica:

Entrevista.

Es uno de los instrumentos más utilizado en las investigaciones se trata de un cuestionario de preguntas y se considera como un proceso de comunicación entre dos personas y se obtiene información de forma directa.⁸⁰

Las cuales van a estar dirigidas a todos los empleados del comercial “Negocios Unidos” y a su vez a los empleados del comercial “Rosita”, con el objetivo de conocer su punto de vista con respecto al clima laboral que tienen en su lugar de trabajo.

En el caso del grupo poblacional, clientes del comercial “Negocios Unidos”, utilizaremos la siguiente técnica:

Encuestas.

⁷⁹ FABBRI, María Soledad: *“Las Técnicas de Investigación: La Observación”*, <http://goo.gl/ECDNI>, Pág.3

⁸⁰ PELAEZ, Alicia, RODRIGUEZ, Jorge, RAMIREZ, Samantha: *“Entrevista”*, https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Entrevista_trabajo.pdf

Es un tipo de Observación no directa ya que la información se la obtiene por lo que manifiestan las personas encuestadas además cuentan con la característica principal de adaptarse a cualquier tipo de investigación.⁸¹

La encuesta es el cuestionario que se diseñara de tal forma se determinen los niveles de aceptación que tiene el comercial con respecto a la opinión de los clientes en el trato que han brindado los empleados del comercial.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

El tratamiento estadístico de la información se la realizara a través de la recolección de datos obtenidos de las técnicas empleadas (Encuestas), mediante el proceso de la tabulación para después graficar porcentualmente los resultados obtenidos de la misma.

Se utilizara el programa llamado SPSS, ya que es un programa que brinda mayor agilidad, facilidad y rapidez al momento de procesar la información obtenida.

⁸¹ ALVIRA MARTIN, Francisco: *“La encuesta: una perspectiva general metodológica”*, <https://goo.gl/jD0vIH>, Pág. 31

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

4.1.1 DESCRIPCION DE LA MUESTRA

Del total de clientes encuestados, 190 son varones, es decir el 49.5% frente a 194 mujeres que representan el 50.5% restante lo cual refleja la estructura del género que existe en nuestra población donde tanto hombres como mujeres son objeto de estudio.

El estrato de edad más numeroso entre la población clientes es los comprendidos en un rango de 41 – 60 años de edad, que representa un 45.1% del total de la población, seguido del grupo comprendido entre los años de 18 – 40 años representando el 44% de nuestra población y además un grupo de 61 años en adelante que constituye el 10.9% de la población.

4.1.2 DESTACAR LA ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA

Para determinar el objetivo general se han utilizado las siguientes preguntas

CUADRO 13. Preguntas para determinar el objetivo general

	PREGUNTA	ALTERNATIVAS
Determinar cómo afecta el clima laboral de los empleados de negocios unidos en la atención de sus clientes mediante un análisis sistematizado que permita conocer la importancia de la mejora del ambiente laboral de la empresa tanto para los clientes como para los empleados.	4.- ¿Cuándo visita el lugar, hay un empleado que está presto a ayudarlo a usted en lo que busca?	4 SIEMPRE
		3 CASI SIEMPRE
		2 MUY POCAS VECES
		1 NUNCA

Fuente: Encuestas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

Para determinar el objetivo específico 1

CUADRO 14. Pregunta para determinar el objetivo específico 1

OE 1	PREGUNTA	ALTERNATIVAS
Constatar el impacto de la comunicación entre el personal del comercial en la atención al cliente	8.- ¿En el proceso de atención a sus requerimientos en el comercial, la atención se da de qué manera?	4 RAPIDA
		3 NORMAL
		2 DEMORADA
		1 MUY DEMORADA

Fuente: Encuestas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

Para determinar el objetivo específico 2

CUADRO 15. Pregunta para determinar el objetivo específico 2

OE2	PREGUNTA	ALTERNATIVAS
Determinar cómo incide la carga laboral y nivel de remuneraciones en la motivación de los empleados	5.- ¿Cuándo usted visita el comercial el empleado se dedica a atenderlo plenamente a usted?	4 SIEMPRE
		3 CASI SIEMPRE
		2 MUY POCAS VECES
		1 NUNCA

Fuente: Encuestas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

Para determinar el Objetivo específico 3

CUADRO 16. Pregunta para determinar el objetivo específico 3

OE 3	PREGUNTA	ALTERNATIVAS
Analizar de qué manera afecta las relaciones personales de los empleados en la imagen empresarial del comercial “Negocios Unidos”	13.- ¿Alguna vez ha usted presenciado discusiones entre los empleados del comercial "Negocios Unidos" dentro del mismo?	4 SIEMPRE
		3 CASI SIEMPRE
		2 MUY POCAS VECES
		1 NUNCA

Fuente: Encuestas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

Para determinar el Objetivo Especifico 4

CUADRO 17. Pregunta para determinar el objetivo específico 4

OE 4	PREGUNTA	ALTERNATIVAS
Determinar cómo está afectando la fidelidad de los clientes, en las ventas periódicas del comercial "Negocios Unidos"	7.- ¿Qué tan frecuente usted ha tenido que dejar de comprar en "Negocios Unidos" y visitar otro comercial a causa de la atención brindada?	4 SIEMPRE
		3 CASI SIEMPRE
		2 MUY POCAS VECES
		1 NUNCA

Fuente: Encuestas a los clientes del comercial "Negocios Unidos"

Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

Para verificar las hipótesis se han utilizado las siguientes preguntas

Para verificar la hipótesis general

CUADRO 18. Pregunta para Hipótesis General

HIPOTESIS GENERAL						
	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	PREGUNTA	ALTERNATIVAS
El clima laboral de los empleados del comercial "Negocios Unidos" del Cantón El Triunfo está afectando la atención al cliente.	1.- ¿Cómo considera usted la atención brindada por los empleados que laboran en el comercial?	4 MUY BUENA	2.- ¿De las veces que usted visita el comercial que tan frecuente ha recibido una buena atención por parte de los empleados que laboran en el mismo?	4 SIEMPRE	3.- ¿Considera usted que ha sido víctima de mala atención por parte de los empleados del comercial "Negocios Unidos"?	4 SIEMPRE
		3 BUENA		3 CASI SIEMPRE		3 CASI SIEMPRE
		2 REGULAR		2 MUY POCAS VECES		2 MUY POCAS VECES
		1 MALA		1 NUNCA		1 NUNCA

Fuente: Encuestas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”

Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

Para verificar la Hipótesis Particular 1

CUADRO 19. Pregunta para Hipótesis Particular 1

HP 1	PREGUNTA	ALTERNATIVAS
La comunicación entre el personal del comercial negocios unidos tiene un impacto negativo en la atención al cliente	9.- ¿Cuándo Ud. requiere ser atendido por un empleado del comercial, el empleado está a su disposición enseguida?	4 SIEMPRE
		3 CASI SIEMPRE
		2 MUY POCAS VECES
		1 NUNCA

Fuente: Encuestas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”

Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

Para verificar la Hipótesis Particular 2

Debido a que la hipótesis Particular 2 es, La Sobrecarga laboral con sueldos inadecuados incide en la motivación de los empleados de manera negativa. Únicamente la verificaremos con preguntas realizadas en las entrevistas dirigidas a los empleados del comercial “Negocios Unidos”. Las cuales son:

CUADRO 20. Preguntas para verificar la Hipótesis Particular 2

8.- ¿Considera usted que recibe una remuneración justa por el trabajo que realiza dentro del comercial?	9.- ¿Piensa usted que si recibe una remuneración justa y una carga de labores adecuada sus labores dentro del comercial tendrían un mejor desempeño?
---	--

Fuente: Entrevistas a los empleados del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

Para verificar la hipótesis particular 3

CUADRO 21. Preguntas para verificar la Hipótesis Particular 3

HP 3	PREGUNTA	ALTERNATIVAS
Las relaciones personales entre los empleados del comercial negocios unidos ocasionan una mala imagen empresarial para el comercial.	14.- ¿Alguna vez se ha llevado Ud. una mala imagen de "Negocios Unidos" a causa de haber presenciado discusiones entre los empleados del comercial?	4 SIEMPRE
		3 CASI SIEMPRE
		2 MUY POCAS VECES
		1 NUNCA

Fuente: Encuestas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

Para verificar la hipótesis particular 4

CUADRO 22. Preguntas para verificar la Hipótesis Particular 4

HP 4	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	PREGUNTA	ALTERNATIVAS
El abandono de los clientes debido a la mala atención está afectando negativamente en las ventas periódicas del comercial.	1.- ¿Qué tan frecuente realiza usted compras en el comercial "Negocios Unidos"?	4 DIARIA	12.- ¿Cuándo realiza estas compras cual es el motivo que lo lleva a hacerlo en este comercial?	4 BUENA ATENCION
		3 SEMANAL		3 NO HAY LO QUE NECESITO EN OTRO LUGAR
		2 MENSUAL		2 ACOSTUMBRO SIEMPRE A COMPRAR AQUÍ
		1 MUY POCAS VECES		1 ES EL MAS CERCANO

Fuente: Encuestas a los clientes del comercial "Negocios Unidos"
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

PREGUNTA 1

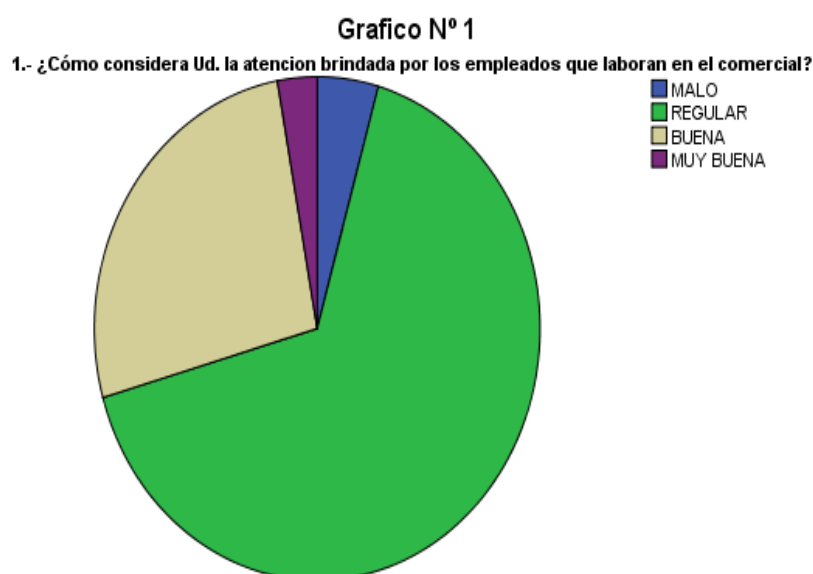
CUADRO 23. Preguntas N°1 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”

HG_1

	Frecuencia	Porcentaje
MALO	17	4,4
REGULAR	254	66,1
Válidos BUENA	102	26,6
MUY BUENA	11	2,9
Total	384	100,0

Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

GRAFICO 2. Pregunta N°1 de la Encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”



Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

ANALISIS DE RESULTADOS

Del 100% de los clientes encuestados en el comercial “Negocios Unidos” el 66.1% manifiesta que consideran la atención que brindan los empleados como regular, mientras que hay un 2.9% que ha manifestados que la atención es muy buena pero por su contrario un 4.4% califica la atención como mala y un 26.6% como buena.

INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos se evidencia claramente que la atención que los empleados brindan a los clientes es regular razón por la cual hay un número mayoritario de clientes que no están conformes con la atención que los empleados le han brindado en el comercial.

PREGUNTA 2

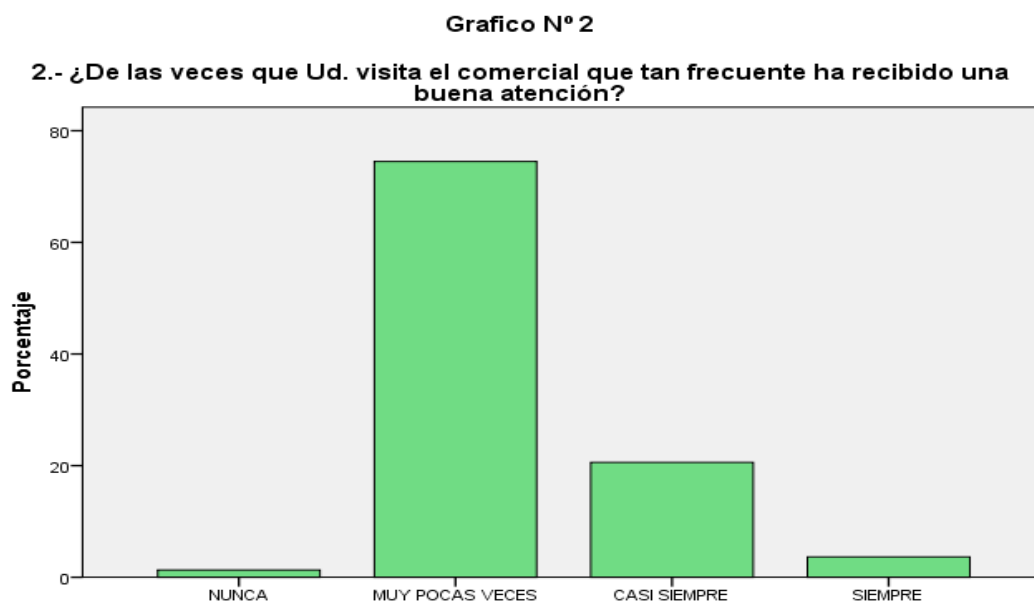
CUADRO 24. Preguntas N°2 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”

HG_2

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	5	1,3
MUY POCAS VECES	286	74,5
Válidos CASI SIEMPRE	79	20,6
SIEMPRE	14	3,6
Total	384	100,0

Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

GRAFICO 3. Pregunta N°2 de la encuesta aplica a los clientes del comercial “Negocios Unidos”



Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

ANALISIS DE RESULTADOS

Del 100% de los clientes encuestados en el comercial “Negocios Unidos” el 74.5% manifiesta que son muy pocas las veces que han recibido una buena atención de parte de los empleados del comercial “Negocios Unidos”, mientras que hay un 1.3% que han manifestado que nunca han recibido una buena atención en el comercial pero por su contrario un 3.6% afirma que siempre han recibido una buena atención y un 20.6% que casi siempre son bien atendidos.

INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos evidenciar que son muy pocas veces en las que los empleados brindan una buena atención a los clientes que visitan el comercial por lo cual hay un número mayoritario del total de los encuestados que afirma lo dicho.

PREGUNTA 3

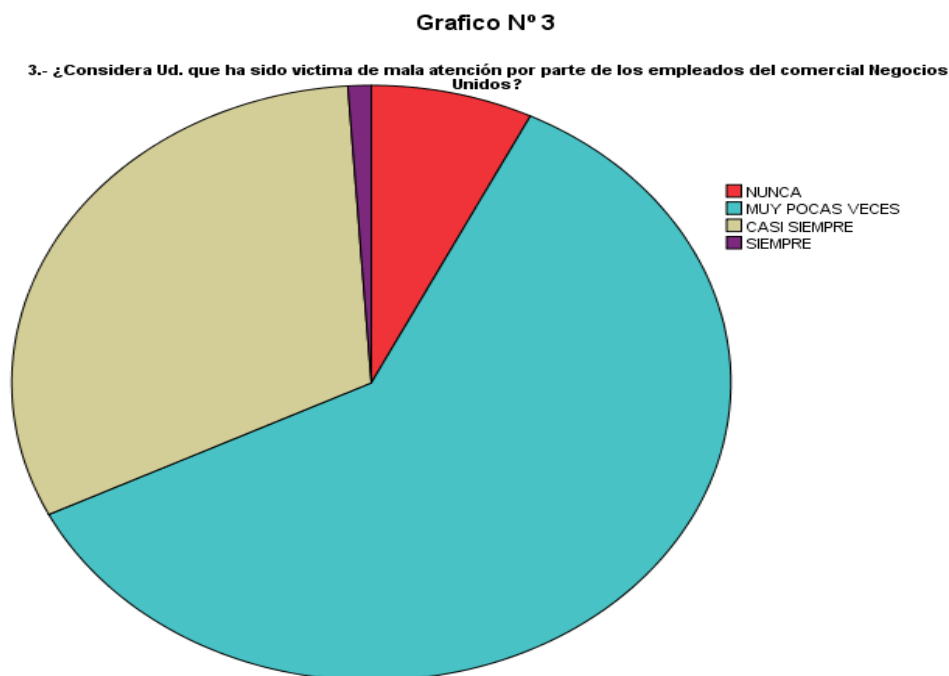
CUADRO 25. Preguntas N°3 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”

HG_3

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	NUNCA	28	7,3
	MUY POCAS VECES	232	60,4
	CASI SIEMPRE	120	31,3
	SIEMPRE	4	1,0
	Total	384	100,0

Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

GRAFICO 4. Pregunta N°3 de la encuesta aplica a los clientes del comercial “Negocios Unidos”



Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

ANALISIS DE RESULTADOS

Del 100% de los clientes encuestados en el comercial “Negocios Unidos” el 60.4% manifiestan que son muy pocas las veces que se han considerado víctimas de mala atención brindada por los empleados del comercial “Negocios Unidos”, mientras que hay un 1% que han manifestado que siempre son víctimas de mala atención en el comercial pero por su contrario un 7.3% afirma que nunca han sido víctimas de mala atención y un 31.3% que casi siempre dicen ser víctimas de mala atención por parte de los empleados del comercial “Negocios Unidos”.

INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos evidenciar que hay un número mayoritario de clientes que consideran que muy pocas veces han sido víctimas de mala atención pero también hay un número significativo en comparación con los otros porcentajes que afirma casi siempre ser víctima de mala atención por parte de los empleados del comercial por lo que se puede afirmar que los empleados si están dando una mala atención en ciertas ocasiones a los clientes visitantes del comercial.

PREGUNTA 4

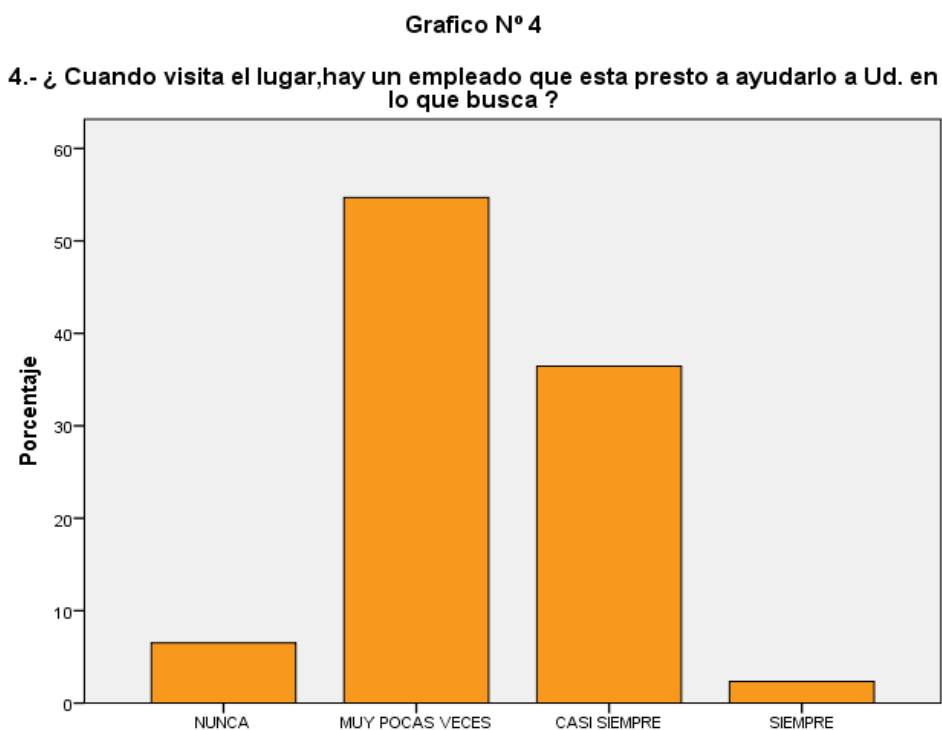
CUADRO 26. Preguntas N°4 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”

OG_1

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	NUNCA	25	6,5
	MUY POCAS VECES	210	54,7
	CASI SIEMPRE	140	36,5
	SIEMPRE	9	2,3
	Total	384	100,0

Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

GRAFICO 2. Pregunta N°4 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”



Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

ANALISIS DE RESULTADOS

Del 100% de los clientes encuestados en el comercial “Negocios Unidos” el 54.7% manifiesta que son muy pocas las veces que hay un empleado presto a ayudarlo en lo que están buscando cuando visitan el comercial, mientras que hay un 2.3% que dice lo contrario manifiestan que siempre hay un empleado presto a atenderlo cuando han visitado el comercial por su contrario un 6.5% afirma que nunca hay un empleado presto a ayudarlo cuando han visitado el comercial y un 36.5% que dice que casi siempre hay un empleado que lo ayuda en lo que busca cuando han visitado el comercial.

INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos evidenciar que son muy pocas veces en las que los empleados están dispuestos a ayudar a los clientes que visitan el comercial, razón por la cual consideramos que algunos clientes consideran ser mal atendidos en el comercial.

PREGUNTA 5

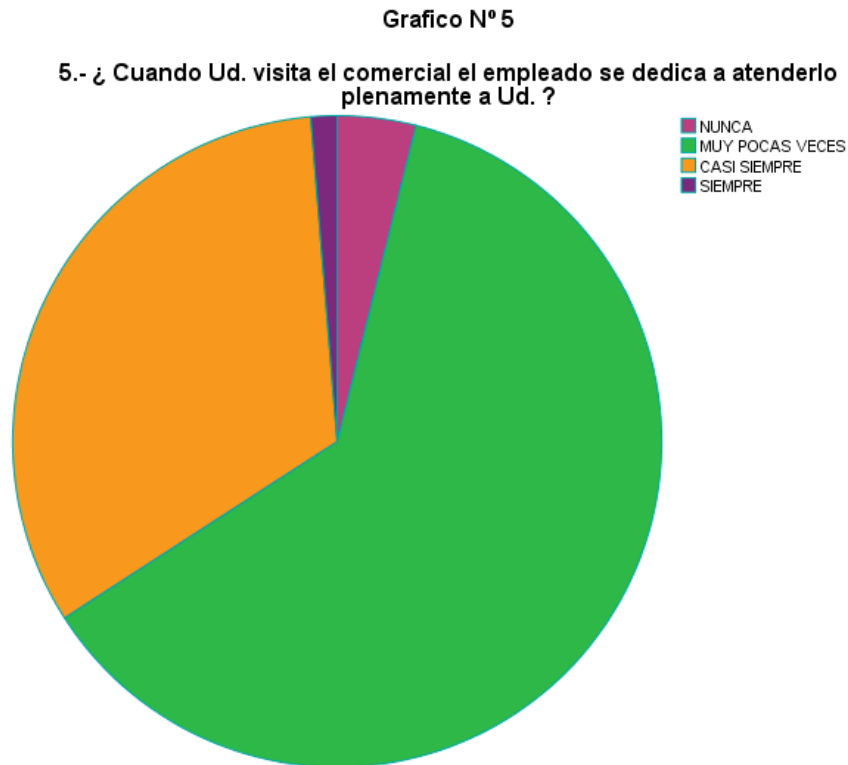
CUADRO 27. Preguntas N°5 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”

OE2_1

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	15	3,9
MUY POCAS VECES	238	62,0
Válidos CASI SIEMPRE	126	32,8
SIEMPRE	5	1,3
Total	384	100,0

Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

GRAFICO 6. Pregunta N°5 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”



Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

ANALISIS DE RESULTADOS

Del 100% de los clientes encuestados en el comercial “Negocios Unidos” el 62% manifiesta que son muy pocas las veces que el empleado se dedica plenamente a atenderlo, mientras que hay un 1.3% que han manifestado que siempre el empleado se dedica a atenderlo plenamente pero por su contrario un 3.9% afirma que nunca lo hay y un 32.8% que manifiestan que casi siempre los empleados se dedican plenamente a su atención.

INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos evidenciar que son muy pocas veces en las que los empleados se dedican plenamente a la atención del cliente, consideramos que esto se debe a que se encuentran realizando diversas tareas a la vez lo cual les impide dedicarse plenamente a la atención del cliente.

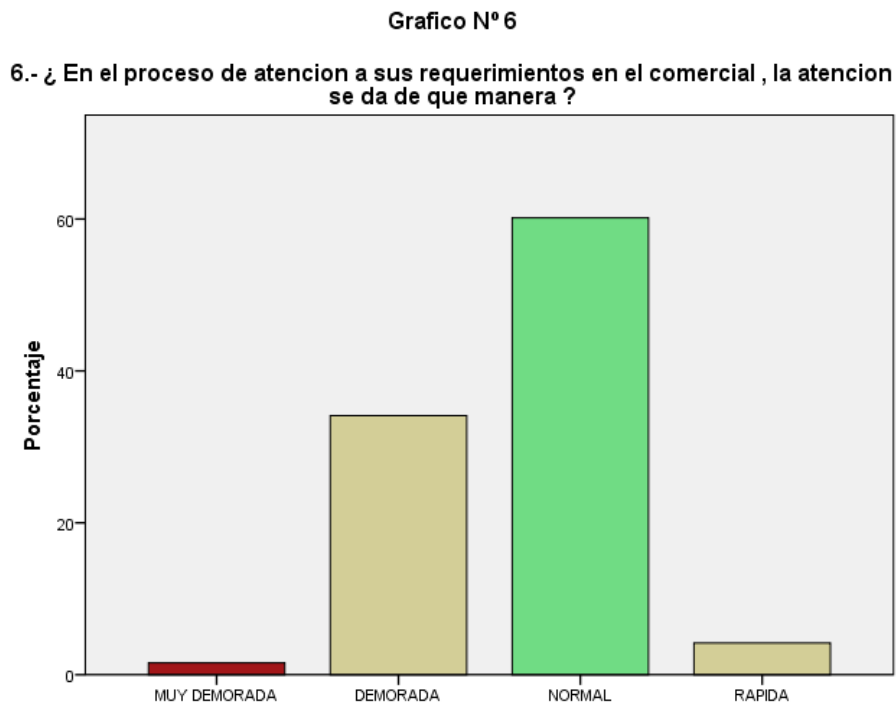
PREGUNTA 6

CUADRO 28. Preguntas N°6 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”

OE1_1		
	Frecuencia	Porcentaje
MUY DEMORADA	6	1,6
DEMORADA	131	34,1
Válidos NORMAL	231	60,2
RAPIDA	16	4,2
Total	384	100,0

Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

GRAFICO 7. Pregunta N° 6 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”



Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

ANALISIS DE RESULTADOS

Del 100% de los clientes encuestados en el comercial "Negocios Unidos" el 60.2% manifiesta que la atención en el comercial se da de manera normal, mientras que hay un 1.6% que consideran que la atención es demorada pero por su contrario un 4.2% afirman que la atención es rápida y un 34.1% que afirma que la atención es demorada.

INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a los resultados se puede evidenciar claramente que los problemas de atención al cliente que se dan en el comercial no son muy influidos por la rapidez en que se da la atención ya que la mayoría de los clientes encuestados afirman que la atención es normal pero hay que tener en cuenta que también hay un número un poco representativo que si considera que la atención es demorada, hemos considerado que aquellas ocasiones en las que el cliente siente que su atención es demorada ha sido por cuestiones de comunicación entre los empleados del comercial.

PREGUNTA 7

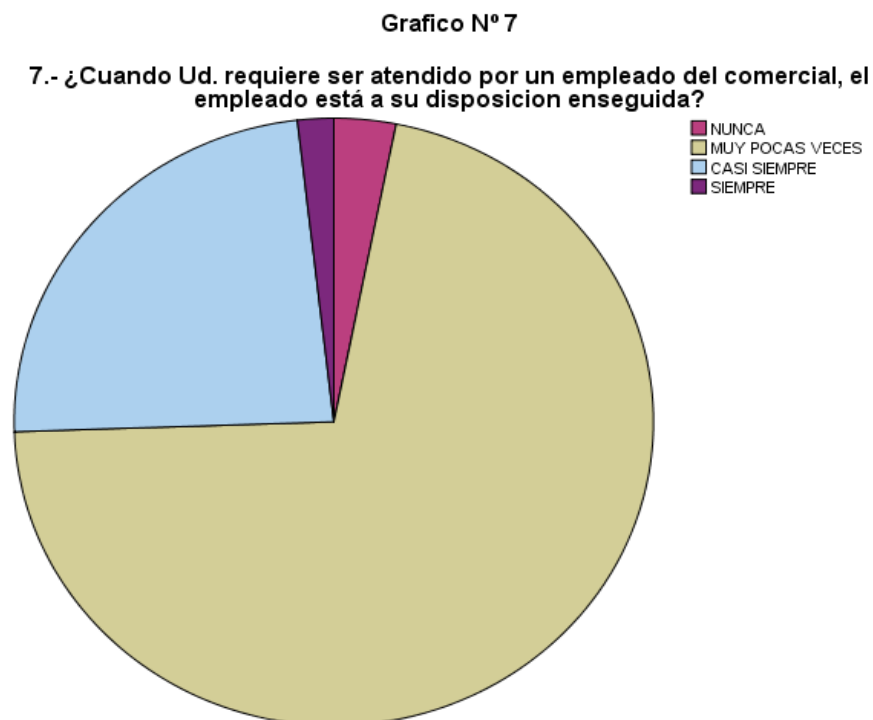
CUADRO 29. Preguntas N°7 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”

HP1_1

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	12	3,1
MUY POCAS VECES	274	71,4
Válidos CASI SIEMPRE	91	23,7
SIEMPRE	7	1,8
Total	384	100,0

Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

GRAFICO 3. Pregunta N° 7 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”



Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

ANALISIS DE RESULTADOS

Del 100% de los clientes encuestados en el comercial “Negocios Unidos” el 71.4% manifiesta que son muy pocas las veces en las que un empleado del comercial está a su disposición enseguida para atenderlo, mientras que hay un 1.8% que han manifestado que siempre hay un empleado a su disposición para atenderlo pero por su contrario un 3.1% afirma que nunca lo hay y un 23.7% que dicen que casi siempre el empleado está a su disposición enseguida para atenderlo.

INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos se evidencia claramente que los empleados no atienden inmediatamente al cliente cuando este lo solicita razón por la cual hay un número mayoritario de clientes que afirman lo dicho consideramos que aquel hecho se da por los problemas de comunicación existentes en el comercial, los empleados no tienen bien definidas sus labores.

PREGUNTA 8

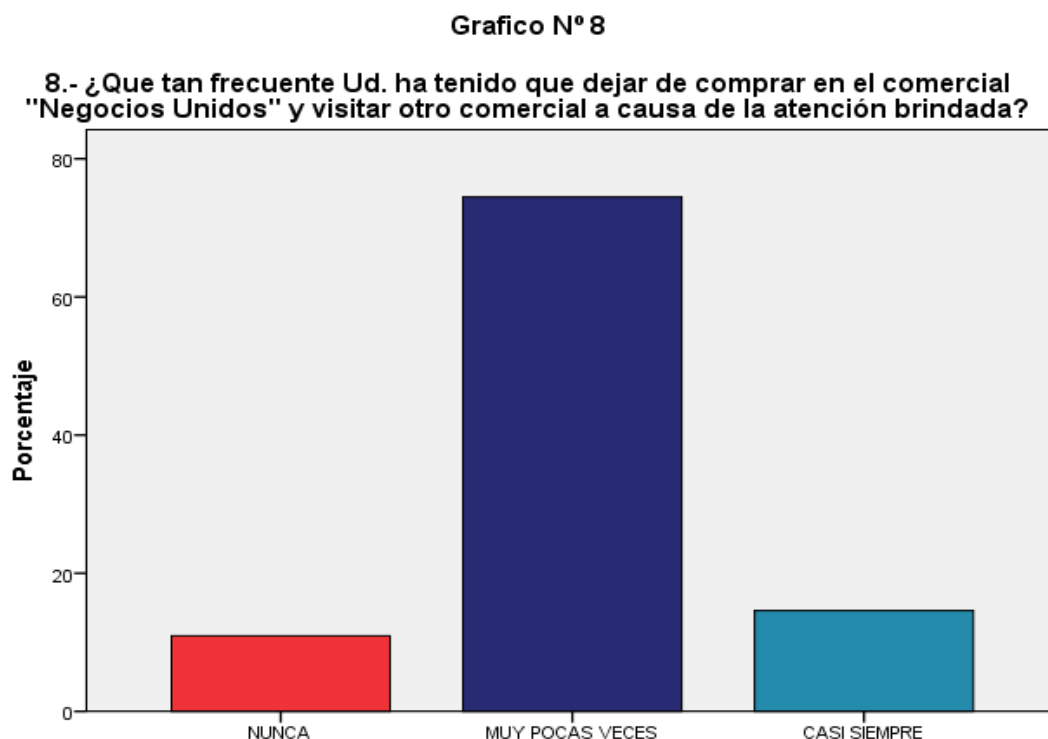
CUADRO 30. Preguntas N°8 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial "Negocios Unidos"

OE4_1

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	NUNCA	42	10,9
	MUY POCAS VECES	286	74,5
	CASI SIEMPRE	56	14,6
	Total	384	100,0

Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial "Negocios Unidos"
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

GRAFICO 4. Pregunta N°8 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial "Negocios Unidos"



Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial "Negocios Unidos"
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

ANALISIS DE RESULTADOS

Del 100% de los clientes encuestados en el comercial “Negocios Unidos” el 74.5% manifiesta que son muy pocas las veces que han tenido que dejar de comprar en el comercial “Negocios Unidos” a causa de la atención que se les ha brindado, mientras que hay un 14.6% que han manifestado que casi siempre han tenido que hacerlo pero por su contrario un 10.9% afirma que nunca han tenido que recurrir a abandonar el comercial por la atención.

INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos evidenciar que los clientes muy pocas veces han tenido que abandonar el comercial a causa de la atención que han recibido pero si hay clientes que han tenido que hacerlo porque consideran que no son bien atendidos.

PREGUNTA 9

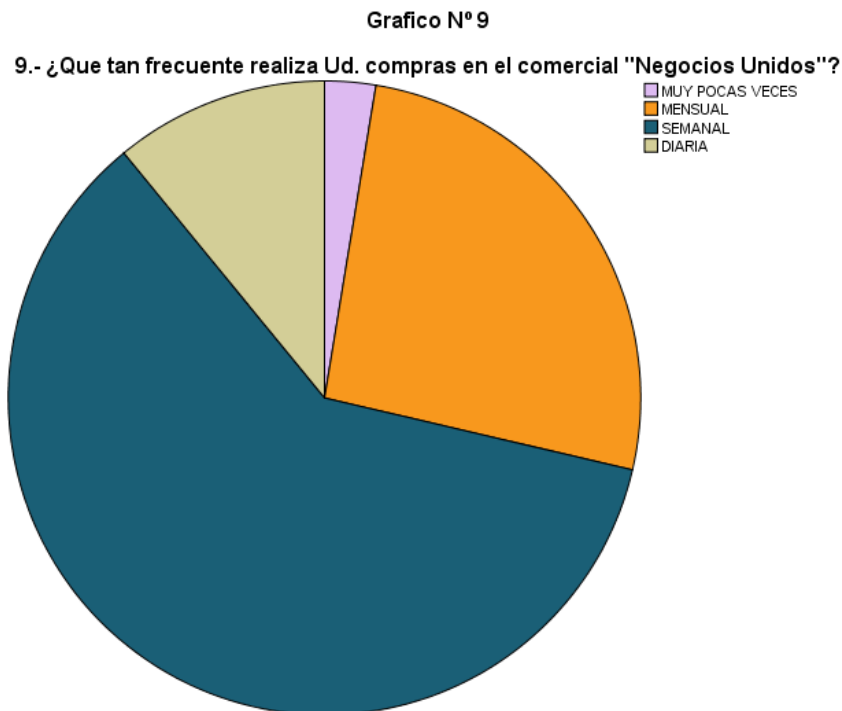
CUADRO 31. Preguntas N°9 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”

HP4_1

	Frecuencia	Porcentaje
MUY POCAS VECES	10	2,6
MENSUAL	100	26,0
Válidos SEMANAL	232	60,4
DIARIA	42	10,9
Total	384	100,0

Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

GRAFICO 5. Pregunta N° 9 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”



Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

ANALISIS DE RESULTADOS

Del 100% de los clientes encuestados en el comercial “Negocios Unidos” el 60.4% realiza sus compras en el comercial de manera semanal, el 2.6% realiza compras muy pocas veces, el 26% realiza compras de manera mensual y el 10.9% lo realiza diariamente.

INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos evidenciar los clientes encuestados la mayoría realiza compras de manera semanal seguido por aquellos que lo realizan de manera mensual por lo cual se puede considerar que aquellos clientes representativos en estas cifras son aquellos clientes fijos del comercial.

PREGUNTA 10

CUADRO 32. Preguntas N°10 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”

HP4_2

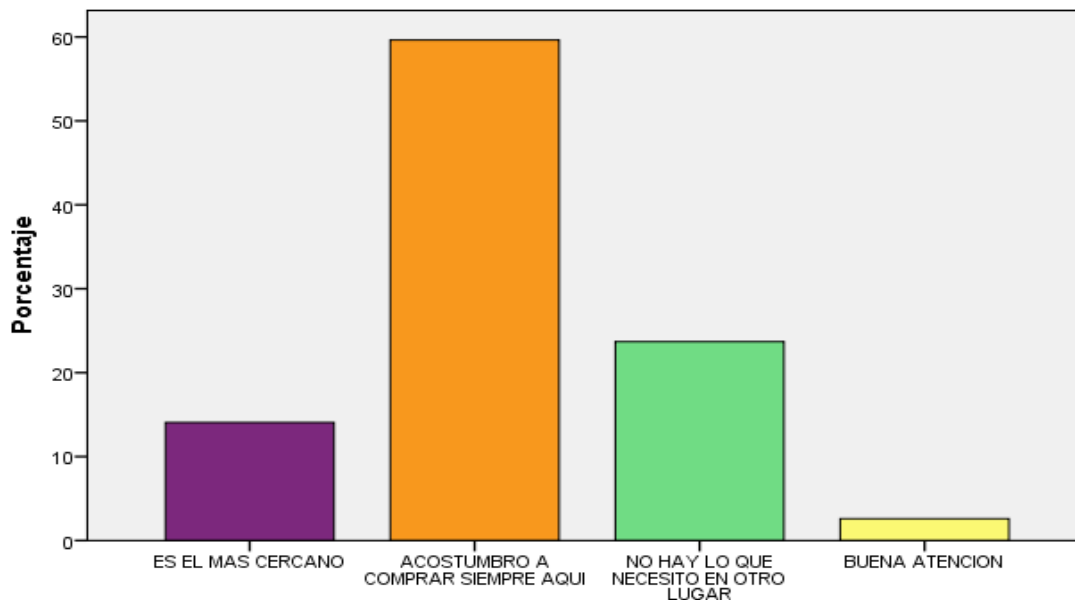
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	ES EL MAS CERCANO	54	14,1
	ACOSTUMBRO A COMPRAR SIEMPRE AQUI	229	59,6
	NO HAY LO QUE NECESITO EN OTRO LUGAR	91	23,7
	BUENA ATENCION	10	2,6
	Total	384	100,0

Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

GRAFICO 6. Pregunta N° 10 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”

Grafico N° 10

10.- ¿Cuando realiza estas compras cual es el motivo que lo lleva a hacerlo en este comercial?



Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

ANALISIS DE RESULTADOS

Del 100% de los clientes encuestados en el comercial “Negocios Unidos” el 59.6% manifiesta que realizan sus compras por que generalmente acostumbran a comprar aquí, mientras que hay un 2.6% que han manifestado que lo hacen por la buena atención que les brindan, un 14.1% afirman que realizan sus compras en el comercial “Negocios Unidos” porque les resulta ser el comercial más cercano y un 23.7% que dicen comprar porque no hay lo que necesitan en otro lugar.

INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos evidenciar que la mayor parte de los clientes encuestados realizan sus compras en el comercial únicamente porque están acostumbrados a comprar ahí pero no porque consideran que son bien atendidos pero si hay un porcentaje aunque sea muy bajo que considera que van a comprar ahí porque la buena atención que les brindan.

PREGUNTA 11

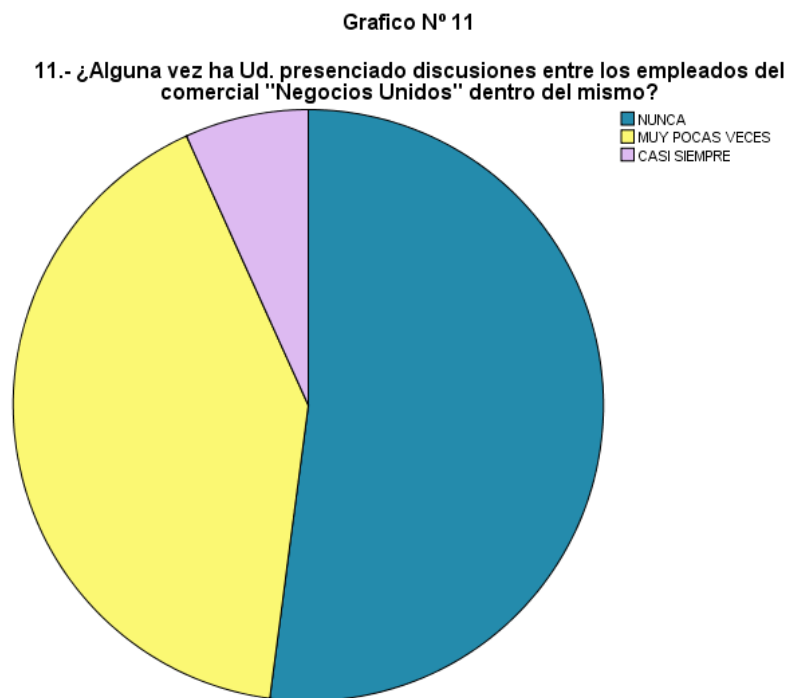
CUADRO 33. Preguntas N°11 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”

OE3_1

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	200	52,1
MUY POCAS VECES	158	41,1
CASI SIEMPRE	26	6,8
Total	384	100,0

Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

GRAFICO 7. Pregunta N° 11 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos”



Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

ANALISIS DE RESULTADOS

Del 100% de los clientes encuestados en el comercial “Negocios Unidos” el 52.1% manifiesta que nunca han presenciado discusiones entre los empleados del comercial “Negocios Unidos”, mientras que hay un 6.8% que han manifestado que casi siempre las han presenciado pero por su contrario un 41.1% afirma que muy pocas veces han sido presentes de discusiones entre los empleados del comercial.

INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos evidenciar que la mayoría de los encuestados no han presenciado las discusiones entre los empleados del comercial “Negocios Unidos”, pero si hay algunos que afirmaron haberlas presenciado por lo que se puede considerar que si existen problemas entre los empleados del comercial.

PREGUNTA 12

CUADRO 34. Preguntas N°12 Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes del comercial "Negocios Unidos"

HP3_1

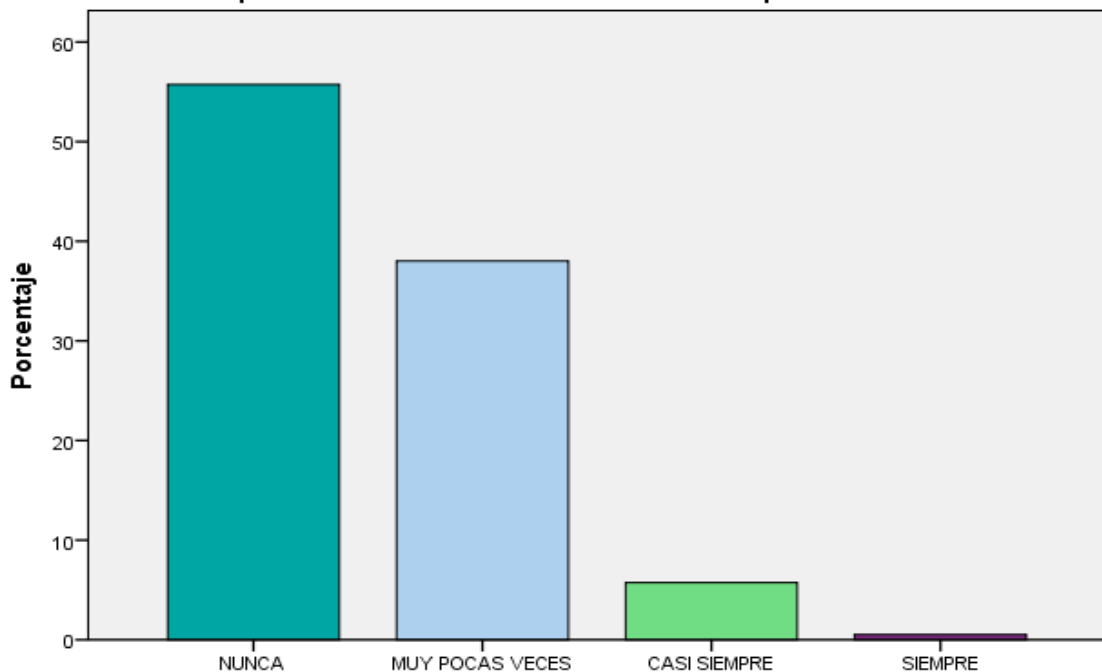
	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	214	55,7
MUY POCAS VECES	146	38,0
Válidos CASI SIEMPRE	22	5,7
SIEMPRE	2	,5
Total	384	100,0

Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial "Negocios Unidos"
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

GRAFICO 8. Pregunta N° 12 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial "Negocios Unidos"

Grafico N° 12

12.- ¿Alguna vez se ha llevado Ud. una mala imagen de "Negocios Unidos" a causa de haber presenciado discusiones entre los empleados del comercial?



Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial "Negocios Unidos"
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

ANALISIS DE RESULTADOS

Del 100% de los clientes encuestados en el comercial "Negocios Unidos" el 55.7% manifiesta que nunca se han llevado una mala imagen del comercial por discusiones pero también hay un 38% que afirma que son muy pocas las veces que se han llevado una mala imagen a causa de las discusiones surgidas por los empleados del comercial "Negocios Unidos", un porcentaje muy bajo representado por el 5% afirma que siempre se han llevado una mala imagen del comercial a causa de este problema y un 5.7% que afirma que casi siempre se han llevado una mala imagen del comercial por la dicho.

INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos se evidencia claramente que el comercial no está dando una mala imagen ante los clientes a causa de las discusiones entre los empleados pero que si existe este problema en el comercial ya que hay algunos que contestaron que muy pocas veces si se han llevado esta mala imagen lo cual nos quiere decir que los empleados si han discutido en horas de trabajo frente a los clientes que visitan el comercial.

4.3 RESULTADOS

CUADRO 35. Resultados según las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos” por objetivos.

<ul style="list-style-type: none"> • Determinar cómo afecta el clima laboral de los empleados de negocios unidos en la atención de sus clientes mediante un análisis sistematizado que permita conocer la importancia de la mejora del ambiente laboral de la empresa tanto para los clientes como para los empleados. 	<p>En función de las encuestas realizadas, es posible mencionar que el clima laboral si influye mayoritariamente en un 66.1%, de gran magnitud con respecto a la atención que brindan los empleados a los clientes del comercial “Negocios Unidos” así como también afecta al desempeño de las labores de cada uno de los empleados dentro del comercial. Esta situación es posible corroborarla con la pregunta N°4.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Constatar el impacto de la comunicación entre el personal del comercial en la atención al cliente 	<p>Según lo que se manifiesta en las encuestas realizadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos” se puede comprobar que la comunicación es muy importante entre los empleados que laboran en el comercial ya que en base a esta depende de qué manera se da la atención brindada al cliente, es decir si no hay una buena comunicación entre los empleados estos no tiene sus labores definidas y la atención al cliente muchas veces se verá retrasada o demorada con la pregunta N° 6 de las encuestas realizadas se puede ver que</p>

	<p>los clientes manifiestan que la atención se da en un el 60.2%, es decir de manera normal, mientras que si hay un muy bajo porcentaje de 1.6% que considera que la atención es demorada.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Determinar cómo incide la carga laboral y nivel de remuneraciones en la motivación de los empleados 	<p>Según las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos” se puede determinar que si existe una sobrecarga laboral en los empleados del comercial ya que según la pregunta N° 5 de la encuesta estos manifiestan que son muy pocas veces en las que un empleado del comercial lo cual se ve reflejado en un 62% que se dedica a tenderlo plenamente al cliente es decir estos no solo se dedican a atenderlo en el momento que este lo necesita, sino que también realizan otras actividades laborales y esto se debe a la sobrecarga laboral que existe en el comercial.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar de qué manera afecta las relaciones personales de los empleados en la imagen empresarial del comercial “Negocios Unidos” 	<p>Según las encuestas se puede evidenciar que un número mayoritario de los encuestados afirman que nunca han presenciado discusiones entre los empleados de “Negocios Unidos” pero eso no quiere decir que los conflictos no existan dentro del comercial ya que hay un porcentaje del 6.8% que manifiesta que casi siempre las han presenciado y podemos decir que es algo que si influye mucho en la imagen empresarial del</p>

	<p>comercial ya que los clientes al presenciar estas discusiones no se llevarían una muy buena referencia de los empleados y de las relaciones dentro del comercial. Lo dicho lo podemos observar en la pregunta N° 11 de la encuesta aplicada</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Determinar cómo está afectando la fidelidad de los clientes, en las ventas periódicas del comercial “Negocios Unidos” 	<p>Según lo manifestado en las encuestas aplicadas podemos corroborar que si hay un porcentaje mayoritario de 52.1% de clientes que han tenido que dejar el comercial y dirigirse a realizar sus compras en otro comercial debido a la atención que han recibido en la pregunta N° 8 de la encuesta aplicadas el 74.5% afirma que han sido muy pocas veces las que han tenido que dejar el comercial pero hay que recalcar que es un porcentaje mayoritario de 74.5% que aunque no ha sido siempre que han tenido que abandonar el comercial si lo han hecho por causas de mala atención.</p>

**Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares**

4.4 VERIFICACION DE LAS HIPOTESIS

CUADRO 36. Verificación de las hipótesis según las encuestas aplicadas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”.

<ul style="list-style-type: none"> • El clima laboral de los empleados del comercial "Negocios Unidos" del Cantón El Triunfo está afectando la atención al cliente. 	<p>Según las encuestas aplicadas a los clientes podemos decir que el clima laboral si ocasiona que los clientes consideren que la atención es inadecuada ya que según la pregunta N° 1 de la encuesta el 66.1% de los clientes encuestados han calificado a la atención brindada por los empleados del comercial como regular. También lo podemos ver en las preguntas 2 y 3 de la encuesta donde los clientes encuestados manifiestan que son muy pocas veces las que han recibido una buena atención por los empleados pero que son muy pocas las veces también en las que se han considerado víctimas de mala atención ya que si hay un porcentaje aunque muy bajo que considera que la atención ha sido buena.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación entre el personal del comercial negocios unidos tiene un impacto negativo en la atención al cliente 	<p>Según las encuestas se puede verificar en la pregunta N° 7 de la misma que los clientes encuestados manifiestan que son muy pocas las veces en las que algún empleado del comercial está a su disposición enseguida cuando este lo ha requerido es por eso que</p>

	<p>podemos decir que la poca comunicación existente en el comercial está impactando negativamente en la atención ya que los empleados no atienden de manera inmediata al cliente como debería serlo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Las relaciones personales entre los empleados del comercial negocios unidos ocasionan una mala imagen empresarial para el comercial. 	<p>Según las pregunta N° 12 de la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos” podemos verificar que los conflictos personales de los empleados si ocasionan una mala imagen empresarial ante los clientes ya que aunque hay un porcentaje representativo que dice nunca haberse llevado una mala imagen por discusiones presenciadas dentro del comercial entre los empleados si hay un porcentaje del 38% que dice que muy pocas veces se ha llevado una mala imagen del comercial es decir si hay clientes que se llevan una mala imagen de “Negocios Unidos” por haber presenciado discusiones entre los empleados del mismo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> El abandono de los clientes debido a la mala atención está afectando negativamente en las ventas periódicas del comercial. 	<p>En la encuesta aplicada a los clientes del comercial “Negocios Unidos” podemos verificar en las preguntas 9 y 10 de la misma que los clientes encuestados afirman que hay un número mayoritario que realizan sus</p>

	<p>compras semanales pero no porque reciban una buena atención sino porque ya acostumbran a comprar en el comercial mientras que hay otros que afirman realizar sus compras ahí únicamente porque no hay lo que han necesitado en otro lugar es muy bajo el porcentaje de encuestados que manifestó realizar sus compras ahí por la buena atención que reciben esto nos permite manifestar que debido a la mala atención algunos clientes si abandonan el comercial y por ende esto bajara las ventas del mismo.</p>
--	--

**Fuente: Resultado de las encuestas dirigidas a los clientes del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares**

4.5 ANALISIS DE LAS ENTREVISTAS

Las entrevistas fueron dirigidas a los empleados que laboran en el comercial “Negocios Unidos” y a los empleados que laboran en el comercial “Rosita” con el fin de hacer una comparación del clima laboral de ambos comerciales.

Las entrevistas fueron estructuradas de la siguiente manera:

CUADRO 37. Estructura de las entrevistas aplicadas a los empleados del comercial “Negocios Unidos”.

COMPONENTE	PREGUNTAS
OBJETIVO GENERAL	1.- ¿Piensa Ud. que el ambiente laboral que lo rodea está afectando su desempeño dentro del comercial?
	3.- ¿Considera usted que el clima laboral es el principal factor que está incidiendo en sus actividades laborales en el comercial? ¿Por qué?
OBJETIVO ESPECIFICO 1	4.- ¿La comunicación que tiene con sus compañeros de trabajo es satisfactoria para Ud.?
OBJETIVO ESPECIFICO 2	7.- ¿Se siente usted satisfecho con su carga horaria laboral?
	10.- ¿Siente usted que el empleador le brinda esa motivación que usted necesita para ejercer sus labores?
OBJETIVO ESPECIFICO 3	11.- ¿La relación que tienen entre compañeros de trabajo es satisfactoria para usted poder desempeñar sus labores de manera adecuada?

OBJETIVO ESPECIFICO 4	14.- ¿Cree usted que el rendimiento del comercial sigue manteniéndose en el mismo nivel en comparación con años anteriores o este ha disminuido?
	15.- ¿Considera usted que la cantidad de clientes que visitan en comercial aumenta o va disminuyendo en los últimos periodos?
HIPOTESIS GENERAL	2.- ¿Cómo cree usted que está afectando el clima laboral en la atención que Ud. brinda a los clientes que visitan el comercial? ¿Positiva o Negativamente?
HIPOTESIS PARTICULAR 1	5.- ¿Cómo cree usted que la comunicación que tienen entre sus compañeros puede afectar a la atención que brindan a los clientes que visitan el comercial?
	6.- ¿En algún momento ha tenido usted problemas para brindar una buena atención debido a la comunicación que tiene con sus compañeros?
HIPOTESIS PARTICULAR 2	8.- ¿Considera usted que recibe una remuneración justa por el trabajo que realiza dentro del comercial?
	9.- ¿Piensa usted que si recibe una remuneración justa y una carga de labores adecuada sus labores dentro del comercial tendrían un mejor desempeño?
HIPOTESIS PARTICULAR 3	12.- ¿Ha tenido usted conflictos personales con algún compañero en particular dentro del comercial?

	13.- ¿Si alguna vez ha surgido alguna discusión por diferencias personales entre compañeros de trabajo esto ha sucedido en horas de trabajo o fuera del área laboral?
HIPOTESIS PARTICULAR 4	16.- ¿Cuál cree usted que es el principal factor para que los clientes abandonen el comercial?

Fuente: Entrevistas dirigidas a los empleados del comercial “Negocios Unidos”
Elaborado por: Angie Aguirre y Cinthia Cañizares

4.5.1 Determinar cómo afecta el clima laboral de los empleados de negocios unidos en la atención de sus clientes mediante un análisis sistematizado que permita conocer la importancia de la mejora del ambiente laboral de la empresa tanto para los clientes como para los empleados.

- Según lo que manifestaron los empleados del comercial “Negocios Unidos” en las preguntas 1 y 3 de las entrevistas dirigidas hacia ellos podemos verificar que el clima laboral que viven si les afecta en la atención que brindan al cliente y además muchos de ellos piensan que este es el principal factor que afecta sus labores dentro del mismo.
- Contrariamente los empleados del comercial “Rosita” manifestaron que no les afecta de manera negativa el clima laboral que viven dentro del comercial ya que el clima laboral que tienen dentro del comercial consideran ellos es bastante bueno.

4.5.2 Constatar el impacto de la comunicación entre el personal del comercial en la atención al cliente.

- En las preguntas 4 de la entrevista realizada a los empleados del comercial “Negocios Unidos” supieron manifestar que la comunicación que tenían dentro del comercial no era nada satisfactoria para ellos ya que a veces se realiza doble trabajo ya que algunos compañeros realizan

trabajos que deberían comunicar y no lo hacen por cuestiones personales y luego otro trabajador lo vuelve a hacer nuevamente consideran ellos que es por lo cual se retrasan las actividades dentro del comercial y la atención al cliente.

- Los empleados del comercial “Rosita” en cambio manifestaron que se sienten muy bien con la comunicación que tienen entre ellos y que esto se ve reflejado en la atención que brindan a sus clientes.

4.5.3 Determinar cómo incide la carga laboral y nivel de remuneraciones en la motivación de los empleados.

- En las preguntas 7 y 10 de las entrevistas realizadas a los empleados del comercial “Negocios Unidos” ellos han manifestado que no se sienten satisfechos con su carga horaria laboral y que además tampoco con la cantidad de actividades que realizan ya que consideran ellos que no reciben la motivación necesaria para realizar sus actividades dentro del comercial por lo cual muchas veces están conscientes de que su trabajo no se da de la mejor manera.
- En cuanto a este aspecto los empleados del comercial “Rosita” dicen sentirse muy a gusto con su horario laboral y con el sueldo que reciben por ello y que además cuentan con un muy buen sistema de motivación ya que su empleador ha implementado el sistema de incentivos por mejor empleado del mes es por ello que se esfuerzan por cada día atender mejor a los clientes realizar bien sus actividades y ganarse al final este incentivo.

4.5.4 Analizar de qué manera afecta las relaciones personales de los empleados en la imagen empresarial del comercial “Negocios Unidos”

- Con la pregunta 11 de la entrevista dirigida a los empleados del comercial “Negocios Unidos” pudimos corroborar que no se sienten satisfecho con la relación entre compañeros que hay dentro del comercial muchos de ellos afirmaron haber tenido problemas con sus compañeros de trabajo y que

muchas veces estos conflictos no les han permitido realizar sus labores de manera correcta.

- Los empleados del comercial “Rosita” aseguraron tener una buena relación de compañeros y que por lo tanto creen ellos no influye de ninguna manera en sus labores y por ende nunca se ha dado una mala imagen empresarial por conflictos entre ellos.

4.5.5 Determinar cómo está afectando la fidelidad de los clientes, en las ventas periódicas del comercial “Negocios Unidos”

- En las preguntas 14 y 15 de las entrevistas, los empleados del comercial “Negocios Unidos” nos han manifestado que es notable la disminución del rendimiento del comercial así como también es notable que son muchos los clientes que han abandonado el comercial, afirmaron que en comparación de años anteriores la clientela del comercial era más numerosa.
- Los empleados del comercial “Rosita” dicen notar que los rendimientos se mantienen pero que es notable que la cantidad de clientes visitantes han aumentado.

HIPOTESIS

4.5.6 El clima laboral de los empleados del comercial "Negocios Unidos" del Cantón El Triunfo está afectando la atención al cliente.

- En la pregunta 2 de la entrevista, los empleados del comercial “Negocios Unidos” nos afirman que el clima laboral que viven dentro del comercial les afecta de manera negativa en la atención que brindan a la clientela que visita el comercial.
- Los empleados del comercial “Rosita” afirman todo lo contrario en cuanto al clima laboral del comercial en el que laboran dicen que este afecta de manera positiva ya que el clima laboral es muy bueno y por lo tanto la atención que dan a sus clientes también lo es.

4.5.7 La comunicación entre el personal del comercial “Negocios Unidos” tiene un impacto negativo en la atención al cliente

- En la pregunta 5 y 6 de las entrevistas los empleados del comercial “Negocios Unidos” dicen que la comunicación entre ellos afecta en la atención al cliente porque en muchas ocasiones por este factor la atención al cliente se retrasa lo cual ya es considerado una mala atención y que son muchas las veces que han tenido problemas por esta situación.
- Los empleados del comercial “Rosita” dicen tener una buena comunicación por lo cual este no es un factor que afecta la atención que brindan a sus clientes.

4.5.8 La Sobrecarga laboral con sueldos inadecuados incide en la motivación de los empleados de manera negativa.

- En las preguntas 8 y 9 de las entrevistas realizadas, los empleados del comercial “Negocios Unidos” dicen considerar que no reciben una remuneración adecuada por el trabajo realizado dentro del comercial lo cual no les motiva a dar una buena atención al cliente ya que si recibirían un sueldo y una cantidad de labores adecuadas estos se sentirían motivados y esto se reflejaría en la atención que dan a sus clientes.
- Los empleados del comercial “Rosita” dicen considerar justa la remuneración y que además trabajan lo estipulado en la ley que por la cantidad de labores no tienen ninguna objeción porque cada uno tiene sus tareas ya definidas

4.5.9 Las relaciones personales entre los empleados del comercial negocios unidos ocasionan una mala imagen empresarial para el comercial.

- En las entrevistas las preguntas 12 y 13 nos manifestaron lo siguiente por parte de los empleados del comercial “Negocios Unidos”, nos supieron decir que han tenido muchos conflictos y con varios compañeros y además que aquellos conflictos han sido dentro de las horas de trabajo por lo cual muchas veces estos conflictos han sido presenciados por los clientes llevándose estos una mala imagen del comercial.

- Los empleados del comercial “Rosita” dicen no tener mayores conflictos personales dentro del comercial y mucho menos dentro de las horas de trabajo ya que están muy pendientes de la imagen que vaya a dar estos conflictos al comercial.

4.5.10 El abandono de los clientes debido a la mala atención está afectando negativamente en las ventas periódicas del comercial.

- En la pregunta 16 de esta entrevista los empleados del comercial “Negocios Unidos” consideran que el abandono de los clientes si está afectando mucho en las ventas o rendimientos del comercial y que además consideran que los principales factores que inciden en esto es la mala atención y los precios elevados.
- Los empleados del comercial “Rosita” manifiestan que los clientes no han abandonado el comercial que de manera contraria la clientela cada vez es mayor por lo cual los rendimientos o ventas han incrementado.

CONCLUSIONES.

El clima laboral inadecuado, que existe en el comercial “Negocios Unidos” del Cantón el triunfo, afecta notablemente en la atención que se brinda a los clientes, esta mala atención es provocada por la poca comunicación entre el personal, sobrecarga laboral, conflictos personales, esto se refleja negativamente , tanto que los clientes están abandonando el comercial.

Se considera que la atención que los empleados del comercial “Negocios Unidos” a los clientes es catalogada por los mismo como una atención regular en su mayor parte, haciendo que el cliente tenga una imagen negativa del comercial “Negocios Unidos”.

Los problemas que tienen los empleados entre ellos, inciden de manera directa al comportamiento laboral de este comercial, ya que suelen ocuparse más de su entorno personal, y no de las obligaciones que debe cumplir al momento de brindar al cliente la atención necesaria.

Cuando el cliente requiere que el empleado le ayude en la búsqueda de algún producto, no suelen prestar ayuda enseguida, lo que hace que el cliente se sienta que no le prestan importancia alguna, provocando malestar en cliente lo hace que el visite otros comerciales en que si le puedan dar la ayuda que solicita.

La atención inadecuada que se le está brindando a los clientes está haciendo que estos abandonen el comercial, debido a la mala atención que reciben por parte de los empleados, sabiendo que los clientes son la parte importante de este comercial.

Por otra parte la información que se obtuvo de empleados menciona que no existe ningún tipo de motivación el cual permita que ellos se encuentre totalmente satisfechos con su trabajo, al contrario existe una sobrecarga laboral, provocando así que el empleado al momento de atender al cliente, lo haga de mal gusto y poca amabilidad, falta de esta manera el respeto que debe tener el empleado al momento de brindar la atención al cliente.

RECOMENDACIONES

Es de vital importancia corregir la poca comunicación que existe entre el empleado, evitando de esta manera que existan algún mal entendido entre los empleados y al mismo tiempo que se sientan en su total libertad de comunicar cuan satisfecho o insatisfechos se sienten con la función que están desempeñando.

Es necesario que se otorgue de manera adecuada las funciones a los empleados, mismas que tienen ir relacionadas con el sueldo que ellos reciben, para que de esta manera se evite esa sobrecarga laboral que tienen los empleados, y al mismo haciendo que ellos se sientan totalmente motivados a cumplir con sus responsabilidades e incluye la buena atención que deben brindar a los clientes del comercial.

Es menester que se mejore las relaciones entre los empleados y resolver los conflictos que existen entre ellos, debido a que esto está afectando directamente en la atención que se le brinda al cliente, por lo cual es necesario que los empleados demuestren que existe una excelente relación entre ellos, para que a través de este comportamiento exista un buen clima laboral.

Es importante que el comercial “Negocios Unidos” mejore su clima laboral, para evitar que se siga dando una mala atención al cliente, debido a que el clima inadecuado que se vive en este comercial, está logrando que los empleados no brinden una buena atención, haciendo que los clientes abandonen el comercial, lo cual disminuye sus ventas y por ende sus ingresos decaen.

Es necesario que se corrija todas estas fallencias que existen, para que tanto los empleados como el cliente se sientan satisfechos.

ANEXOS



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

Buenos días/tardes somos estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro y estamos realizando una investigación acerca de la incidencia del clima laboral en la atención que brinda este comercial a sus clientes, le agradecemos mucho su colaboración al responder las preguntas esta información será confidencial.

INSTRUCCIONES

Marque con una X en la opción que usted escoja

SEXO: MASCULINO FEMENINO

LUGAR DE RESIDENCIA: EL TRIUNFO OTROS

EDAD: 18 – 40 AÑOS 41 – 60 AÑOS 61 AÑOS EN ADELANTE

PREGUNTAS	ALTERNATIVAS			
1.- ¿Cómo considera usted la atención brindada por los empleados que laboran en el comercial?	4 MUY BUENA	3 BUENA	2 REGULAR	1 MALA
2.- ¿De las veces que usted visita el comercial que tan frecuente ha recibido una buena atención por parte de los empleados que laboran en el mismo?	4 SIEMPRE	3 CASI SIEMPRE	2 MUY POCAS VECES	1 NUNCA
3.- ¿Considera usted que ha sido víctima de mala atención por parte de los empleados del comercial "Negocios Unidos"?	4 SIEMPRE	3 CASI SIEMPRE	2 MUY POCAS VECES	1 NUNCA
4.- ¿Cuándo visita el lugar, hay un empleado que está presto a ayudarlo a usted en lo que busca?	4 SIEMPRE	3 CASI SIEMPRE	2 MUY POCAS VECES	1 NUNCA
5.- ¿Cuándo usted visita el comercial el empleado se dedica a atenderlo plenamente a usted?	4 SIEMPRE	3 CASI SIEMPRE	2 MUY POCAS VECES	1 NUNCA

6.- ¿En el proceso de atención a sus requerimientos en el comercial, la atención se da de qué manera?	4 RAPIDA	3 NORMAL	2 DEMORADA	1 MUY DEMORADA
7.- ¿Cuándo Ud. requiere ser atendido por un empleado del comercial, el empleado está a su disposición enseguida?	4 SIEMPRE	3 CASI SIEMPRE	2 MUY POCAS VECES	1 NUNCA
8.- ¿Qué tan frecuente usted ha tenido que dejar de comprar en "Negocios Unidos" y visitar otro comercial a causa de la atención brindada?	4 SIEMPRE	3 CASI SIEMPRE	2 MUY POCAS VECES	1 NUNCA
9.- ¿Qué tan frecuente realiza usted compras en el comercial "Negocios Unidos"?	4 DIARIA	3 SEMANAL	2 MENSUAL	1 MUY POCAS VECES
10.- ¿Cuándo realiza estas compras cual es el motivo que lo lleva a hacerlo en este comercial?	4 BUENA ATENCION	3 NO HAY LO QUE NECESITO EN OTRO LUGAR	2 ACOSTUMBRO A COMPRAR SIEMPRE AQUI	1 ES EL MAS CERCANO
11.- ¿Alguna vez ha usted presenciado discusiones entre los empleados del comercial "Negocios Unidos" dentro del mismo?	4 SIEMPRE	3 CASI SIEMPRE	2 MUY POCAS VECES	1 NUNCA
12.- ¿Alguna vez se ha llevado Ud. una mala imagen de "Negocios Unidos" a causa de haber presenciado discusiones entre los empleados del comercial?	4 SIEMPRE	3 CASI SIEMPRE	2 MUY POCAS VECES	1 NUNCA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

Buenos días/tardes somos estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro y estamos realizando una investigación acerca de la incidencia del clima laboral en la atención que brinda este comercial a sus clientes, le agradecemos mucho su colaboración al responder las preguntas esta información será confidencial.

SEXO: MASCULINO FEMENINO
LUGAR DE RESIDENCIA: EL TRIUNFO OTROS
EDAD: 18 – 40 AÑOS 41 – 60 AÑOS 61 AÑOS
EN ADELANTE

1.- ¿Piensa Ud. que el ambiente laboral que lo rodea está afectando su desempeño dentro del comercial?

2.- ¿Cómo cree usted que está afectando el clima laboral en la atención que Ud. brinda a los clientes que visitan el comercial? ¿Positiva o Negativamente?

3.- ¿Considera usted que el clima laboral es el principal factor que está incidiendo en sus actividades laborales en el comercial? ¿Por qué?

4.- ¿La comunicación que tiene con sus compañeros de trabajo es satisfactoria para Ud.?

5.- ¿Cómo cree usted que la comunicación que tienen entre sus compañeros puede afectar a la atención que brindan a los clientes que visitan el comercial?

6.- ¿En algún momento ha tenido usted problemas para brindar una buena atención debido a la comunicación que tiene con sus compañeros?

7.- ¿Se siente usted satisfecho con su carga horaria laboral?

8.- ¿Considera usted que recibe una remuneración justa por el trabajo que realiza dentro del comercial?

9.- ¿Piensa usted que si recibe una remuneración justa y una carga de labores adecuada sus labores dentro del comercial tendrían un mejor desempeño?

10.- ¿Siente usted que el empleador le brinda esa motivación que usted necesita para ejercer sus labores?

11.- ¿La relación que tienen entre compañeros de trabajo es satisfactoria para usted poder desempeñar sus labores de manera adecuada?

12.- ¿Ha tenido usted conflictos personales con algún compañero en particular dentro del comercial?

13.- ¿Si alguna vez ha surgido alguna discusión por diferencias personales entre compañeros de trabajo esto ha sucedido en horas de trabajo o fuera del área laboral?

14.- ¿Cree usted que el rendimiento del comercial sigue manteniéndose en el mismo nivel en comparación con años anteriores o este ha disminuido?

15.- ¿Considera usted que la cantidad de clientes que visitan en comercial aumenta o va disminuyendo en los últimos periodos?

16.- ¿Cuál cree usted que es el principal factor para que los clientes abandonen el comercial?

ANEXO 3. Fotos realizando las encuestas y entrevistas



Realizando entrevistas a empleados del comercial "Rosita"



Realizando entrevistas a empleados del comercial "Rosita"



Realizando entrevistas a empleados del comercial "Rosita"



Realizando entrevistas a empleados del comercial "Negocios Unidos"



Realizando entrevistas a empleados del comercial "Negocios Unidos"



Realizando entrevistas a empleados del comercial "Negocios Unidos"



Realizando encuestas a clientes del comercial "Negocios Unidos"



Realizando encuestas a clientes del comercial "Negocios Unidos"

ANEXO 4. Carta de autorización.



Negocios Unidos
"El Mundo De Los Negocios"
Julio Efraín Salto Guamán
Teléfono: 2010695

Banco Del Barrio




NEGOCIOS UNIDOS

El Triunfo, 19 de Octubre del 2015

Señores
Universidad Estatal de Milagro
Presente.-

De mis consideraciones,

Por medio de la presente pongo en manifiesto que **AUTORIZO** que las estudiantes **AGUIRRE REYES ANGIE DAYANARA CI.: 0924679087** y **CAÑIZARES VASQUEZ CINTHIA STEFANIA CI.: 0928993849** obtengan las facilidades para recopilar la información necesaria para el desarrollo de su Proyecto de Investigación.


Sr. Julio Efraín Salto Guamán
Gerente Propietario
Negocios Unidos

ANEXO 5. Análisis URKUND

URKUND	
Document	TESIS-CLIMA LABORAL AGUIRRE Y CAÑIZARES.pdf (D15807021)
Submitted	2015-10-22 08:38 (-05:00)
Submitted by	rramirezgranda@gmail.com
Receiver	rramirezg.unemi@analysis.arkund.com
Message	TESIS CLIMA LABORAL Show full message 6% of this approx. 44 pages long document consists of text present in 15 sources.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

IBARRA VELAZQUEZ, GARCIA RAMIREZ, Biblioteca Virtual Eumed “*orígenes del clima laboral*”, http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacional.html

NIDIA GARCIA, MARTA ROJAS, NATLIA CAMPOS “*la administración escolar para el cambio y mejoramiento de las instituciones*” Pág.108

GASPAR BERBEL GIMENEZ, “*manual de recursos humanos*”, https://books.google.com.ec/books?id=xTaAvxr2yPQC&redir_esc=y, Pág. 92

PEREZ DE MALDONADO, Dialnet Clima Organizacional: “*inductores del cambio organizacional y gerencial*”, <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2310289>.

TEJADA FERNANDEZ, VICENTE GIMENEZ MARIN “*formación de formadores volumen 2*”, https://books.google.com.mx/books/about/Formaci%C3%B3n_de_formadores.html?hl=es&id=kHkYLB4u1FkC”, Pág.67

MC GREGOR, Douglas: “*El lado Humano de las Organizaciones*”, https://isabelportoperez.files.wordpress.com/2011/11/direccic3b3n_x_y.pdf, Pag.42 - 58

MASLOW, Abraham: “*Motivación y Personalidad*”, <https://goo.gl/xqrmwj>, Pág.37 - 69

MANZANO VARGAS Y ASOCIADOS, Comercial Negocios Unidos: “*Reglamento Interno De Trabajo*”, Pág. 7 - 38

PRIENTO , Antonio Blanco: “*atención al cliente*”, <http://www.casadellibro.com/libro-atencion-al-cliente-3-ed/9788436820881/1120116>, Pág. 9

AMECA CARREON, José Alberto: “cliente interno en la organización”, <http://jcvalda.tumblr.com/post/101594973689/cliente-interno-y-externo-en-una-organizaci%C3%B3n>, Pág. 15

ANONIMO, AITECO “cliente interno”, <http://goo.gl/dHdwYE>, Pág. 86

CHIAVENATO, Alberto: “clima organizacional” (1992), <https://goo.gl/Efl4Ba>, Pág. 58

RAMON, Zallo: “Comunicación Empresarial”, <https://goo.gl/axJxUK>, Pág. 76

SANTOS, Azuela: “Conflicto De Trabajo”, <https://goo.gl/pUQ2Dd>, Pág. 49

SANCHEZ, Joaquín: “Imagen Empresarial”, <https://goo.gl/3khX7u>, Pág. 70

NARESH K. MALHOTRA, “Investigación de Mercados” Pág. 86 - 87

CINTHIA CRUZ DEL CASTILLO, SOCORRO OLIVARES OROZCO, MARTÍN GONZÁLEZ GARCÍA,” Metodología de la Investigación” Pág. 98

HERNANDEZ SAMPIER, “Metodología de la Investigación” Pág.102

HERNADEZ RAMIREZ RICARDO, “Diseño de Investigación Transversal y Longitudinal”, Pág. 15

HERNANDEZ SAMPIER, “Metodología de la investigación”, Pág. 104

HERNÁNDEZ, ROBERTO FERNÁNDEZ CARLOS Y BAPTISTA, “Metodología de la Investigación”

FARFAN NAVROS, Fabián Franchesco: “Selección Sistemática de elementos muestrales”, <https://prezi.com/qshs9eph1bdi/seleccion-sistematica-de-elementos-muestrales/>, extraído el 23 de septiembre del 2015, Pág. 94

HERNANDEZ SAMPIER, “Investigación de mercado”, Pág. 86

FABBRI, María Soledad: “Las Técnicas de Investigación: La Observación”, <http://goo.gl/ECDNI>, Pág.3

PELAEZ, Alicia, RODRIGUEZ, Jorge, RAMIREZ, Samantha: “Entrevista”, https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Entrevista_trabajo.pdf

ALVIRA MARTIN, Francisco: *“La encuesta: una perspectiva general metodológica”*, <https://goo.gl/jD0vIH>, Pág. 31

SITIOS WEB

ADMINISTRACION PUBLICA, Secretaria Nacional de la Administración Pública: *“La medición del Clima Laboral sigue en Marcha”*, <http://www.administracionpublica.gob.ec/la-medicion-de-clima-laboral-y-cultura-organizacional-sigue-en-marcha/>

ANDES, Agencia Publica De Noticias Del Ecuador Y Suramérica: *“Ecuador garantiza la calidad del servicio público con un buen clima laboral”*, <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-garantiza-calidad-servicio-publico-buen-clima-laboral.html>

UDEC, Casa De Exalumnos Udec: *“La importancia de mantener un buen Clima Laboral”*, <http://www.udec.cl/exalumnos/node/1550>

IBARRA VELAZQUEZ, GARCIAS RAMIREZ, Biblioteca Virtual Eumed *“orígenes del clima laboral”*, http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacional.html

BLOG TECOLOCO HONDURAS, *“Influencia del ambiente laboral en los trabajadores”*, <http://www.tecoloco.com.hn/blog/influencia-del-ambiente-laboral-en-los-trabajadores.aspx>

NOTICIAS ECUADOR INMEDIATO *“gobiernos apuntan a calidad del mejor clima laboral”*, http://www.ecuadorinmediato.com:8080/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818785876&umt=gobierno_apunta_a_calidad_en_servicios_publicos_generando_mejor_clima_laboral

MONTENEGRO, Repositorio Digital UCE: *“El clima laboral y la influencia en la satisfacción de los trabajadores de la empresa pública “Tame”, en la unidad de negocio Quito periodo 2011-2012”*; <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1407>

BUSTAMANTE REYES, Repositorio Digital Universidad Estatal De Milagro: *“Diseño de estrategias que contribuyan a la mejora de las relaciones interpersonales de los empleados del hospital IESS Durán en el área de estadística, fomentando la salud ocupacional y optimizando la atención al usuario”*

DIAZ; MORAN, Repositorio Digital PUCE: *“Análisis del clima laboral, cultura organizacional y realización de un plan de mejora en la empresa America Call Center en la ciudad de Quito”* <http://repositorio.puce.edu.ec/>

ANONIMO UISRAEL, Repositorio Digital Universidad Tecnológica Israel: *“Análisis del clima organizacional de Industrias Kmaleon en la ciudad de Cuenca y propuesta de mejoramiento”*, <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/213/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-486.pdf>

RIVASSANTI: *“Servicio De Ventas”*, <http://goo.gl/AQGss8>, Pág.19

PREVENCION DE RIESGO LABORES *“asociación de consultoras de la comunicación autónoma”*, Pág. 21

EL NACIONAL, *“Paradigmas Y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambios”*, <https://goo.gl/9zX3tP>

Leyes y reglamentos

- **ECUADOR, Ministerio Laboral**: *“Código De Trabajo Ecuador”*, Art.13, 42-1, 9, 12, 13, 14, 15, 16, 25, 29, 30, 31, <http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>.
- **ECUADOR, Ministerio Laboral**: *“Código De Trabajo Ecuador”*, Art.13, 42-1, 9, 12, 13, 14, 15, 16, 25, 29, 30, 31, <http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>.
- **ECUADOR, Ministerio Laboral**: *“Código De Trabajo Ecuador”*, Art. 44; 45, <http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>.

- **ECUADOR, Ministerio Laboral:** “Código De Trabajo Ecuador”, Art. 63, <http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>.
- **MANZANO VARGAS Y ASOCIADOS,** Comercial Negocios Unidos: “Reglamento Interno De Trabajo”, Pág. 7 – 38
- **INSTITUTE GREAT PLACE TO WORK,** Great Place To Work: “Las mejores Multinacionales en America Latina”, <http://www.greatplacetowork.com.pe/mejores-empresas/las-mejores-empresas-para-trabajar-en-america-latina/las-mejores-multinacionales-para-trabajar-en-america-latina>