



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

ENERO – JUNIO 2017

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

Ingeniería Comercial

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

Ingeniero Comercial

TEMA:

Gestión del Talento Humano en el Comercial “Angelito” de la ciudad de Vinces.

EGRESADO:

Jonathan Josué Rodríguez Villavicencio

TUTORA:

CPA. Doris Glenda Naranjo Chávez, MCA.

AÑO 2017

INTRODUCCIÓN

El Comercial “Angelito”, es una empresa de servicio más surtido de la ciudad de Vinces; que tiene por actividad económica la comercialización de productos nacionales e importados, de costa y sierra que se dedica a la venta de insumos, lácteos, cárnicos, enlatados, licores, cigarrillos, cristalerías, confiterías, útiles escolares y artículos de bazar, bebidas y gaseosas al por mayor, y todo lo relacionado para consumo del hogar.

Durante el lapso de tiempo el negocio se mantenía en su mejor momento y con un rendimiento favorable; lo que dio como origen a su crecimiento y expansión constando de una infraestructura de 3 pisos y con terraza incluida, dando un mayor atractivo al comercial, llamando así la atención de los clientes y que se mantenga como comercial líder entre los más vistos en la comunidad Vinceña y fomentar así debidamente sus ventas en comparación con otros comerciales, cuya inauguración fue el 8 de diciembre del 2014.

La propietaria de la empresa la Sra. Merci Elizabeth López Castillo, ha observado muchas falencias o decadencias por parte del equipo de empleados del comercial en base a información de la gestión que realiza el departamento administrativo y de ventas de su comercial, lo que ocasiona problemas con su empresa en la actualidad obviamente.

Dentro de los departamentos antes mencionados se cabe resaltar las falencias o problemas que ocurre con la administración de su talento humano, este es el motivo por el cual se genera resultados negativos, dentro del desempeño laboral de sus 32 trabajadores, y que afecta a dicho clima organizativo dentro del comercial en general.

De la información constatada surge de la empresa comercial “Angelito”, el objetivo del presente trabajo con el tema: Gestión del Talento Humano en el Comercial Angelito de la ciudad de Vinces, posteriormente realizar las correcciones adecuadas para retomar el éxito del comercial, junto a su equipo de trabajo, administradores y pensando siempre en mejorar de la forma posible y eficaz al comercial.

DESARROLLO

El Comercial “Angelito” fue creado por iniciativa de la Sra. Merci Elizabeth López Castillo con RUC # 1203002397001 y esposo SR. Ángel Murillo, local ubicado en la Av. Córdova y 9 de octubre de la ciudad de Vinces provincia de Los Ríos, inicio sus operaciones comerciales el 19 de enero del 2011, como consta en su R.U.C.

Es una organización encaminada a satisfacer las necesidades de sus clientes por ende con la ayuda de la gestión de su recurso humano ofreciendo y brindando cualidades del servicio y productos de calidad, eficientes en la entrega de los mismos servicios.

Para detectar el porqué de la actual situación del comercial, cuyo tema trata sobre la gestión del talento humano, lo primero que se cabe destacar es el problema que origina falencias, como factores internos que inciden y focalizan un clima organizacional decadente, ineficiencia en la administración de recursos humanos, ante esta problemática se espera realizar los cambios precisos y adecuados que se presentan actualmente en dicho negocio.

La presente investigación de estudio de caso se contextualiza en la gestión administrativa y se ejecutó mediante un enfoque metodológico cualitativo, utilizando las técnicas de entrevista y encuestas dirigidas al departamento administrador del comercial y a los empleados que se fundamenta en una práctica de investigación idónea para la observación y explicación de múltiples falencias, el cual servirá para avalar dicha información adquirida de una manera más legítima en la elaboración del estudio de caso planteado realizado en el comercial “Angelito”.

Es necesario determinar los roles que desempeñan los departamentos mencionados como de delegar el puesto que lleva el personal, como cajero, perchero, limpieza entre otros, dentro del departamento de ventas cabe resaltar los convenios con los proveedores, facturación de los productos, pago de sueldos, etc.

Para la selección de personal se manejan a través de entrevista externa, basándose en talentos con ideas nuevas, habilidades, experiencia y otros; y con relación a la contratación de personal cumplir con todos los requisitos, actitudes y condiciones de trabajo que busca la empresa.

De la problemática planteada surgen las siguientes preguntas:

¿Cuál sería la manera adecuada de administrar la gestión del talento humano del comercial “Angelito”?

¿Cómo controlar algunos factores internos que aparecen en el comercial a través de la administración de recursos humanos?

¿De qué manera poder administrar el buen desempeño relacionando las actividades laborales que desempeñan los miembros del comercial “Angelito”?

Según establece (Chiavenato I. , 2011)

Para comprender la conducta humana es necesario un mínimo conocimiento de la motivación. De manera general, motivo es todo aquello que impulsa a la persona a actuar de determinada manera o que da origen, por lo menos, a una determinada tendencia, a un determinado comportamiento. (pág. 47)

La motivación es un factor primordial que incentiva al individuo para que efectúe un sin número de acciones y permanecer con una conducta firme lo cual le ayudará a que cumpla todas las metas que se proponga, a realizar siempre y cuando se sientan motivados, impulsados o conciben ese deseo y necesidad de realizar actividades enfocadas a la organización, con un objetivo o fin determinado.

La motivación será el motor que impulse al recurso humano de este comercial encaminándolo a una mejora en sus labores, ya que los empleados del local se sienten desanimados y ésta es la razón por la cual les impide realizar sus actividades con eficacia y traer consigo repercusiones en el puesto que desempeñan; es por esto, que nace la necesidad

de la intervención de sus superiores para tomar medidas correctivas que estimulen al deseo de incentivarlos a efectuar sus actividades con normalidad.

Chiavenato I. , (2011) “El clima organizacional se refiere al ambiente interno que existe entre los miembros de la organización y está íntimamente relacionada con el grado de motivación de sus integrantes”. (pág. 59).

Un ambiente organizativo favorable es el motor que mueve a toda una empresa y varía del nivel de motivación que muestren los miembros de un negocio cuando desempeñan sus funciones satisfactoriamente y es algo que los administradores deben tener en mente más allá desde de su percepción ya que un ambiente laboral se ve reflejado en sus objetivos de negocio.

Cabe recalcar que la motivación está ligado al estrecho vínculo que existe entre el clima organizacional; sobre las relaciones interpersonales que existen entre los integrantes de la empresa y de comprender el nivel de capacidad de adaptación; que pueda tener un individuo dentro de la organización tratando de denotar las múltiples condiciones que se presenten ya que cambia de un instante oportuno a otro dentro del entorno laboral del local.

Menciona Dessler & Varela, (2011) que. “En cierto sentido, todos los gerentes son administradores de recursos humanos, ya que participan en actividades como reclutar, entrevistar, seleccionar y capacitar” (pág. 3).

Los gerentes realizan la labor específica del desarrollo organizacional de una empresa este debe estar al tanto de dirigir los procesos que se manejen dentro de una organización, con técnicas de promover el desempeño eficiente al personal como reclutar, selección, capacitación constante, para efectuar una relación de trabajo y de transmitir ese compromiso con la empresa como si fuera suya como parte del emprendimiento efectuado.

Hoy en día consideramos a la administración de recursos humanos como un pilar fundamental para fomentar todos los procesos antes mencionados con el objetivo de ayudar a

toda la empresa y de lograr alcanzar, conservar el número de colaboradores idóneos y aptos que influyan como entes competentes de lograr las metas y objetivos planteados dentro del negocio elevando la situación de éxito del comercial.

“En una organización, cada puesto tiene un valor individual. Sólo se puede remunerar con justicia y equidad al ocupante de un puesto si se conoce el valor de ese puesto en relación con los demás puestos de la organización y la situación del mercado” (Chiavenato I, 2011, pág. 286).

La administración de sueldos y salarios se contextualiza como un conjunto de métodos y procesos que ayude a obtener una equitatividad entre los sueldos que se debería remunerar a los miembros de una organización, según el puesto o cargo que éste ejecuta por su trabajo, además de tener la aceptación de los empleados del salario que ofrece la empresa.

Debe aplicarse una administración de sueldos y salarios en el caso como ente primordial, para que haya una equidad en la remuneración de los trabajadores del negocio ya que se vean afectados por el pago de salario que reciben dentro del comercial.

“Construir el compromiso de un empleado, es decir, hacer coincidir las metas del empleado y de su empleador, de modo que los trabajadores ejecuten sus labores como si fuera su propia compañía, requiere un esfuerzo múltiple, donde la función de RH desempeña un papel central”. (Gary Dessler, 2011, pág. 12)

El compromiso laboral se entiende en las organizaciones como un lazo de nobleza donde el empleado anhela subsistir en la organización, íntegro de su motivación implícita; todo un equipo de trabajo es el que mueve a la empresa al logro de sus objetivos planteados y ese gran talento con lleva a ser más competitivos, al tener una buena relación entre jefe y colaboradores se desempeña la mejora de las labores de trabajo dentro de una organización.

La falta de relación que existe entre el empleador y los empleados del comercial requiere de crear un vínculo entre estos por parte del departamento de administración, lo que provoca

una ineficiencia en el rendimiento de actividades laborales, además por la falta de comunicación como un factor decadente en cuestión con las órdenes que pueda delegar el gerente del negocio actualmente.

La administración de recursos humanos con frecuencia exige que tomemos decisiones que implican equidad. Usted contrata a un candidato y rechaza a otro, asciende a uno y baja de categoría a otro, le paga más a uno y menos a otro, acepta sus propias quejas mientras rechaza la de otros. La manera en que los empleados reaccionan a tales decisiones depende, hasta cierto punto, de si ellos consideran que las decisiones y los procesos que las produjeron son justos. La equidad es inseparable de lo que la mayoría de la gente considera justicia. (Dessler, 2009, pág. 554).

En múltiples ocasiones las decisiones RR.HH. de los gerentes provocan problemas éticos dentro de la organización, la ética actúa de forma como un apoyo de la conducta humana que gobierna a un individuo o en grupo, la manera en que una persona proceda de carácter ético no solo es por un factor único sino por diversos factores, la gerencia debe considerar hasta qué punto estas decisiones fueron consideradas y tomadas como justas tanto por el equipo de empleados y colaboradores.

Estos trabajadores en ocasiones llevan al trabajo sus ideas correctas o incorrectas de lo que ellos consideran moralmente, por ello las decisiones que tomen con ética deben validarse en el comercial; no tanto se tratan organizacionales sino laborales en este caso, la ética conduce al trabajo en equipo y de gran parte la ayuda de su empleador en ver cuáles son las mejores medidas que ayuden al éxito del trabajador dentro de la organización.

Mondy, (2010) “Un sistema de remuneración bien pensado brinda a los empleados recompensas adecuadas y equitativas por sus contribuciones hacia el logro de las metas organizacionales”. (pág. 7).

Cabe mencionar a la remuneración como una de las funciones de la administración de recursos humanos que ayudaría a la eficacia de las actividades que realizan los empleados del comercial a cambio de un pago justo y equitativo denominado salario por una actividad bien realizada a cambio del servicio prestado en la empresa.

Los trabajadores del comercial se podrían ver perjudicados por el pago de un salario básico sin horas extras, sin algún tipo de recompensas, beneficios entre otros, por el trabajo realizado en dicho negocio, ya que no obtienen una buena remuneración como ellos esperan.

Además, el sistema de remuneración de una empresa será inadecuado a menos de que se dé a los empleados un ambiente de trabajo seguro y saludable. Si una empresa paga sueldos inferiores los del mercado, siempre estará contratando y capacitando nuevos empleados tan sólo para contemplar su salida en busca de los sueldos más altos que ofrece un competidor. (Mondy, 2010, pág. 8)

La remuneración comprende una función dentro del departamento administrativo que ayude a incentivar las actividades laborales con eficacia, denominándose como una recompensa para sus colaboradores, que diferencien el pago que reciben los empleados en otra organización similar que brinda los mismos servicios.

Tomando en cuenta la de mayor problemática dentro de la remuneración como son los pagos de vacaciones y los días de feriados que no son tomados como una remuneración justa y equitativa para los empleados de dicho comercial.

La administración del desempeño (AD) es un proceso orientado hacia las metas y encaminado al aseguramiento de que los procesos organizacionales se realicen oportunamente para maximizar la productividad de los empleados, de los equipos y, en última instancia, de la organización. Es un elemento fundamental del logro de la estrategia organizacional en tanto que implica la medición y el mejoramiento del valor de la fuerza de trabajo. (Mondy, 2010, pág. 238)

La A.D. es un proceso por medio del cual una compañía afirma que el subordinado efectúa un trabajo de manera acorde con los objetivos planteados de la organización, como los procesos organizacionales por los cual la labor realizada es precisa, concreta y se desarrollan según las capacidades que poseen aumentado la productividad y competitividad de la organización.

Para asegurar de mayor instancia que se están cumpliendo un sin número de metas y demás procesos orientados a incrementar la productividad de algunos recursos y en sí de todo el comercial sería de mayor relevancia usar la A.D., impulsado por el departamento de administración del comercial para así cumplir con logro de éxito del negocio y medir el desempeño laboral de un trabajador, que permita conocer la manera en cómo realizan las tareas que se le encomiendan en relación con el cargo o puesto designado y de ser dicho administrador el encargado de velar por el desempeño laboral de estos recursos humanos.

La estructura organizativa en sentido formal estará representada por medio de normas, reglas y procedimientos que regulan los flujos de actividad, comunicación y trabajo que vinculan los subsistemas técnico y humano de toda la organización. El departamento de RR.HH. es uno de los que más encajan de cuantos pueden incluirse en esta definición. Con independencia del tamaño de la empresa y de su actividad, incluso indiferentemente de la misma existencia o no de un departamento de personal/RR.HH., en todas las organizaciones se realizan una serie de funciones especializadas en relación con las personas que trabajan en ellas. (Gelabert, 2010, pág. 52).

En toda estructura organizacional, el departamento de RR. HH sus funciones se fijan de acuerdo a la organización que pertenezca asesorando, facultando el proceso de actividades encaminadas al logro de objetivos y metas planteadas.

El departamento de administración debe de encaminar las actividades o funciones laborales delegadas a todos los miembros de una organización en el comercial cuya finalidad sea la de gestionar y velar por las acciones de los colaboradores de toda la empresa.

En este contexto la cuestión básica radica en elegir entre tratar a las personas como recursos o como grupos de interés de la organización. A los empleados se les puede tratar como recursos productivos de las organizaciones, es decir, como recursos humanos. Como recursos, deben ser estandarizados, uniformes, inertes y precisan ser administrados, lo cual implica planear, organizar, dirigir y controlar sus actividades, pues se les considera sujetos pasivos de la acción de la organización. (Chiavenato I. , 2009, pág. 10).

Según Chiavenato considera al capital humano como recurso de fundamental interés de la organización competentes y productivos, capaces de cumplir múltiples tareas o actividades gerenciales de ahí nace la necesidad de administrarlos para sacar el mayor beneficio mutuo.

Por eso es que el comercial “Angelito” debe de considerar a sus empleados como asociados a la empresa ya que estos poseen muchas cualidades capaces de hacer dotar la competitividad de ellos, entre diferentes comerciales que carecen de este talento humano, el comercial debe de considerar a sus empleados como un asociado al negocio y no como simples trabajadores enfocados a una labor de trabajo no solo por un sueldo.

Los objetivos de los directivos surgen de la necesidad más que del deseo: son excelentes haciendo desaparecer conflictos entre individuos o departamentos, calmando a las partes mientras aseguran que los negocios diarios de la organización se lleven a cabo. Por otra parte, los líderes adoptan actitudes personales y activas respecto a los objetivos. Buscan las oportunidades y recompensas potenciales que están a la vuelta de la esquina, inspirando a los subordinados e impulsando el proceso creativo con su propia energía. (Vadillo, 2010, pág. 17,18)

Según Vadillo, define la diferencia entre dirigir y liderar ya que distintos conceptos es el resultado de gestionar de la mejor manera el éxito de las personas dentro de una organización.

Una característica primordial de un gestor de personas es la de compaginar ambas competencias tanto del directivo de solucionar conflictos provocado por departamentos o grupos de personas, así como las de un líder de optar por actitudes enfocadas a guiar a un grupo de personas al logro de actividades empresariales.

El jefe del comercial debe de asimilar bien sus funciones de como dirigir a toda su empresa encaminándola hacia el logro de objetivos y de liderar a todo su equipo de trabajo, teniendo como aspiración cumplir con las metas propuestas del negocio, con el respaldo del departamento de administración enfocado en la gestión de todo el personal del comercial.

Según todas las investigaciones y la experiencia han demostrado, trabajar en equipo reporta muchas ventajas para la organización. Citaremos las principales:

Mejora de la calidad del trabajo y el servicio a los clientes.

Produce un clima favorable al desarrollo de la creatividad y las iniciativas

Hace que aumente la productividad y que disminuya el absentismo laboral.

Se incrementa la motivación y la satisfacción de los empleados

Facilita el aprendizaje y el intercambio de la información. (Gelabert, 2010, pág. 85)

Trabajar en equipo fundamenta ventaja de las organizaciones mejorando en el trabajo efectuado con calidad y a la vez a la mejora de la atención, mejora el clima organizacional debido al conciliarse las actividades en equipo, motivando y satisfaciendo a las personas con un ambiente favorable a la vez que se intercambia información.

Lograr todas estas ventajas es una tarea ardua por parte los equipos de trabajos que estén conformados en el comercial, ya que no será una tarea fácil, pero trabajando en equipo y con un buen líder se puede cumplir estas ventajas.

La empresa está constituida como todo sistema integrado por un conjunto de subsistemas que interaccionan entre sí; subsistemas como, recursos humanos, finanzas, producción, cuya definición y contenido deberá estar directamente ligado al tipo de estructura que la misma posea. Actualmente se tiende a estructuras planas frente a estructuras de corte funcional o divisional. Como fácilmente se puede apreciar, el diseño de la estructura de la empresa no es otra cosa que la elaboración del mecanismo adecuado, que ponga en marcha los subsistemas para conseguir el mayor número de prestaciones. (Jiménez, 2016, pág. 29).

Es decir, la empresa está constituida por un conjunto de áreas que actúan entre sí, en la cuales tendrá similitud con el tipo de empresa grande o pequeña, según el diseño de la estructura jerárquica cada conjunto de subsistemas interactúa en relación que encaminen el logro de objetivos organizacionales.

El comercial está conformado por dos subsistemas como son el departamento de administración y el departamento de ventas ya que el negocio no cuenta con más áreas por ser una empresa pyme, cada modelo jerárquico tendrá el rol de hacer cumplir los cargos que están establecidos por departamento así cumpliendo con los objetivos determinados de manera efectiva.

Como menciona Martínez (2016) “Existen diversos enfoques o estrategias a la hora de abordar la intervención sobre el clima laboral. Uno de los enfoques más importantes es el del desarrollo organizacional, una estrategia global de cambio y mejora organizacional, continuidad y planificación”. (pág. 24)

Un enfoque que ayuda a la mejora del clima laboral en una empresa es la estrategia de desarrollo organizacional, el D.O. se considera como una técnica de apoyo mundial dentro de las organizaciones de hoy en día, como respuesta al cambio. El D.O. como factor cambiante al éxito de una organización, es la técnica que debe integrar la alta dirección de la empresa sobre el progreso, operatividad y eficiencia en las relaciones humanas del negocio y por consiguiente dirigido a la mejora continua de las actividades laborales que se efectúan en el comercial.

Según Jiménez, el cual pronuncia cinco variables que interviene en el clima organizativo de una empresa.

Motivación, la actuación de una persona está determinada por el conjunto de motivos y valores que tenga. La motivación de una persona es el motor interno o el porqué de determinados comportamientos.

Estructura Organizacional, técnicas como la descripción de puestos de trabajo, valoración de puestos y elaboración de perfiles de competencias, serán facilitadores de un correcto diseño organizativo.

Sistemas de Recompensas, abarca tanto los sistemas de remuneración normativos con los sistemas de incentivos asociados a un desempeño superior.

Desarrollo Directivo, el estilo de dirección que el mando ejerza, determinará en gran medida el desarrollo organizativo y para ello será clave su capacidad de liderazgo.

Cultura, como conjunto de valores queridos y requeridos, que necesariamente en nuestro modelo deberá impulsar y guiar a las variables anteriores. (Jiménez, 2016, pág. 31).

Al plasmar estas variables determinarán el éxito organizacional, adaptándose al cambio y permanencia que requiere el sistema de la empresa, con relación a la dirección de su talento humano encaminado a llevar un mejor control del personal incentivándolos a ser eficaz y

junto con el departamento de administración cumplir con estas variables fundamentarán que haya un favorable clima organizativo.

Dependiendo de los factores internos que provocan un clima organizativo decadente en el comercial acotaremos de mayor importancia a la motivación ya que es un factor que está provocando deficiencia en las actividades laborales que desarrollan los empleados del negocio, el sistema de recompensas entendiéndose como los beneficios que tendrían que recibir los trabajadores por el contrato de trabajo, otro punto de mayor relevancia es la cultura como un pilar que guiará a los factores de mayor preocupación en el comercial con la ayuda de la administración de recursos humanos.

Guillén, (2013) “La Dirección tiende a maximizar la eficacia y productividad el individuo y este, a su vez, centra su esfuerzo en sus propias necesidades. Para que la motivación del personal tenga éxito, intereses personales y empresariales deberían coincidir” (pág. 22).

Según Guillén la dirección guía al individuo al esfuerzo de sus actividades laborales satisfaciendo necesidades de toda índole, la motivación de las personas juega un papel muy importante siempre y cuando con la ayuda de la administración, a su vez de relacionar o de integrar los objetivos tanto empresariales.

El comercial tendrá que compaginar los objetivos planteados de la organización con los de cada trabajador tratando de que presten su atención, astucia y entrega a las labores o cargos delegados para ejecutar sus funciones de acuerdo a lo planeado ya que no están al tanto de lo que quiere la empresa como razón social.

En el ámbito de la teoría de la organización. Distingue tres clases de motivaciones, que denomina motivaciones extrínsecas, intrínsecas y trascendentes. Esta distinción se apoya en la observación de que toda acción humana se realiza en un entorno, por ejemplo, la organización y que genera consecuencias en tres dimensiones diferentes.

Las motivaciones son:

Motivación extrínseca: El sujeto se mueve por las consecuencias que espera alcanzar.

Motivación intrínseca: El sujeto se mueve por las consecuencias que espera que produzca en la acción ejecutada.

Motivación Trascendente: El sujeto se mueve por las consecuencias que espera que produzca su acción en otro u otros sujetos presentes en su entorno. (Guillén, 2013, pág. 52).

La motivación extrínseca, es cuando el individuo actúa por el resultado que pueda obtener por el trabajo realizado como el salario.

La motivación intrínseca, es cuando el individuo se siente conforme por el trabajo que realizó creando una satisfacción en él mismo.

La motivación trascendente, es cuando el individuo siente que puede ayudar a sus colegas por el saber de su trabajo esperando resultados favorables.

Cabe resaltar que la motivación de un individuo es diferente por muchos factores, hay que tomar en cuenta la que este más acorde con relación al trabajador del comercial, ya que se asemejan a las motivaciones que se presentan en el negocio trayendo consigo afirmaciones, de ¿qué puedo ganar? o ¿que daría a cambio? son contextos que oímos por parte del trabajador con relación a estos tipos de motivación dentro del negocio mencionado.

Hoy se aprecia que la GRH posee el papel preponderante de la planeación de los RH y en la planeación estratégica, pero ésta no solo compete a ella, por lo cual es imprescindible considerar su precisa ubicación en la dirección y planeación estratégica, en sus interacciones con las planeaciones de los restantes procesos (producción, finanzas, ventas, etc.), destacándola en su función integradora o sistémica. (Santos, 2012, pág. 1).

Hoy en día la planeación es un proceso que ayuda a la dirección de la gestión del talento humano en conjunto con la administración de RR. HH de la organización en conjunto con una

buena planificación estratégica para proporcionar una guía de vital para cumplir las directrices que la empresa fija, desee alcanzar cumpliendo sus objetivos, planes propuestos, fines lucrativos entendiendo al desarrollo del talento humano como un recurso que lo haga posible.

Establece (Lourdes, 2010):

La administración se rige por una serie de valores que proporcionan el sustento ético que permite orientar la conducta del administrador durante su ejercicio. La observancia de estos valores influye directamente en el bienestar de la sociedad. De hecho, todas las organizaciones deben de poseer un código de ética y una filosofía organizacional que oriente todas sus acciones. (pág. 30)

Las organizaciones de hoy en día deben de regirse por diferentes valores éticos sociales, organizacionales y económicos marcando la orientación de sus objetivos como empresa, la carencia de estas virtudes puede ser un factor que los empleados de dicho negocio no estén al tanto, pero con la ayuda del administrador en contribuir al bienestar de la comunidad satisfaciendo sus necesidades y expectativas.

El negocio debe enfocarse en mejorar sus virtudes que favorezcan a contribuir con la comunidad desde un sentido organizacional en la mejora de sus productos, en lo económico a la obtención de beneficios del servicio.

Según (Koontz, Heinz, & Connice, 2012):

El término *estrategia* (derivado de la palabra griega *strategos*, que significa *general*) se ha utilizado de diferentes maneras, y los autores difieren en al menos un aspecto importante: algunos se enfocan en los dos puntos finales (misión/propósito y metas/objetivos) y los medios para alcanzarlos (políticas y planes), otros resaltan los medios para los fines en el proceso estratégico, más que los fines en sí. (pág. 130)

Las políticas y las estrategias; están estrechamente relacionadas para una buena administración dentro de cualquier área jerárquica de un negocio, la estrategia como la misión que la empresa quiere alcanzar a través de metas planteados en un tiempo determinado y las políticas consideradas como una tarea reflejada de manera filosófica por los gerentes para alcanzar decisiones tomadas destinadas a un grupo alcanzando los objetivos.

Ambas directrices deben de ser tomadas en cuenta, por parte del equipo de administración para llevar una buena dirección y tomadas por el gerente para la toma de decisiones.

“Una venta es un proceso de intercambio mediante el que se satisfacen las necesidades del cliente a cambio de unos ingresos para el vendedor que persiguen el beneficio de la empresa” (Fernández, 2012, pág. 12).

La venta es un proceso para captar clientes que sean capaces de pagar por el servicio o producto ofrecido llegando al grado de satisfacer sus necesidades, deseos, gustos y requerimientos del comprador a favor de un beneficio recíproco, ayudando al rendimiento de la empresa por las ventas que se realizan.

Cabe mencionar para que haya un proceso de ventas de acorde al comercial es necesario conocer al cliente cuales son las necesidades que buscan en el producto y además brindar una buena atención por parte de los trabajadores del negocio, considerando esto se logrará corregir la atención que el cliente espera del local.

Según (Serrano, 2012):

El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender a los clientes, para que el producto o servicio se pueda definir y ajustar a sus necesidades, y así poder satisfacerlo. Para ello, cada empresario debe responder a preguntas del tipo: ¿Cómo mejorar la atención de mis clientes? ¿Qué puedo hacer para que los consumidores me elijan a mí? Las respuestas se encuentran en el comportamiento diario de los

consumidores, que reciben influencia de los medios de comunicación para modificar sus hábitos de compra con mucha rapidez. (pág. 211)

El empresario es la persona competente de cubrir los gustos y deseos del cliente en el producto que busca cubriendo sus expectativas y necesidades logrando una satisfacción en él.

Los medios de comunicación juegan un papel muy fundamental hoy en día, que influye dentro del comportamiento de los consumidores, la comunicación es un medio para conocer de mejor manera y oportuna un producto o servicio requerido, haciendo su hábito de compra mucho implementando medidas que hagan saber la realidad de las cualidades del servicio que ofrecen llamando la atención del cliente y de tal manera hacer que los clientes potenciales lo elijan.

CONCLUSIÓN

El administrador y el departamento de administración de recursos humanos debe implementar estrategias de planeación para corregir falencias que provocan un clima organizacional decadente, ineficiencia en la administración que tiene la empresa, todo esto se puede mejorar incentivando a la capacitación de su personal de manera constante y oportuna., para que los empleados puedan desempeñarse en sus actividades eficientemente mejorando el rendimiento laboral de ellos.

Por otro lado, mediante la ayuda del departamento de administración llevar acabo la solución de la gestión de talento humano, implementando estrategias que permitan remediar factores internos organizacionales como la evaluación en el desempeño del trabajador que proveerá de información realista para conocer el rendimiento laboral de las tareas realizadas por el personal capaz de elevar la situación del comercial, fijando objetivos planteados en un tiempo determinado siempre en conjunto con sus colaboradores y demás equipos de trabajo, tanto el empleador como el trabajador, estén comprometidos para encaminar a la empresa al éxito, como una labor que realmente se considere colosal para direccionar al talento humano del comercial “Angelito”.

BIBLIOGRAFÍA

- 1) Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. México: Mc Graw Hill/ Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- 2) Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos*. México: Mc Graw Hill.
- 3) Dessler, G. (2009). *Administración de Recursos Humanos*. México: Pearson Educación.
- 4) Dessler, G., & Varela, R. (2011). *Administración de Recursos Humanos. Enfoque latinoamericano*. México: Pearson Educación.
- 5) Fernández, S. C. (2012). *Atención al cliente en el proceso comercial*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo, S.A.
- 6) Gelabert, M. P. (2010). *Gestión de personas: Manual para la gestión del capital humano en las Organizaciones*. Madrid: ESIC Editorial.
- 7) Guillén, M. D. (2013). *La Gestión Empresarial*. México: Ediciones Díaz de Santos.
- 8) Jiménez, D. P. (2016). *Manual de Recursos Humanos*. España: ESIC Editorial.
- 9) Koontz, H., Heinz, W., & Connice, M. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial*. México: Mc Graw Hill.
- 10) Lourdes, M. (2010). *Administración. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. México: Pearson Education.
- 11) Martínez, M. J. (2016). *Gestión Estratégica del Clima Laboral*. Madrid, España: Editorial UNED.
- 12) Mondy, R. (2010). *Administración de Recursos Humanos*. México: Pearson Educación.

- 13) Santos, A. C. (2012). *Gestión de Recursos Humanos con Enfoque Estratégico*. Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.
- 14) Serrano, J. E. (2012). *Comunicación y Atención al cliente*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo, S.A.
- 15) Vadillo, M. T. (2010). *Liderazgo y Motivación de equipos de trabajo*. Madrid: ESIC Editorial.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA.



ANEXO 1

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA ADMINISTRACIÓN DE RR. HH DEL
COMERCIAL “ANGELITO”.

- 1) ¿Usted como administrador de talento humano conoce las habilidades, destrezas e inquietudes, falencias entre otras que se presenta en su equipo de colaboradores?

- 2) ¿Cómo supervisan las tareas que realizan cada uno de sus colaboradores?

- 3) ¿Proveen de la cooperación y ayuda a todos los miembros que conforman el comercial?

- 4) Cuando se presentan conflictos con sus colaboradores, ¿Cuál sería para usted la mejor forma de poder solucionarlos?

- 5) ¿Considera un clima laboral con un ambiente favorable para los miembros de su organización?

- 6) Si se presentan múltiples falencias en los equipos de trabajo, ¿Cómo haría para solucionarlos?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA



ANEXO 2

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS DEL COMERCIAL “ANGELITO”.

1) ¿Recibe algún tipo de capacitación para desempeñar bien sus funciones?

Sí No

2) ¿Opta por trabajar de manera individual o con ayuda?

Sí No

3) ¿Estaría dispuesto a desempeñar otro cargo o puesto laboral?

Sí No

4) ¿Está de acuerdo con el salario mensual que recibe como pago por su trabajo?

Sí No

5) ¿Se siente acorde con el puesto de trabajo que labora en él comercial?

Sí No

6) ¿Se siente motivado para realizar correctamente su cargo de funciones?

Sí No

7) ¿Existe una buena relación laboral con sus colaboradores y viceversa?

Sí No

8) ¿Está acorde con el clima laboral que existe en el comercial?

Sí No

ANEXO 3**ANÁLISIS FODA DEL COMERCIAL “ANGELITO” DE LA CIUDAD DE VINCES.****FORTALEZAS:**

- Ser una empresa reconocida por la población Vinceña
- Contar con un local amplio y extenso
- Cualidades del servicio y producto que ofrecen.

DEBILIDADES:

- Relaciones humanas deterioradas.
- Falta de motivación del personal
- Capital de trabajo mal utilizado.
- Un clima laboral decadente.

OPORTUNIDADES:

- 7) Es una empresa de servicio más surtido de la ciudad.
- 8) Estar ubicado en una zona comercial de la ciudad de Vinges.
- 9) Contar con la comercialización de productos nacionales e importados, de costa y sierra.

AMENAZAS:

- 10) Diferentes comerciales ofreciendo los mismos productos.
- 11) Surgimiento de nuevos competidores.
- 12) Fuerte nivel de competencia.