



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

OCTUBRE 2019 – MARZO 2020

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

Nivel de desempeño de la fuerza de ventas del Almacén Créditos Económicos

EGRESADO:

Cesar John Valladares Baños

TUTORA:

ING. Gina Carrasco Echeverría MAE.

AÑO 2020

INTRODUCCIÓN

El desempeño laboral es uno de los elementos en los cuales las empresas pueden determinar las competencias laborales del individuo y que tanto ha logrado alcanzarlas, está compuesto por habilidades, experiencias, conocimientos, actitudes, aptitudes, motivaciones las que contribuyen de gran manera a la consecución de los objetivos planteados. El termino desempeño laboral mide realmente lo que el trabajador ha realizado en realidad y no solo lo que se planeó hacer, con esto se puede conocer si aprovecho la jornada laboral y si cumplió normas de seguridad de la empresa, para realizar el trabajo.

Este trabajo de investigación se realizó en almacenes Créditos Económicos de la ciudad de Babahoyo, esta empresa fue creada en el año 1943 por el señor Domingo Salame Hidrovo en la ciudad de Guayaquil, y funcionaba para compra y venta de artículos para el hogar y de uso personal pero solo a contado, algunos años después permite la compra a crédito. Créditos Económicos llega a la ciudad de Babahoyo y se convierte en uno de los almacenes de venta de electrodomésticos con gran acogida entre los clientes.

El problema que es objeto de análisis de este trabajo investigativo tiene que ver con el nivel de desempeño de la fuerza de ventas de almacenes Créditos Económicos, esta investigación trata de responder a preguntas como ¿Qué factores afectan el desempeño de la fuerza de ventas de créditos económicos? ¿Qué tipo de incentivos promueven la motivación de la fuerza de ventas de créditos económicos? Teniendo en cuenta que la empresa mantiene estándares que se deben cumplir de manera mensual.

El presente trabajo investigativo se fundamenta en una investigación cualitativa en donde se examinaron los hechos que presenta almacenes créditos económicos en sí, y luego se desarrolló una teoría sobre el problema que se observó. Se realizó un estudio descriptivo porque no se modificó el comportamiento normal del almacén, el método que se aplico es el inductivo-deductivo; inductivo debido a que se partió de situaciones particulares para luego

dar una conclusión general y deductivo por que utilizaron teorías sobre el desempeño de los trabajadores para llegar a conclusiones particulares de lo que sucede en créditos económicos.

La técnica que se empleo es la encuesta a los empleados mediante un cuestionario que se creó para el efecto. Este caso de estudio está comprendido en la sublínea de investigación de la carrera de ingeniería comercial “Modelo de Gestión Administrativa” el cual permite ser un marco de referencia para administrar una institución, por lo cual el presente caso de estudio está relacionado y puede ser de ayuda para la empresa para comprender con más precisión el problema con su fuerza de ventas.

DESARROLLO

La labor de evaluar el desempeño es uno de los elementos básicos en la administración del talento humano en las organizaciones en cualquier parte del mundo, un sistema de evaluación de desempeño es una técnica que aporta a la alta dirección información sobre la actuación de cada uno de sus empleados y de su influencia en la consecución de los objetivos personales, grupales y organizacionales planteados con anterioridad, en el caso de almacenes créditos económicos esta cuenta con un sistema de gestión de ventas el cual muestra una diversidad de elementos con los cuales el administrador de la sucursal puede conocer el rendimiento de cada uno de los empleados que conforman la fuerza de ventas.

La evaluación del desempeño es una herramienta que permite cuantificar y establecer parámetros a la gestión y trabajo de las personas. De esta forma, se pueden establecer planes y estrategias de mejora para conocer cuantitativamente si hubo avances, mejoras o progresos. Así, dejamos de pensar o sentir que las cosas han mejorado o empeorado, para pasar a saber y demostrar cómo y cuánto. (Navarro, 2016, pág. 11)

Como se puede observar la evaluación del desempeño es muy importante para la toma de decisiones por parte de los administradores en las organizaciones y de esta manera poder implementar cualquier plan de mejoras si el caso lo requiere, en créditos económicos la información que entrega el sistema es solamente la parte numérica de cumplimiento de estándares, pero en ningún caso presenta los factores que pudieran ocasionar que la fuerza de ventas no los cumpla.

No solo es importante conocer si se cumplió o no con los estándares de ventas establecidos sino también tener a la mano los factores que estuvieron presentes y a los cuales hay que ponerle mucho cuidado tratando de que no vuelvan a presentarse en almacenes créditos económicos, con lo que se mejorarían los niveles de desempeños de la fuerza de

ventas, es decir no solo se debe evaluar de acuerdo a criterios de resultados, se debe acompañar esta evaluación la basada en el comportamiento y al desarrollo profesional.

Por lo tanto, es responsabilidad del área de Recursos Humanos gestionar el diseño de un sistema de evaluación, es decir, no se refiere a ser quien lo diseñe y lo imponga, sino a liderar el proceso para establecerlo, verificando que es congruente con la empresa. (Flores, 2014, pág. 75)

De tal manera que cualquier sistema para evaluar el desempeño de los empleados debe de tener congruencia con lo que se desee obtener, en almacenes Créditos Económicos se realiza una medición de las metas establecidas de ventas para cada empleado en el mes, trimestre, semestre y por supuesto anual y de cómo esto contribuye a alcanzar la meta de la sucursal Babahoyo. Este método usado recalca evidencias en resultados de ventas, índices de rentabilidad y actividades de ventas como elementos a tomar en cuenta para calificar la labor del miembro de la fuerza de ventas.

El análisis de los indicadores comerciales nos permitirá saber si las cosas se están haciendo correctamente, si las estrategias de ventas que se han seguido son las adecuadas para poder conseguir el éxito o si por el contrario es necesario dar un cambio de rumbo e iniciar una nueva estrategia comercial que permita aumentar los ingresos. (Aventaja, 2017, pág. 1)

El análisis de los indicadores de ventas es un elemento indispensable para poder determinar si lo planeado en el departamento de ventas se está cumpliendo o no y con esto poder identificar qué tipo de estrategias se pueden utilizar para enfrentar estos problemas, en almacenes Créditos Económicos existen los reportes y demás evidencias de lo que está ocurriendo en ventas, el problema consiste en que no se está teniendo una lectura acertada del motivo de la no consecución de metas por parte de la fuerza de ventas, y, ya esto es problema de la persona encargada de monitorear este proceso.

Almacenes Créditos Económicos de la ciudad de Babahoyo tuvo en desde Febrero hasta Junio del 2019 resultados negativos en sus ventas, los meses que más se vendió fueron Julio, Octubre y Noviembre; los meses restantes se obtuvieron ventas que solo cubrieron las metas establecidas por la administración del local, lo cual al final del año en relación a las metas conseguidas en forma general el almacén no cumplió con lo fijado para el año 2019, lo que causa preocupación en el personal de ventas.

Planear significa prepararse para el futuro y responder a las consecuencias de las decisiones tomadas por la administración. En el caso de las ventas deben tener una cuidadosa planificación porque el mercado sufre continuos cambios y en juego está el futuro de la compañía o del negocio. (Acosta, Salas, Jiménez, & Guerra, 2018, pág. 29)

La no obtención de la meta de ventas organizacional de Créditos Económicos planificada para el año 2019, es muestra fehaciente que muchos otros factores intervienen al momento de realizar una actividad por parte de los empleados, cabe anotar que en este mes ingresaron tres nuevos empleados porque en mes de noviembre de este año decidieron renunciar tres empleados de ventas, lo que a simple vista influyo en algo al problema de las ventas.

Las organizaciones empresariales están sujetas a variaciones de personal: jubilaciones, fallecimientos, despidos, ceses voluntarios de trabajadores. Estas modificaciones en la plantilla se miden mediante el índice de rotación del personal; un indicador de Recursos Humanos que nos facilita una información importante acerca de la satisfacción laboral de los profesionales y la renovación del capital humano. (Mesa, 2017, pág. 1)

Como se puede observar la rotación de personal no es mala en su concepto general, debido a que está planificada en su mayoría salvo casos excepcionales como renunciaciones

voluntarias, en almacenes Créditos Económicos la renuncia de un grupo de trabajadores que representa casi el 50% de la plantilla de ventas perjudica de gran manera a las ventas, debido a que hasta que los nuevos trabajadores tomen el ritmo de trabajo necesario no podrán obtener los mismos resultados de los empleados que renunciaron y es responsabilidad de la empresa poder determinar las causas de la renuncia para poder tomar medidas correctivas con la finalidad de que no siga pasando.

De acuerdo a los reportes del sistema de ventas existieron algunos empleados que estuvieron por debajo de las ventas planificadas, también existen tres empleados que no se puede hacer comparación ya que recién tenían un mes de trabajo en el almacén (ver anexo 2), por lo tanto, hay que tomar en cuenta lo que ocasiono que los tres empleados renunciaran y que provoco el no cumplimiento de las metas y que de alguna manera afectaron la productividad del almacén Créditos Económicos.

La fuerza de ventas representa un importante papel en la empresa. Los agentes de ventas o vendedores son los responsables de poner en práctica la estrategia de ventas del departamento de marketing o ventas. Es una tarea significativa ya que, dependiendo de las habilidades y técnicas de ventas y capacidad de satisfacción al cliente, se podrá conseguir, en mayor o menor medida, el objetivo de ventas. (Caballero, 2014, pág. 18)

Por lo tanto, mantener una fuerza de ventas capacitada, comunicada y motivada permite que los objetivos de ventas de las empresas se cumplan, en almacenes créditos económicos existe por parte de los empleados inconformidad por las metas asignadas a cada uno de ellos, al considerarlas muy altas en relación a los meses anteriores por lo que les es muy difícil cumplirlas y por ende se comienza a perder comisiones, lo que provoca que los empleados sientan un malestar general en el trabajo y no puedan rendir al máximo de su capacidad laboral en almacén Créditos Económicos.

En el corazón de cualquier operación exitosa de fuerza de ventas se encuentra el reclutamiento y la selección de buenos vendedores. La diferencia de rendimiento entre un vendedor promedio y un vendedor superior puede ser sustancial. En una fuerza de ventas típica, el 30% de los vendedores podrían traer 60% de las ventas. Así, la selección cuidadosa de vendedores puede aumentar enormemente el desempeño general de ventas. Más allá de las diferencias de rendimiento de ventas, la mala selección resulta en una costosa rotación de personal. Cuando un vendedor renuncia, los costos de búsqueda y formación de uno nuevo además de los costos de ventas perdidas pueden ser muy altos. Además, una fuerza de ventas con mucha gente nueva es menos productiva y la rotación de personal perturba las importantes relaciones con los clientes. (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 398)

Con lo anteriormente expuesto se puede evidencia lo importante de tener una fuerza de ventas en óptimas condiciones, es decir con la preparación y presentación que denoten calidad al momento de atender a los clientes, para lo cual la empresa debe de motivarlos no solo de manera económica cuando es evidente algo, sino con reconocimientos no monetarios que en muchos casos son más importantes para los empleados que la parte económica, en el caso de créditos económicos, la motivación más empleada es la monetaria pero en forma de comisiones por las ventas pero que al momento de fijar metas muy altas, los empleados no logran conseguir comisiones que les motiven de gran manera.

Un problema que se presenta en Créditos Económicos es la remuneración que reciben los empleados ya que esta es muy baja en relación al trabajo que se realiza y que se compensa con las comisiones por ventas, pero debemos tener en cuenta que toda persona que lleva a cabo una actividad o tarea debe ser recompensada equitativamente con lo que hace, esta

remuneración satisface las necesidades no solo del trabajador sino de las personas que dependen de él económicamente por lo que la fuerza de ventas no trabajara de la misma manera ante esta situación.

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. Como la organización es un conjunto de puestos con distintos niveles jerárquicos y de distintos campos de especialidad, la administración de sueldos y salarios es un asunto que abarca a la empresa en su conjunto y repercute en todos sus niveles y sectores. (Chiavenato, 2013, pág. 237)

Por tanto, lo acontecido en Créditos Económicos en relación a los bajos sueldos que reciben los empleados en comparación a los que pagan en otros establecimientos de la misma rama provoca que los empleados se sientan desalentados, sumándole a esto que las comisiones son muy bajas por las metas de ventas fijadas por la alta gerencia que son muy elevadas y difíciles de conseguir por todos los trabajadores.

Así mismo otro problema que se presenta en almacenes Créditos Económicos es la capacitación que reciben los empleados, para realizar sus actividades diarias como fuerza de ventas ya que según las encuestas realizadas a ellos se pudo conocer que se les capacita en atención al cliente muy rara vez, pero además ellos deben auto capacitarse para poderles explicar a los clientes las características de los productos que están ofreciendo por medio de folletos en los cuales deben de investigar palabras técnicas que muchas veces es difícil de dar a conocer en el momento de la venta.

Lo que significa que la capacitación no es la simple realización de cursos, consiste en lograr que las personas estén en condiciones de hacer de manera

eficiente aquello que se requiere hacer, independientemente del ámbito en el que se desenvuelvan. El impacto de la capacitación consiste en medir la efectividad de los programas o cursos de formación, a partir de conocimientos, habilidades y actitudes. Es decir; que lo que se ha enseñado responda a una necesidad de la organización, que los contenidos hayan sido aprendidos, los conocimientos hayan sido trasladados a las funciones propias del puesto que desempeñan y se sostenga en el tiempo. (Orozco, 2017, págs. 5-6)

Por lo expuesto se puede dar a notar que la sola aplicación de cursos o seminarios a los empleados no nos da la certeza de que se haya aprendido significativamente, sobre algún tema en específico que contribuya a mejorar sus capacidades al momento de interactuar con los clientes dentro del establecimiento, esto es uno de los problemas que se pudo encontrar en créditos económicos, debido a que la mayoría de las capacitaciones son solo de asistencia mas no de aprobación que debería ser lo correcto en estos casos.

Otro de los problemas encontrados en almacenes Créditos Económicos es en lo referente a la promoción de ventas que se realiza teniendo en cuenta que esto es uno de los factores básicos que se deben de atender en negocios de esta rama por la casi igualdad de precios con los que se manejan, por lo cual esta estrategia debe de mejorar significativamente las ventas, en créditos económicos la promoción de ventas conlleva ofertas por temporadas, descuentos por pronto pago, etc. pero que no están dando los resultados deseados.

La promoción de ventas es el conjunto de actividades fijadas en el tiempo y con duración determinada que se dirigen a los intermediarios, prescriptores, vendedores o consumidores a través de incentivos de distintos tipos que estimulan la demanda de un producto o servicio determinado. a promoción de ventas es una estrategia muy eficaz para promover las compras inmediatas y a corto plazo, sin embargo, para estimular la demanda a largo plazo no son tan

efectivas y se requiere otro tipo de acciones. Es muy importante que la promoción de ventas esté en concordancia con la imagen de la empresa y con el resto de campañas publicitarias que se realicen, ya que, si no es así, el efecto podría ser justo el contrario. (Caballero, 2014, págs. 179-180)

De acuerdo a lo expresado anteriormente la promoción de ventas de Créditos Económicos no solo debe ser entendida como descuentos y ofertas para los clientes, sino que además deben estar dirigidas a la fuerza de ventas para motivar al personal, cosa que el almacén no realiza, y además esta promoción de ventas debe estar coordinada con las publicidades que se hacen en medios masivos, almacenes créditos económicos promueve su imagen a través de la televisión nacional, olvidándose que las redes sociales se han vuelto el medio más utilizado en la actualidad.

La imagen corporativa es el cúmulo de creencias y actitudes que tienen los consumidores y el público en general sobre una marca o corporativo, es decir, la percepción que se han formado a partir de los productos, servicios y comunicación externa de una empresa. En pocas palabras: la imagen corporativa es el significado que adquiere una empresa ante la sociedad. (Sordo, 2019, pág. 1)

Otro de los problemas que se encuentran en almacenes Créditos Económicos que los trabajadores en muchas ocasiones deben de realizar varias actividades a la vez, lo que para la administración puede ser productividad para los empleados se transforma en una disminución de concentración, ellos deben de dejar lo que están haciendo para colaborar en otra actividad perdiendo el ritmo de trabajo alcanzado en la actividad anterior, lo que repercute al final del día al no poderse logara lo planificado.

No todas las personas son válidas para todos los trabajos, pero lo que sí es cierto es que todos tienen un perfil determinado que encaja mucho mejor en

unas tareas o puestos que en otros. Si la dirección de una empresa o el departamento de recursos humanos es capaz de ubicar a cada empleado en el lugar más acorde con sus capacidades y aptitudes, todos salen ganando: el empleado estará más satisfecho y dará lo mejor de sí, lo que redundará en un mejor funcionamiento de la compañía. (Eden, 2019, pág. 1)

Como se puede observar las empresas deben de ubicar a cada empleado en un lugar específico en el que realice mejor sus actividades y así aprovechar de mejor manera sus aptitudes y habilidades; en almacenes Créditos Económicos los empleados se contratan para ocupar un cargo específico, pero en el desarrollo de su trabajo en muchas ocasiones se los utiliza para otras labores que están dentro de la empresa pero que no le corresponde a su cargo, ni a sus responsabilidades contraídas al momento de ingresar a la organización.

Otro problema que se puede señalar en almacenes Créditos Económicos es la poca motivación que se les brinda a sus empleados, teniendo en cuenta que motivar no es solamente un aumento en sus sueldos, la administración no pone mucha atención en reconocer no solo el trabajo que se realiza a diario, sino también lo que cada uno logra en su ambiente laboral y académico, lo cual no es apreciado y debidamente estimulado por lo que los trabajadores sienten lo mismo si consiguen o no las metas establecidas tan solo les preocupa su estabilidad.

Según (Infojobs, 2019) afirma que la motivación de los empleados son:

Las capacidades que tiene una empresa para mantener un constante estímulo positivo sobre sus empleados en relación a las actividades que éstos ofrecen a la compañía. Es esencial para lograr la motivación que los objetivos que se marca una empresa estén relacionados con los que se marca el trabajador.

Es decir, que la empresa y sus empleados, sean conscientes de que reman en la misma dirección porque, de esta manera, las expectativas de ambos estarán

cubiertas. Un factor a tener en cuenta es que no todas las personas somos iguales, por lo tanto, la motivación laboral irá siempre ligada a la edad del trabajador y a diversos factores culturales y sociales. Es por esto que la motivación laboral no depende exclusivamente del trabajador, sino también de la empresa para la que trabaja. (pág. 1)

Por lo tanto, la motivación que se le pueda entregar a un empleado será de mucha importancia para la consecución de las metas organizacionales, esto en almacenes créditos económicos no se plantea de la misma manera y por lo tanto los empleados seguirán desmotivados de alguna manera al no sentir que la organización para la cual destinan gran parte de su tiempo no los valora de la forma que se merecen según ellos y por lo tanto no se siente el sentido de pertenencia hacia la empresa.

Un problema que se detectó en almacenes Créditos Económicos y que puede ser causal de disminución de productividad es una buena promoción de salud de la empresa con sus empleados, no solo con revisiones médicas sino además con una gestión eficiente de riesgos laborales, teniendo en cuenta que se trabaja con productos de gran tamaño y que su movilización dentro del local corresponde a los empleados de ventas y que ya en ocasiones anteriores han presentado pequeños accidentes como caídas de las escaleras y de cajas.

El riesgo laboral es toda circunstancia capaz de causar un peligro en el contexto del desarrollo de una actividad laboral. Es todo aquello que puede producir un accidente o siniestro con resultado de heridas o daños físicos y/o psicológicos. El efecto siempre será negativo sobre la persona que lo sufre. Los factores de riesgo en los diversos tipos de trabajo son diferentes y los daños causados son de diferente gravedad. (Padigital, 2019, pág. 1)

Otro de los problemas encontrados en almacenes Créditos Económicos es el ruido excesivo que se encuentra casi todo el día lo que afecta la parte auditiva de los empleados, así

también la carencia de un lugar donde poder descansar y tomarse una bebida o lograr hidratarse aún más en épocas donde la temperatura del ambiente es preocupante y puede causar problemas en la salud que redundan en baja concentración; dando como resultado que los empleados no consigan las metas establecidas.

La exposición a los riesgos ocupacionales puede ocasionar pérdida en la calidad y desempeño del trabajador, y determina su comportamiento, su calidad de vida y salud, incluyendo los acontecimientos por enfermedad y accidentes de trabajo. Varias son las situaciones en que el trabajador no nota la evolución de su enfermedad relacionada al trabajo, perdiendo la eficiencia en el rendimiento laboral, casos en que ocurren los aumentos sintomáticos de faltas y retiros temporales, llegando al extremo de jubilaciones por invalidez en personas relativamente jóvenes. Eso es una carga antieconómica que puede ser evitada con el chequeo de la salud del empleado, a través del conocimiento de los riesgos ambientales locales, buscando opciones de bloqueo para los riesgos, cuyos hechos ocurrieron probablemente por encima de los límites permisibles. (Ganime, Almeida da Silva, Robazzi, S, & Faleiro, 2017)

Por lo anotado anteriormente se puede deducir que existen en almacenes Créditos Económicos elementos de riesgos como el ruido excesivo que perjudica el desempeño eficiente de los empleados, esto se da por la naturaleza misma del negocio que al querer promocionar alguno de sus equipos los utilicen para demostrar la capacidad que posee sin darse cuenta que por la infraestructura misma el ruido se vuelve algo molesto y muchas veces ni las preguntas que el cliente hace se pueden escuchar con claridad.

CONCLUSIONES

Con todo lo anterior desarrollado en relación al desempeño de los empleados de almacenes Créditos Económicos se pueden tener las siguientes conclusiones:

Almacenes Créditos Económicos no cuenta con una planificación de recursos humanos lo que provoca que en la actualidad exista una alta rotación del personal de ventas perjudicando el desenvolvimiento normal de las actividades.

Almacenes Créditos Económicos no cuenta con un plan específico de motivación y reconocimiento, razón por la cual los empleados no tienen un sentido de pertenecía hacia la empresa y se pierde personal muy importante.

En almacenes Créditos Económicos el ambiente de trabajo no es el adecuado lo que está perjudicando significativamente que los empleados lleven a cabo sus actividades de acuerdo a lo planificado.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, M., Salas, L., Jiménez, M., & Guerra, A. (2018). *La administración de ventas* (Primera Edición ed.). Madrid: Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S.L.
- Aventaja, M. (27 de 06 de 2017). *Marketing & Sales Growth*. Obtenido de <http://blog.aventaja.com/6-indicadores-comerciales-que-debes-conocer>
- Caballero, P. (2014). *Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales* (Primera edición ed.). Madrid: Editorial CEP L.S.
- Chiavenato, I. (2013). *Administración de recursos humanos* (Décima edición ed.). México: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Eden. (13 de 02 de 2019). *Eden*. Obtenido de <https://www.aguaeden.es/blog/las-5-tecnicas-mas-efectivas-de-motivacion-laboral>
- Flores, R. (2014). *Administración de Recursos Humanos* (Primera Edición ed.). México: UNID Editorial Digital.
- Ganime, J., Almeida da Silva, L., Robazzi, M., S, V., & Faleiro, S. (2017). El ruido como riesgo laboral: una revisión de la literatura. *Scielo*, 45-56.
- Infojobs. (24 de 11 de 2019). *Infojobs*. Obtenido de <https://recursos-humanos.infojobs.net/motivar-a-empleados-para-ganar-eficiencia>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Decimoprimer Edición ed.). Mexico: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Mesa, j. (26 de 12 de 2017). *P&A Group*. Obtenido de <https://blog.grupo-pya.com/indice-rotacion-personal-concepto-calculo-evaluacion/>
- Navarro, S. (2016). *Cómo realizar una evaluación del desempeño: método paso a paso para llevarlo a cabo y convertirte en consultor*, (Primera edición ed.). Santiago: Snrconsultores.
- Orozco, A. (2017). *El impacto de la capacitación* (Primera Edición ed.). México: UNID Editorial Digital.
- Padigital. (08 de 07 de 2019). *Padigital*. Obtenido de <https://www.padigital.es/prevencion-riesgos/que-es-el-riesgo-laboral-definicion-y-como-evitarlo.html>
- Sordo, A. (6 de 12 de 2019). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/imagen-corporativa>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta a los empleados de Almacenes créditos económicos de la Ciudad de Babahoyo

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA
 CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL Y COMERCIO



Solicitamos contestar las preguntas con la mayor sinceridad, lo cual servirá para poder analizar de manera correcta sus repuestas.

1. ¿Considera que tiene los conocimientos necesarios y suficientes para realizar las tareas propias de su puesto?

Siempre () Casi siempre () A veces () Casi nunca () Nunca ()

2. ¿Cómo es su relación con sus compañeros de trabajo?

Muy buena () Buena () Regular () Mala () Muy mala ()

3. ¿Se encuentra ocupado en sus tareas durante la mayor parte de su jornada de trabajo?

Siempre () Casi siempre () A veces () Casi nunca () Nunca ()

4. ¿Realiza actividades variadas?

Siempre () Casi siempre () A veces () Casi nunca () Nunca ()

5. ¿Se limita a cumplir las indicaciones que recibe?

Siempre () Casi siempre () A veces () Casi nunca () Nunca ()

6. ¿Cuándo realiza su trabajo, ¿puede saber a cada paso, si lo está haciendo bien?

Siempre () Casi siempre () A veces () Casi nunca () Nunca ()

7. ¿Todos se ayudan y apoyan para resolver los problemas?

Siempre () Casi siempre () A veces () Casi nunca () Nunca ()

8. ¿Es alentado por sus aciertos? ¿Esto lo impulsa a trabajar mejor?

Siempre () Casi siempre () A veces () Casi nunca () Nunca ()

9. ¿Considera necesario algún incentivo no económico por su trabajo?

Siempre () Casi siempre () A veces () Casi nunca () Nunca ()

10. ¿Las instancias de capacitación que recibe están bien planeados?

Siempre () Casi siempre () A veces () Casi nunca () Nunca ()

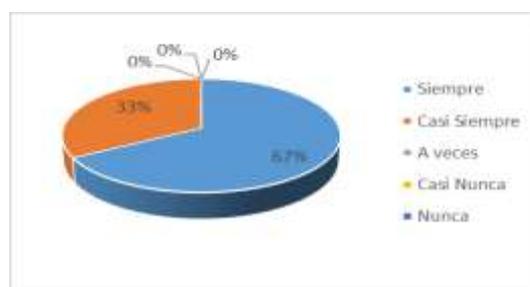
Anexo 2. Indicadores de ventas

 CUMPLIMIENTO DE METAS DEL ALMACEN		
MESES	CUMPLIMIENTO A LA FECHA	DESVIACIÓN DE CUMPLIMIENTO
Enero	109%	9%
Febrero	88%	-12%
Marzo	87%	-13%
Abril	83%	-17%
Mayo	99%	-1%
Junio	75%	-25%
Julio	153%	53%
Agosto	102%	2%
Septiembre	114%	14%
Octubre	129%	29%
Noviembre	134%	34%
Diciembre	81%	-19%

Anexo 3. Tabulación de las encuestas

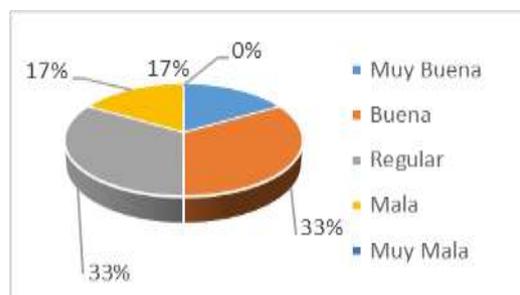
1. ¿Considera que tiene los conocimientos necesarios y suficientes para realizar las tareas propias de su puesto?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	67%
Casi Siempre	2	33%
A veces	0	0%
Casi Nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	6	100%



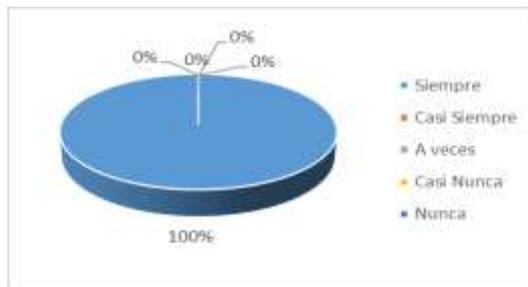
2. ¿Cómo es su relación con sus compañeros de trabajo?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Muy Buena	1	17%
Buena	2	33%
Regular	2	33%
Mala	1	17%
Muy Mala	0	0%
Total	6	100%



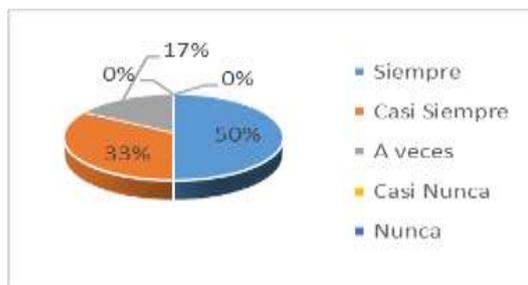
3. ¿Se encuentra ocupado en sus tareas durante la mayor parte de su jornada de trabajo?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	6	100%
Casi Siempre	0	0%
A veces	0	0%
Casi Nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	6	100%



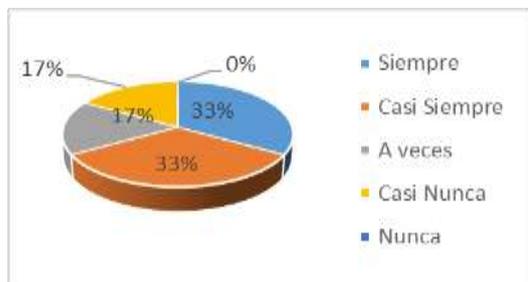
4. ¿Realiza actividades variadas?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	3	50%
Casi Siempre	2	33%
A veces	1	17%
Casi Nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	6	100%



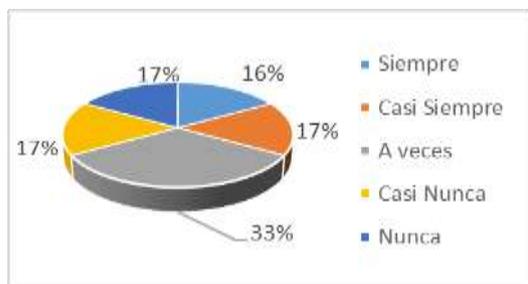
5. ¿Se limita a cumplir las indicaciones que recibe?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	33%
Casi Siempre	2	33%
A veces	1	17%
Casi Nunca	1	17%
Nunca	0	0%
Total	6	100%



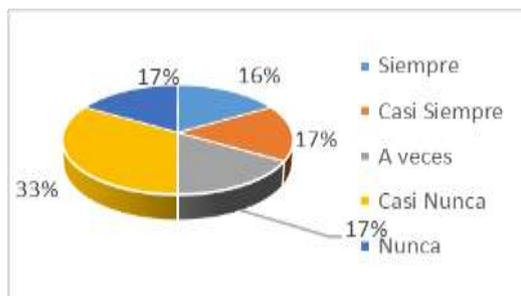
6. ¿Cuándo realiza su trabajo, ¿puede saber a cada paso, si lo está haciendo bien?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	1	17%
Casi Siempre	1	17%
A veces	2	33%
Casi Nunca	1	17%
Nunca	1	17%
Total	6	100%



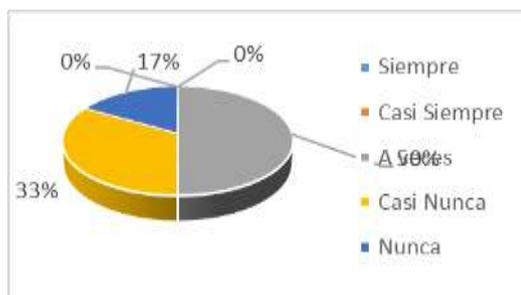
7. ¿Todos se ayudan y apoyan para resolver los problemas?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	1	17%
Casi Siempre	1	17%
A veces	1	17%
Casi Nunca	2	33%
Nunca	1	17%
Total	6	100%



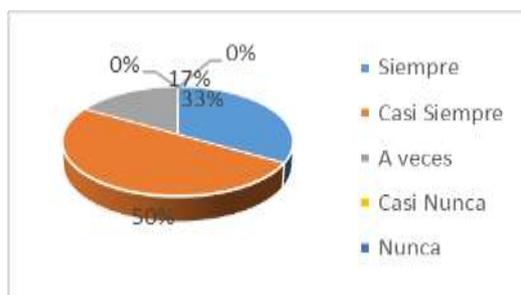
8. ¿Es alentado por sus aciertos? ¿Esto lo impulsa a trabajar mejor?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi Siempre	0	0%
A veces	3	50%
Casi Nunca	2	33%
Nunca	1	17%
Total	6	100%



9. ¿Considera necesario algún incentivo no económico por su trabajo?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	33%
Casi Siempre	3	50%
A veces	1	17%
Casi Nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	6	100%



10. ¿Las instancias de capacitación que recibe están bien planeados?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	1	17%
Casi Siempre	1	17%
A veces	3	50%
Casi Nunca	1	17%
Nunca	0	0%
Total	6	100%

