



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.
PROCESO DE TITULACIÓN
DICIEMBRE 2021 – ABRIL 2022
EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA
PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIATURA EN COMERCIO

TEMA:
RELACIONES INTERPERSONALES EN EL COMERCIAL AYATOLLA DEL
CANTÓN LAS NAVES

ESTUDIANTE:
DANIELA NAYELI CHÁVEZ MENDOZA
TUTOR:
ING. MAGDALENA HUILCAPI MASACON

AÑO 2022

INDICE

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
JUSTIFICACIÓN.....	5
OBJETIVOS.....	6
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	7
MARCO CONCEPTUAL.....	8
MARCO METODOLOGICO.....	21
RESULTADOS.....	22
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	24
CONCLUSIONES.....	26
RECOMENDACIONES.....	27
REFERENCIAS.....	28
ANEXOS.....	31

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las personas constituyen el activo más importante de las organizaciones, las cuales poseen distintas actitudes, comportamientos y percepciones que inciden en los vínculos que crean con los demás, de tal modo en las empresas debe darse prioridad a las buenas relaciones interpersonales, debido a que esto guarda relación con el desempeño laboral y por ende pueden registrarse afecciones desfavorables en la organización si existe un ambiente de trabajo inadecuado.

Las relaciones interpersonales negativas, desencadenan muchos inconvenientes en los negocios, como efecto de que por la poca comunicación ocurren errores que afectan la calidad del servicio, así mismo el clima organizacional sufre repercusiones y la desmotivación influye en la productividad, disminuyendo los niveles de eficiencia en todas las áreas de una entidad.

Este estudio de caso, está dirigido al Comercial Ayatolla, el cual se encuentra ubicado en el barrio El Paraíso, en el cantón Las Naves, provincia de Bolívar, y se dedica a la compra – venta de productos de la canasta básica y otros artículos para el hogar, además, en los últimos años se ha implementado el servicio de banco del barrio, por lo que los usuarios pueden hacer sus transacciones en el establecimiento, de forma rápida.

En el negocio se da una problemática a raíz de las relaciones interpersonales de los empleados, donde hay falencias en la comunicación interna, discusiones, uso de vocabulario inadecuado, lo que consecuentemente provoca afecciones al clima laboral, desmotivación y falta de compromiso, lo que incide también en la atención al cliente, ya que los trabajadores no son cordiales e incluso actúan de forma imprudente, teniendo un impacto negativo en el nivel de ventas del negocio.

Los empleados en el Comercial Ayatolla no poseen un espíritu de grupo que los incentive a laborar de forma coordinada y a estar comprometidos con cumplir sus tareas, ya que por las diferencias que poseen, se limitan a desempeñar su jornada diaria y no garantizan la eficacia de las actividades. Así mismo, al no sentirse satisfechos con el ambiente de trabajo, se muestran antipáticos con los clientes y esto es un gran perjuicio a nivel comercial, porque no se brinda calidad en el servicio, por lo que los compradores tienen preferencia por otros establecimientos.

La desmotivación laboral es una de las consecuencias dadas a raíz del mal desempeño de los empleados, porque al no enfocarse en trabajar de forma organizada, dividiendo las actividades para ser más eficientes y evitar fallas por temas de desinformación, se registran errores, esto hace que el personal en ocasiones sea multado y deban realizar nuevamente las tareas encomendadas por sus superiores. Desde esta perspectiva, es notorio que las relaciones interpersonales en el negocio provocan efectos contraproducentes en el rendimiento laboral de cada empleado, lo que no permite que se instaure un clima laboral idóneo.

De este modo, es evidente que las relaciones interpersonales entre los empleados del Comercial Ayatolla están afectando el nivel de ventas, debido a que la calidad del servicio ha disminuido, por los errores que se registran a nivel interno y las desventajas que toleran los usuarios al visitar el lugar, donde la antipatía del personal del negocio, hace que los clientes pasen malas experiencias y en ocasiones futuras busquen otras opciones para realizar sus compras.

JUSTIFICACIÓN

La importancia en el desarrollo del presente estudio, radica en que las relaciones interpersonales son un vínculo innato que los seres humanos crean entre sí, en las empresas es necesario que el personal labore de forma coordinada, comunicándose de forma efectiva para evitar errores en los procesos internos y se consiga un buen nivel de productividad.

Este trabajo se centra en el estudio del caso del Comercial Ayatolla, donde los empleados mantienen relaciones interpersonales que afectan su desempeño, ya que, por la poca comunicación, conflictos y la falta de compromiso en el cumplimiento de sus tareas, se registran muchas fallas en varias áreas del negocio, lo que trae como consecuencia que haya multas u otras sanciones al personal, los que se desmotivan y no se sienten satisfechos en su jornada de trabajo.

Resulta fundamental llevar a cabo un estudio referente al caso del Comercial Ayatolla porque las malas relaciones interpersonales entre empleados, deben mejorar para conseguir mayor eficiencia y se instaure un buen clima laboral, que garantice el buen desempeño de los trabajadores, y a su vez se pueda brindar un servicio de calidad a los clientes, con la finalidad de obtener beneficios en temas de ventas.

Por lo tanto, se considera factible analizar las relaciones interpersonales en el Comercial Ayatolla, considerando fuentes de estudio directas e indirectas para así tener mayor conocimiento del caso, indagando sobre los diferentes factores que instauran el clima organizacional, y de las repercusiones que se dan a raíz de los inconvenientes que se dan entre empleados, siendo posible deducir criterios acertados respecto a la situación planteada.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar las relaciones interpersonales en el Comercial Ayatolla.

Objetivos específicos

- Reconocer la influencia de las relaciones interpersonales en el desempeño laboral de los empleados del Comercial Ayatolla.
- Establecer la importancia de la comunicación interna y la coordinación de tareas, para garantizar la productividad laboral en el comercial.
- Identificar los factores que afectan la satisfacción laboral y sus repercusiones en la calidad del servicio del Comercial Ayatolla.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

En el presente Estudio de caso se tiene como línea de investigación a los Sistemas de información, comunicación, emprendimiento e innovación; y la sublínea corresponde a Empresas e instituciones públicas y privadas

Las relaciones interpersonales constituyen el vínculo que forman las personas en su interacción e intercambio de actitudes o percepciones, lo cual en el ámbito laboral es un aspecto clave que incide en el ambiente de trabajo, y respectivamente influye en el desempeño del personal. En este proceso investigativo se estudia el caso del Comercial Ayatolla, como efecto de que los empleados no mantienen relaciones interpersonales óptimas y a raíz de ello se dan diferentes repercusiones en el negocio.

Se tiene en cuenta dicha línea de investigación debido a que conforme a la situación planteada en el comercial bolivarense, es necesario analizar el tema de la comunicación interna, puesto que los trabajadores no siempre disponen de información para dar cumplimiento a sus actividades diarias, por lo que se registran muchas fallas y la calidad del servicio se ve afectada.

El Comercial Ayatolla, es un negocio que opera con capital privado, por lo que sus sistemas internos y administración del personal son gestiones aisladas a las instituciones públicas, de modo que el estudio del caso se basa en la investigación conceptual de la variable en cuestión, en contraste con los datos obtenidos a partir de fuentes directas, lo que aporta vialidad al desarrollo del presente trabajo.

MARCO CONCEPTUAL

El presente estudio de caso se enfoca en la situación del Comercial Ayatolla, negocio que abre sus puertas al público en el año 1999 iniciando como un pequeño quiosco en un barrio bolivarense, teniendo un poco producto a la venta en una primera instancia, ya que después se fueron consolidando como un establecimiento más grande con una mayor variedad de productos, ofreciendo un mejor servicio a sus clientes. En el comercial, se da una problemática a raíz de las relaciones interpersonales, porque los trabajadores no se muestran comprometidos con el trabajo y hay diferentes actitudes que inciden en su desempeño, afectando la calidad del servicio que brinda el local.

Las relaciones interpersonales son aquellas interacciones que implican una asociación entre dos o más personas, como efecto de que existe algún vínculo y por ello tienen intereses comunes, dichas relaciones se dan en todos los ámbitos de la sociedad por lo que juegan un papel importante en el accionar de los individuos y representan un factor clave en la conducta o comportamiento (López, 2006).

En el Comercial Ayatolla, es evidente que el desempeño laboral de los empleados se ve afectado por ciertos aspectos ligados a las relaciones interpersonales, debido a que no se da una efectiva comunicación interna, lo que provoca desorganización e incluso conflictos posteriormente y esto incide en la productividad del negocio, haciendo que exista un alto nivel de ineficiencia, donde los clientes no reciben una atención de calidad.

Según explica Martínez (2019), en contexto empresarial las relaciones interpersonales hacen referencia:

Al conjunto de actitudes, interacción y comportamientos que intercambian todas las personas que componen una organización, así mismo se incluyen aspectos como la comunicación interna, el liderazgo, la ética profesional y los

valores en general, ya que para consolidar una empresa a nivel interno, debe existir un correcto desempeño de cada empleado, lo que puede darse a partir de las buenas relaciones interpersonales que existan entre los colaboradores, donde se promueva un ambiente de cooperación y compromiso en sus labores (pág. 18).

Las relaciones interpersonales instauran mayoritariamente el ambiente laboral donde día a día los colaboradores se desempeñaran, ya que muy independiente a otros factores, como la motivación, el salario, los horarios y las responsabilidades de cada empleado, un elemento clave en el desempeño será la afinidad que exista entre el equipo de trabajo.

En las empresas, los empleados llegan a crear vínculo que ya no se relaciona con el tema laboral, esto puede ser en ocasiones positivo para el desempeño y ambiente organizacional, ya que frente a la buena comunicación o confianza que haya entre el personal, es posible que exista mayor eficiencia en el trabajo, por la cooperación e interés que aporte cada trabajador en sus tareas, no obstante hay siempre la posibilidad de que independientemente de las relaciones interpersonales que tengan los empleados, se susciten altercados y el clima laboral se vea afectado (Gallegos, Mora, & Cuentas, 2018).

En el Comercial Ayatolla, el personal no tiene buenas relaciones, por lo que se dificulta la organización de actividades y la comunicación durante los horarios de trabajo, teniendo repercusiones negativas en su desempeño, lo que desfavorece a la imagen del negocio frente a los clientes, que son testigos de los inconvenientes que existen entre el personal y viven una mala experiencia al visitar el local.

La administración se vincula en gran parte a las relaciones humanas al interior de las empresas, debido a que afectan la realidad laboral, el desempeño y la productividad

(Stoner, 1996). El estudio y análisis del comportamiento organizacional en diferentes organizaciones ha revelado que varios factores influyen en ese clima. Así, los factores que han sido identificados como como constituyentes de la realidad objetiva del desarrollo organizacional, se refieren a la estructura organizativa, las políticas y los procedimientos, las relaciones interpersonales y grupales, la tarea y el medio físico en el que se desarrolla el liderazgo.

Desde esta perspectiva, se puede agregar que en el comercial el clima laboral sufre afecciones por las actitudes negativas de los empleados, que han instaurado un ambiente de discordia, no permitiendo trabajar en equipo, de forma coordinada para cumplir con éxito las tareas que deben realizarse diariamente en el negocio.

En este orden de ideas, Torrecilla (2019) hace referencia al vínculo que guarda el clima laboral, con el desempeño de los empleados y la trascendencia de las buenas relaciones internas, indicando lo siguiente:

El buen clima organizacional resulta esencial para garantizar eficiencia y eficacia de los empleados, porque el personal necesita contar con un espacio físico y un ambiente libre de presiones, donde se genere un constante compromiso, dando cumplimiento efectivo a todas las tareas respectivamente, siendo fundamental que existan buenas relaciones entre todo el equipo para que se fomente un sistema de trabajo coordinado y organizado a nivel interno (pág. 22).

Respecto al clima organizacional en el Comercial Ayatolla se puede decir que no es el adecuado, ya que las malas relaciones interpersonales generan conflictos y desacuerdos entre los empleados, esto causa que haya poca comunicación, aumentando

los niveles de estrés y la insatisfacción laboral, por lo que hay ineficiencia, dificultando ofrecer un servicio de calidad a los usuarios.

Los clientes hoy en día, ya no solo demandan productos de alta calidad, sino que también analizan el tipo de servicio ofertado por un negocio, para así tomar una decisión de compra y tener preferencia comercial por las ofertas de una organización, esto se da a raíz de las muchas opciones en el mercado (Armijos, Bermúdez, & Mora, 2019).

Es una certidumbre que actualmente hay una alta competitividad de mercado, por lo que los consumidores son más exigentes respecto a sus demandas, en caso de Comercial Ayatolla los clientes ante el mal servicio que se ofrece debido a las ineficiencias que se registran y demás altercados entre el personal, prefieren realizar sus compras en otros sitios, lo que influye negativamente en el nivel de ventas del negocio, desde esta perspectiva es evidente que las relaciones interpersonales se vuelven el factor causal de mayores inconvenientes en el establecimiento.

Las buenas experiencias de los clientes al visitar un local comercial, debe ser una de las prioridades que se consideren en todo negocio, porque tal cuestión tiene gran incidencia en las futuras decisiones de compra del consumidor, el cual tendrá preferencia por la marca que pueda ofrecer mayor valor en su servicio (Torrecilla, 2019).

A raíz de la insatisfacción laboral, el Comercial Ayatolla no brinda una buena experiencia al consumidor debido a que han presenciado, el uso de vocabulario inadecuado entre los trabajadores del establecimiento, así también como malas actitudes que no aportan calidad al servicio que se oferta, por lo tanto el público pierde la preferencia comercial por el establecimiento.

El clima laboral se instaura a partir de muchos factores que se desarrollan en la jornada de trabajo diaria, donde los empleados interactúan y dan cumplimiento a sus

actividades para alcanzar los objetivos planteados por la empresa, al tratarse de seres humanos estos se ven influenciados por dicho ambiente laboral, el cual debe ser satisfactorio para garantizar su eficiencia y compromiso con la entidad (Torrecilla, 2019).

Por diferentes situaciones en el comercial bolivarense, se instaure un clima organizacional inadecuado, lo que provoca un bajo nivel de eficiencia de parte de los empleados y a partir de ello, se dan retrasos en las tareas pendientes y ahí dificultades para satisfacer las necesidades del cliente, ofreciendo productos en la calidad y cantidad requeridas.

Al interior de las organizaciones, se afirma que la satisfacción laboral se alcanza cuando cada uno de los trabajadores están conformes con todo lo que se integra a su jornada laboral, es decir la disponibilidad de recursos para realizar sus tareas, la información y datos que se les otorga, así como también el ambiente en el que deben desempeñarse (Saenz, 2018).

Los trabajadores del comercial ven afectado su desempeño debido a la desinformación que se registra por la poca comunicación que mantienen, esto no permite que se sientan satisfechos en la realización de sus labores y ocasiona de coordinación en unas áreas de negocio, por ejemplo hay situaciones en las que al atender a los clientes, el servicio es muy lento debido a que se desconoce de la ubicación de algún producto o no se puede facturar por alguna inconsistencia en los registros.

La importancia de buenas relaciones interpersonales en las empresas, radica en que es indispensable manejar una comunicación efectiva entre los empleados, con el propósito de que todas las áreas estén informadas sobre los resultados que se están teniendo, para así tomar decisiones acertadas y tener una mejora continua en los procesos internos (Botina, 2017).

En base a este fundamento, se puede deducir que en el Comercial Ayatolla se debe dar prioridad a la mejora en la comunicación interna que mantienen los trabajadores, porque si no se dispone de información real para cumplir con las tareas en el día a día, la productividad de negocio se ve afectada paulatinamente y las repercusiones pueden ser mayores, trayendo desbalances financieros u otras dificultades a gran escala en la rentabilidad del negocio.

La comunicación interna efectiva en las organizaciones llega a ser considerada como un factor de motivación, ya que para los empleados estar informados sobre lo que ocurre en el negocio y contar con directrices para desarrollar sus tareas, hace que sientan más confianza teniendo así también mayor compromiso al momento de desempeñarse e interactuar con sus superiores o con los compañeros de trabajo (Estrada & Vera, 2020).

Es fundamental considerar que previo a la comunicación externa en los negocios, se debe gestionar de buen modo procesos comunicacionales asertivos a nivel interno con los cuales sea posible desarrollar planificaciones, presentarlas al equipo de trabajo y conseguir éxito en su aplicación.

En las empresas, la comunicación se puede dar en sentido vertical y horizontal, siendo importante establecer que para garantizar la productividad en todas áreas del negocio debe fluir la información de forma constante para que no se cometan errores, ni haya descoordinación cuando se desarrolle algún plan o procedimiento respectivo (Escobar, 2019).

Desde esta perspectiva, Escobar (2019) indica que la comunicación vertical es aquella que se torna ascendente y descendente, es decir se refiere a la información que fluye desde lo alto de la jerarquía organizacional hacia los subordinados. Por otra parte, la comunicación horizontal se origina entre aquellos empleados que tienen el mismo nivel

jerárquico en la organización, por lo que se deduce que son compañeros de área o desempeñan laborales similares.

Es posible aportar que en el comercial, la comunicación en sentido horizontal es aquella que tiene mayor deficiencia debido a que los empleados no mantienen buenas relaciones interpersonales y se trabaja de forma aislada por lo que se dificulta alcanzar un alto nivel de productividad de las diferentes labores.

En las empresas la comunicación se da a nivel interno y externo, las cuales guardan cierta relación a pesar de contextualizar fundamentos muy variados, la comunicación interna se enfoca en el flujo de información que se da entre quienes laboran en la institución, mientras que la comunicación externa se refiere al conjunto de técnicas aplicadas con el fin de llevar un mensaje al público consumidor, tanto en cuestiones de promoción y publicidad, como en el proceso de venta (Estrada & Vera, 2020). En las empresas a pesar de manejar dos conceptos distintos en lo que refiere a comunicación, se entiende que para desarrollar bases sólidas en la organización debe existir trabajo en equipo y cooperación de parte del recurso humano para así poder producir productos o servicios que cubran las necesidades de un mercado y se tenga éxito al momento de comercializar la oferta.

En el negocio se ha manejado efectivamente la comunicación externa, por lo que el negocio es conocido por su público objetivo, no obstante como se ha mencionado con anterioridad las falencias a nivel interno están perjudicando la imagen del comercial, y se registran afecciones en el nivel de ventas.

En contexto empresarial, se dice que es trascendental que exista transparencia informativa, esto se refiere a los aspectos con mayor relevancia y también a los detalles

mínimos que se presentan en la jornada laboral, porque así se evitan inconvenientes que pueden pasar a mayores y originar conflictos entre el personal (Ponguillo, 2019).

Es una realidad, que en el negocio bolivarense hay discordia a causa de alguna diferencia laboral de los empleados, de manera que las tareas diarias no siempre se cumplen a tiempo por la desinformación y se instaura un ambiente hostil, donde el personal no se siente satisfecho o incentivado a rendir al máximo para que el negocio marche por buen camino.

Las relaciones interpersonales al interior de una empresa, deben ser óptimas ya que todo el recurso humano, integra un equipo de trabajo que sigue las normativas o parámetros institucionales, adaptándose a una gestión empresarial previamente definida para alcanzar objetivos, tras ofertar de forma correcta un servicio al mercado, para ello es necesario que se realicen diferentes actividades a nivel interno y se disponga de empleados satisfechos con sus labores (Ramirez, 2019).

La satisfacción laboral no es una realidad en los empleados del Comercial Ayatolla, por lo que se imposibilita brindar un servicio de calidad a los consumidores, ya que en muchos casos reciben la antipatía del personal, porque no está motivado a cumplir con sus labores, ni se siente comprometido con los objetivos del negocio.

Las relaciones satisfactorias entre empleados, indican en que haya mayor motivación al desempeñarse e interactuar con los clientes externos (Koontz, 2001). Un aspecto importante para garantizar que se brinde una atención al cliente de calidad será la disponibilidad de empleados satisfecho, motivados y comprometidos con la empresa, esto se asume desde el fundamento que las organizaciones primero deben tratar de conseguir la aceptación del cliente interno, para luego tener éxito con el cliente externo.

El término “cliente interno” hace referencia al talento humano de las organizaciones, el cual debe ser la prioridad del empresario, previamente a buscar la aceptación del público, el que por el contrario es denominado “cliente externo” (Saenz, 2018).

Es importante que en el Comercial Ayatolla los propietarios conjuntamente con el administrador, gestionen de buena forma de instaurar un ambiente laboral propicio para que los empleados se sientan satisfechos y puedan accionar de buena manera en la realización de todas actividades, para que exista orden y el negocio disponga de información clara respecto a sus diferentes áreas y a su vez el personal brinde una mejor atención al cliente.

Las relaciones interpersonales en contexto laboral son un aspecto determinante en el desempeño de cada trabajador, ya que como se sabe el talento humano de la organización es el activo más importante y constituye un equipo de trabajo que necesita mantener orden, organización, eficiencia y efectividad al laborar día a día para que se cumpla con todas las actividades de buena forma (Botina, 2017, pág. 56).

Al interior de las organizaciones el recurso primordial del que se dispone para el cumplimiento de objetivos, es el talento humano y es importante que exista un ambiente armónico para que haya un buen desempeño y cada uno de los elementos se sientan a gusto dando su aporte al negocio.

Los empleados deben manejar una comunicación idónea en el trabajo puesto que la desinformación es factor causal de problemas y por ende, en las labores diarias el personal debe comunicar a sus compañeros sobre novedades, pendientes o informes de

alguna actividad específica, con el propósito de que exista mayor productividad y se eviten errores a partir de falencias en la comunicación interna (Martínez, 2019).

Dicha cuestión no es una realidad en el Comercial Ayatolla, debido a que entre los departamentos no se emiten informes, ni se comunica sobre la situación actual negocio respecto a mercaderías o insumos, esto hace que muchas veces se exceda en los pedidos a los proveedores o por el contrario haya escasez de algún producto por no encargarlo a tiempo. Tal realidad se da en el negocio bolivarense como efecto de que los empleados no mantienen buenas relaciones interpersonales, debido a los mismos problemas en el trabajo, donde por la desinformación se comenten errores y se buscan culpables.

El Comercial Ayatolla, al ser un establecimiento de venta de productos para el consumo doméstico, debe mantener una adecuada organización en las perchas, ubicando los productos con más tiempo en el stock, a la vista del consumidor para su rápida salida y aquellos adquiridos recientemente, ubicarlos al fondo o no empercharlos aún, con la finalidad de que no hayan productos caducados a la venta y ocasione una problemática mayor en el negocio.

Esta tarea resulta muy importante para el Comercial Ayatolla, puesto que, si no se logra comercializar los productos con más tiempo en el lugar, estos ya no estarán aptos para su venta y se registrarían pérdidas económicas.

Como efecto del estrés y el ambiente laboral inadecuado, en más de una ocasión se ha evidenciado que la mercadería es colocada de forma incorrecta en los estantes ya que como se ha mencionado, el personal solo se enfoca en terminar con su jornada diaria y no toman a consideración las indicaciones para cumplir de forma efectiva con sus tareas.

En el comercial al constatarse dichas falencias en la organización de los productos se vuelven a encomendar dicha tarea a los empleados, lo que representa un doble trabajo

para ellos haciendo que se sienten desmotivados y a su vez no haya productividad porque hay que enfocarse en remediar errores y aplazar aquellas tareas futuras.

Una de las prioridades para las instituciones debe ser la optimización constante de sus sistemas internos y garantizar eficiencia en el trabajo diario, Ochoa (2018) establece que:

La coordinación, el trabajo en equipo y la comunicación efectiva forman parte de las características principales que componen la parte del proceso administrativo llamado organización como consecuencia de que las empresas de desarrollar metodologías de trabajo que permitan integración de todos los empleados y la designación correcta de tareas a cada uno según su capacidades sabiendo también lo trascendencia de comunicar lineamientos para dar realización de cada actividad porque con toda estas acciones a nivel interno su tiene una enfoque en la efectividad y eficiencia laboral siendo posible aumentar la productividad diaria y dar un máximo aprovechamiento a los recursos (pág. 22).

Por lo tanto, para que un negocio alcance una mejor productividad debe garantizar que sus empleados se desempeñen de buena manera y mantengan un compromiso constante con la empresa, trabajando diariamente por alcanzar los objetivos propuestos.

Alcanzar un alto nivel de productividad en las empresas, es una gran ventaja competitiva en contexto comercial, este grado de productividad no se limita únicamente al proceso productivo o al nivel de ventas que un negocio registre, sino que tiene mucho que ver con las actividades diarias que internamente se realizan, incluyendo la parte administrativa, financiera, publicitaria, etc. (Moreno & Perez, 2018).

En el Comercial Ayatolla, la administración debe considerar optimizar su organización de tareas y recursos respectivamente, ya que esto puede incidir en una mejora entre las relaciones interpersonales de los empleados, como efecto de promover el trabajo en equipo, fomentar el liderazgo e implantar un sistema de comunicación que se cumpla diariamente, con la finalidad de todas las áreas del negocio estén informadas y se tomen decisiones correctas en momentos determinados.

Una parte importante que incide en el correcto desarrollo de las actividades laborales, es el compromiso, los valores y la ética de cada empleado, independiente a la instrucción formal y profesional que posea el equipo de trabajo sus comportamientos, actitudes y predisposición en la empresa se ven influidas por los valores éticos que posea, siendo importante que en las instituciones se establezcan los valores y se promuevan temas de ética profesional para inculcar al personal un accionar positivo que favorezca la productividad en la empresa (Ramirez, 2019).

El compromiso laboral, respecto a las obligaciones que cada empleado tiene, es un determinante que debe ser considerado en el Comercial Ayatolla, porque el personal al no desempeñarse eficientemente, generan retrasos y pérdidas para el negocio, ya que es importante que todos los productos estén organizados, siendo visibles para los clientes, tratando de agregar valor al servicio, por los idóneos procesos internos que hayan definido.

Para fomentar la ética profesional, conductas y comportamientos adecuados en el comercial, una alternativa viable puede ser el establecimiento de valores organizacionales, con los que se promuevan buenos hábitos entre los empleados, enfatizando en aspectos como la cooperación y el trabajo en equipo, para favorecer la productividad laboral.

Es así como, otro autor indica lo siguiente:

La ética profesional hace referencia al comportamiento idóneo que se espera de las personas que prestan sus servicios laborales tanto al ser parte de instituciones como al trabajar de forma independiente, por lo tanto la ética profesional es el aquel conjunto de normas y valores que son considerados por un individuo para actuar de forma positiva al momento de desempeñarse (Paredes, 2019, pág. 74).

Un empleado al ser parte de una organización debe acoger las normativas que se establezcan en dicho lugar para cumplir con las expectativas de sus superiores y aportar positivamente a la empresa en cuestiones técnicas, así como también en su rol como parte del talento humano, manteniendo buenas relaciones con el equipo y no generando ninguna afección al clima laboral.

MARCO METODOLOGICO

La metodología aplicada en este trabajo es mixta, ya que es necesario recopilar información de fuentes directas e indirectas para hacer el respectivo análisis, considerando la fundamentación teórica referente a la variable de estudio y a su vez la tabulación de datos cuantitativos, obtenidos desde una fuente de investigación primaria.

Se emplea el método explicativo, porque se toman de base argumentos generales, para concluir con criterios específicos, teniendo como finalidad conocer los factores que afectan las relaciones interpersonales de los empleados y analizar el efecto que tienen en otros ámbitos del negocio, como por ejemplo, el desempeño laboral, la atención al cliente y el nivel de ventas.

La población objeto de estudio, son el total de 10 trabajadores del Comercial Ayatolla, ya que están involucrados de forma directa con el caso planteado y son una fuente primaria de estudio, donde al ser una cifra mínima se procede a toma el total de la población y no es necesario definir una muestra.

Como técnica de investigación se aplica una encuesta dirigida a los empleados del Comercial Ayatolla, mediante la estructuración de un cuestionario con 10 preguntas cerradas, donde se consultan temas sobre las relaciones interpersonales y sus efectos en el negocio, puesto que así es posible recopilar datos desde una fuente directa y hacer un análisis preciso sobre el caso planteado.

RESULTADOS

A partir de la aplicación de la encuesta dirigida a los empleados del Comercial Ayatolla, se han obtenido los siguientes resultados:

En su mayoría los empleados no se sienten satisfechos con el clima laboral en el que se desempeñan, ya que hay factores que generan desmotivación y desinterés por dar cumplimiento a las labores diarias. El personal del Comercial Ayatolla, comparte que las relaciones interpersonales son malas, indicando que en su mayoría sí han tenido altercados con sus compañeros de trabajo: Lo que evidenciado en las encuestas realizadas al personal.

De la encuesta realizada, se obtuvo que gran parte de los empleados solo mantiene una relación laboral, pero a su vez una cantidad mínima del personal dice tener vínculos fuera de los horarios laborables.

En las encuestas un ochenta por ciento del personal consideran que su desempeño si se ve afectado por los conflictos que se dan con sus compañeros de trabajo y que esto es el principal aspecto que afecta su desempeño laboral, seguido de la poca comunicación que se desencadena por las malas relaciones interpersonales. En este orden de ideas, se agrega también la afirmación de que los empleados de ninguna manera se sienten motivados, comprometidos o satisfechos al desempeñar sus laborales.

En el Comercial Ayatolla, un alto porcentaje de los empleados consideran que la falta de comunicación si incide en el desempeño de sus labores, como efecto de que se dan errores por la desinformación que existe, es decir la ausencia de trabajo en equipo, coordinación y división de tareas, hace que se evidencie mucha ineficiencia en el negocio, lo que a su vez ocasiona otros inconvenientes y el clima laboral se ve afectado, siendo un determinante para fomentar la desmotivación laboral.

El personal encuestado, manifiesta que, al darse discusiones entre empleados, los clientes si prefieren comprar en otros sitios, porque se llevan una mala imagen y una experiencia negativa al visitar el establecimiento, donde por las malas relaciones interpersonales de los trabajadores, no se cumple con las expectativas de los consumidores, que demandan productos, y al mismo tiempo un servicio de alta calidad, al momento de realizar sus compras.

Consecuentemente, casi en su totalidad los empleados indican que si creen que el servicio del comercial mejoraría si existieran buenas relaciones interpersonales.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Según Martínez, las relaciones interpersonales al interior de una organización, se refieren al intercambio de comportamientos, actitudes y percepciones, donde es una prioridad que existan buenos vínculos entre todo el recurso humano para así garantizar la cooperación, comunicación y productividad en cada una de las áreas de la empresa. En el Comercial Ayatolla, las relaciones interpersonales tienen un impacto negativo en diferentes gestiones internas, ya que hay mucho individualismo al momento de cumplir con alguna tarea y no existe una comunicación efectiva que permita al personal laborar de forma coordinada, buscando ser eficientes y favorecer al negocio.

Para Gallegos, Mora y Cuentas, el clima laboral se instaura en gran medida, a partir de las relaciones interpersonales que se desarrollan en una organización, razón por la cual tienen gran incidencia en el desempeño de cada empleado y en su nivel de satisfacción laboral respectivamente. Los colaboradores dicen estar satisfechos respecto a sus condiciones de trabajo, cuando están conformes con todo aquello que se integra a su ambiente laboral, es decir recursos, información, directrices, entre otros.

López (2021) indica que la motivación laboral es un determinante para garantizar la productividad en una empresa, con los cambios que se registran en la sociedad, actualmente los empleados no se incentivan únicamente con beneficios económicos, sino que llegan a tener interés por desempeñarse con mayor eficiencia a partir de estímulos relacionados al crecimiento profesional. La comunicación interna ha sido considerada un factor de motivación, ya que los colaboradores tienen la percepción de que son parte importante de la empresa y se tiene confianza en ellos, donde además cuentan con el valioso recurso de la información para realizar sus actividades de forma acertada.

En el caso del Comercial Ayatolla la falta de comunicación entre los empleados causa fallas en los procesos internos, afectando la calidad del servicio ofertado al cliente

lo que trae como consecuencia que haya sanciones monetarias, y el personal se desmotiva. La poca comunicación se da a raíz de los conflictos que han protagonizado algunos trabajadores del comercial, por lo que es difícil concebir una factible división de trabajo, coordinación o cooperación entre el personal, lo que se vuelve el factor causal de la ineficiencia.

Torrecilla (2019) manifiesta que la comunicación organizacional es una prioridad porque en toda entidad, primero deben gestionarse diversas labores con la finalidad de producir bienes y/o servicios de calidad, para luego presentarlos al mercado y comercializarlos. La comunicación se da tanto en un escenario interno como externo, donde aquella comunicación externa abarca las acciones publicitarias y el procedimiento desarrollado en el cierre de ventas.

En este orden de ideas se puede argumentar que el servicio ofertado por una empresa, no se limita al producto específicamente, sino que engloba otros parámetros que los consumidores consideran al momento de tomar una decisión de compra. Por la alta competitividad de mercado actual, los clientes tienen mayores opciones para satisfacer sus necesidades, por lo tanto van a elegir aquella oferta que tenga más valor.

De este modo, se puede considerar que en el Comercial Ayatolla las gestiones internas y externas están afectando la calidad del servicio, debido a que las desfavorables relaciones interpersonales entre empleados hacen que los clientes no siempre puedan realizar sus compras de forma rápida, sin vivir alguna mala experiencia.

CONCLUSIONES

- Los conflictos y desacuerdos afectan las relaciones interpersonales entre el personal del Comercial Ayatolla, esto tiene una influencia negativa en su desempeño, porque no es posible que trabajen siguiendo una organización o división de tareas que les permita cumplir con sus obligaciones rápida y eficazmente.
- Al interior de las organizaciones, es fundamental que se maneje una buena comunicación interna y se trabaje de forma coordinada, ya que así se evitan inconsistencias en las tareas diarias, como efecto de que los empleados disponen de información real sobre todas las labores que se deben realizar, y es posible alcanzar mayor productividad.
- En el Comercial Ayatolla, la desinformación y los altercados entre el personal afectan el clima laboral, lo que desmotiva a los empleados e incide en que se registren muchos errores, y en consecuencia el servicio al cliente sufra repercusiones negativas, haciendo que los consumidores se lleven una mala imagen del negocio, a raíz de las relaciones interpersonales desfavorables entre los trabajadores.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que en el Comercial Ayatolla se definan valores institucionales, donde se promuevan buenas actitudes a considerar durante la jornada laboral, con la finalidad de que puedan laborar con mayor eficiencia y su desempeño no se vea afectado.
- La implementación de un mural informativo, donde se adjunten novedades o actualizaciones de las tareas realizadas, tratando de que las jornadas de trabajo se lleven a cabo de forma coordinada para que haya más productividad laboral.
- Es factible estructurar equipos de trabajo que promuevan el compañerismo e instauren un clima laboral idóneo, consiguiendo así la satisfacción de los empleados lo cual sea un determinante para que las tareas se desarrollen correctamente, y se oferte un servicio de calidad a los consumidores.

REFERENCIAS

- Armijos, M., Bermúdez, B., & Mora, S. (2019). Gestión de administración de los Recursos Humanos. *Universidad y Sociedad vol.11 no.4* , 33-51.
- Botina, L. (2017). Relaciones interpersonales en el bienestar laboral. *Boletín Informativo CEI*, 10-15.
- Escobar, R. (2019). *Comunicación organizacional, gestión administrativa en la productividad laboral de las Instituciones Educativas* . Obtenido de UGEL : <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40567>
- Estrada, D., & Vera, P. (2020). La comunicación asertiva: una estrategia para desarrollar las relaciones interpersonales. *Revista Latinoamericana de Difusión Científica*, 72-82.
- Gallegos, W., Mora, J., & Cuentas, S. (2018). ¿ Es el clima organizacional determinante de relaciones interpersonales o son las relaciones interpersonales las que determinan el clima organizacional? *Industria Data 21 (12)* , 81-89.
- Koontz, H. (2001). *Administración una perspectiva global* . México : McGraw-Hill .
- León, M. (2016). *Influencia de las relaciones interpersonales en el clima laboral de los colaboradores en la empresa de transportes Rodrigo Carranza SAC-Trujillo: 2016*. Obtenido de Repositorio UNT: <https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10176/LE%C3%93N%20CRUZ%20M%C3%B3nica%20Judith%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- López, J. M. (2006). *Lenguaje transparente: relaciones interpersonales en la empresa (Vol. 5)*. Madrid: Instituto de Estudios Almerienses .

Martínez, R. (2019). Las relaciones interpersonales en la empresa. . *Realidad empresarial, (3)*, 37-38.

Moreno, S., & Perez, E. (2018). Relaciones interpersonales en el clima laboral de la universidad tecnológica del Chocó Diego Luis Córdoba. *Revista CES Derecho*, 13-33.

Ochoa, G. (2018). *Relaciones interpersonales y desempeño laboral en la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo Junín-Huancayo 2017*. Obtenido de Repositorio UPLA: https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/395/T037_70225132_T..pdf?sequence=1&isAllowed=y

Paredes, M. (2019). Relaciones interpersonales afectivas y desempeño laboral según variables sociodemográficas de los trabajadores de radio y televisión de Lima Metropolitana. *Revista de investigación en psicología*, 313-328.

Ponguillo, M. I. (2019). *ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA JORMIT S.A. DE LA PARROQUIA POSORJA* . Obtenido de Repositorio Instituto Superior Tecnológico Bolivariano : <http://repositorio.itb.edu.ec/handle/123456789/585>

Ramírez, L. (12 de 01 de 2019). *Relaciones interpersonales en el ámbito laboral*. Obtenido de rei.iteso.mx: <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/5802/Relaciones+interpersonales+en+el+%E1mbito+laboral.pdf?sequence=2>

Saenz, C. (2018). *Relaciones interpersonales y la motivación laboral en los trabajadores* . Obtenido de Repositorio UCV: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/16232>

Salazar, S. (2018). *Relaciones Interpersonales y el Desempeño Laboral en la Oficina*

Registral del Reniec del Callao-2017. Obtenido de Repositorio UCV:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/13950/Salazar_ZS

[J.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/13950/Salazar_ZS)

Stoner, J. (1996). *Administración* . México : PEARSON Editorial .

Torrecilla, O. (2019). Clima organizacional y su relacion con la productividad laboral .

Administración I , 32-66.

ANEXOS

Anexo N° 1: Cuestionario de encuesta dirigido al personal de Comercial Ayatolla

- 1. ¿Se siente satisfecho con el clima laboral del Comercial Ayatolla?**
 - a) Totalmente
 - b) Parcialmente
 - c) De ninguna manera

- 2. ¿Cómo calificaría las relaciones interpersonales que existen entre los empleados del Comercial Ayatolla?**
 - a) Muy buenas
 - b) Buenas
 - c) Regular
 - d) Malas

- 3. ¿Mantiene usted alguna relación extralaboral con alguno de sus compañeros de trabajo?**
 - a) Si
 - b) No

- 4. ¿Ha tenido usted inconvenientes o altercados con sus compañeros de trabajo?**
 - a) Si
 - b) No

- 5. ¿Considera usted que su desempeño se vería afectado por las diferencias que existan con sus compañeros de trabajo?**
 - a) Si
 - b) No

- 6. ¿Qué aspecto considera usted que afecta su productividad laboral?**
 - a) Mala comunicación

- b) Altercados con sus compañeros
- c) Falta de motivación laboral
- d) Falta de supervisión laboral

7. ¿Siente usted motivación, compromiso y satisfacción al desempeñar sus labores diarias?

- a) Totalmente
- b) Parcialmente
- c) De ninguna manera

8. ¿Cree usted que la falta de comunicación, incide en el correcto desempeño de sus labores?

- a) Si
- b) No

9. ¿Cree usted que las discusiones entre empleados hacen que los clientes prefieran comprar en otros sitios?

- a) Si
- b) No

10. ¿Cree usted que en el negocio se mejoraría el servicio si existieran buenas relaciones interpersonales entre empleados?

- a) Totalmente
- b) Parcialmente
- c) De ninguna manera

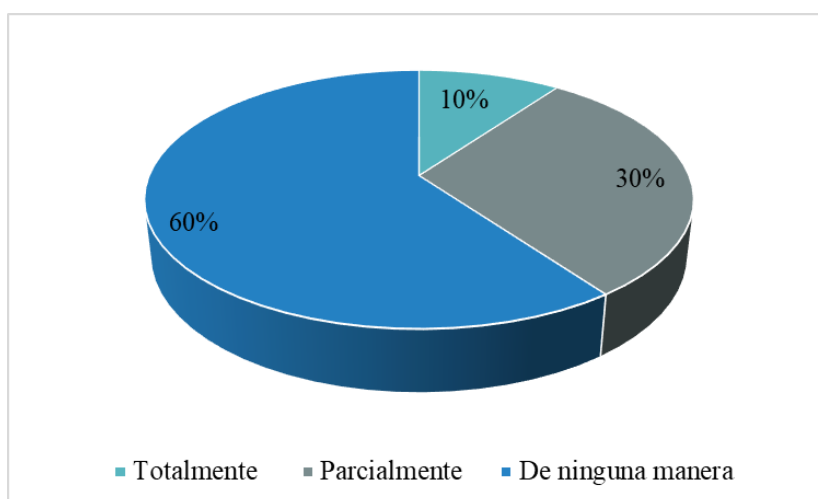
Anexo N°2: Tabulación de datos de la encuesta realizada al personal del Comercial Ayatolla

1. ¿Se siente satisfecho con el clima laboral del Comercial Ayatolla?

Alternativa	Frecuencia	%
Totalmente	1	10%
Parcialmente	3	30%
De ninguna manera	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.

Elaborado por: Daniela Chávez



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.

Elaborado por: Daniela Chávez

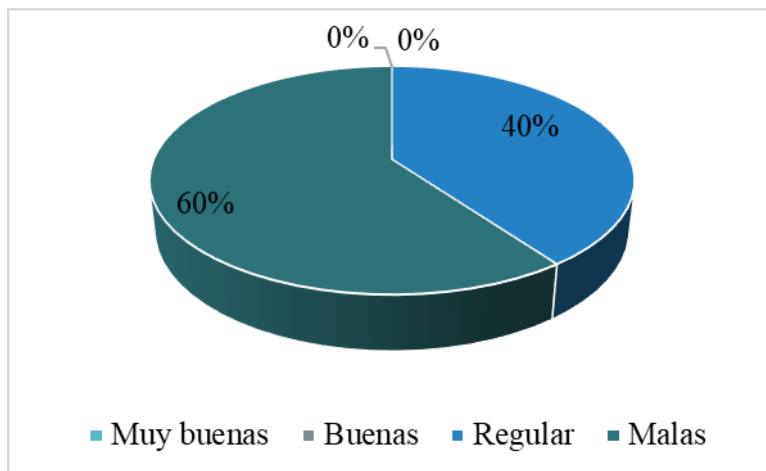
Análisis: De la encuesta realizada, un 60% respondió que de ninguna manera se sienten satisfechos con el clima laboral del Comercial Ayatolla, un 30% dijo que parcialmente y un 10% manifestó que totalmente tiene dicha percepción.

2. ¿Cómo calificaría las relaciones interpersonales que existen entre los empleados del Comercial Ayatolla?

Alternativa	Frecuencia	%
Muy buenas	0	0%
Buenas	0	0%
Regular	4	40%
Malas	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.

Elaborado por: Daniela Chávez



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.

Elaborado por: Daniela Chávez

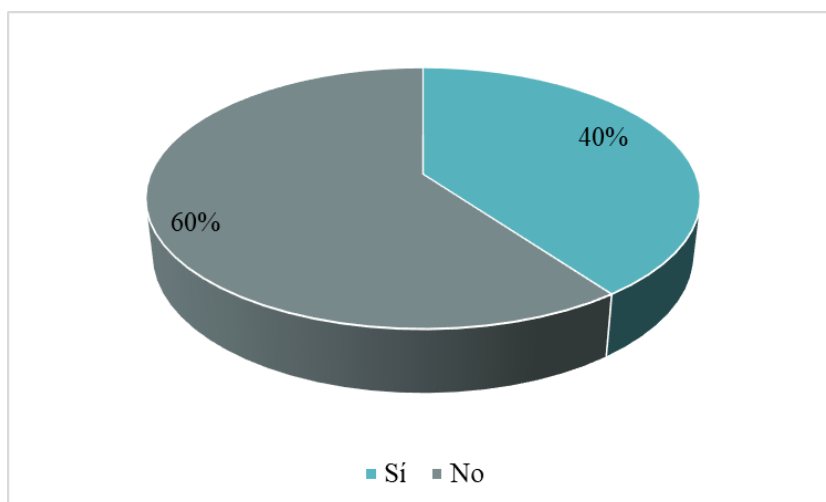
Análisis: Los encuestados, en un 60% califican como malas a las relaciones interpersonales entre los trabajadores del Comercial Ayatolla, mientras que un 40% indica que pueden calificarlas como regulares.

3. ¿Mantiene usted alguna relación extralaboral con alguno de sus compañeros de trabajo?

Alternativa	Frecuencia	%
Sí	4	40%
No	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.

Elaborado por: Daniela Chávez



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.

Elaborado por: Daniela Chávez

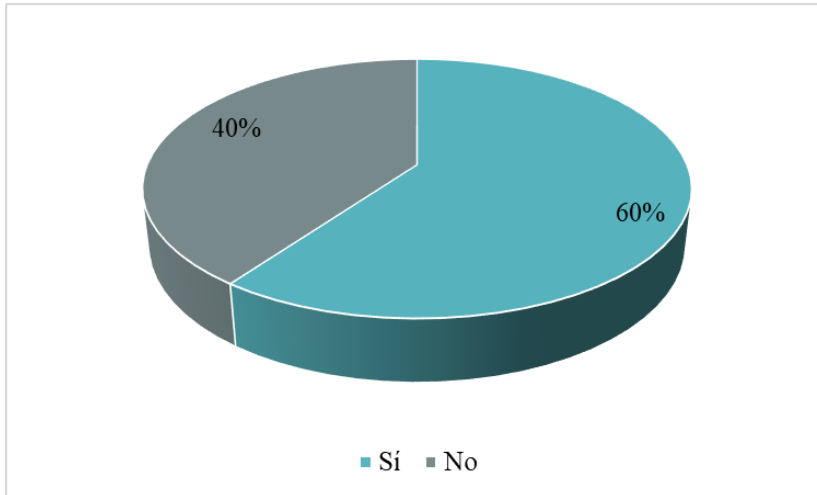
Análisis: Del 60% de los encuestados, manifiesta que no mantiene una relación extralaboral con ningún compañero de trabajo, mientras que el 40% restante indica que si lo hace así.

4. ¿Ha tenido usted inconvenientes o altercados con sus compañeros de trabajo?

Alternativa	Frecuencia	%
Sí	6	60%
No	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.

Elaborado por: Daniela Chávez



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.

Elaborado por: Daniela Chávez

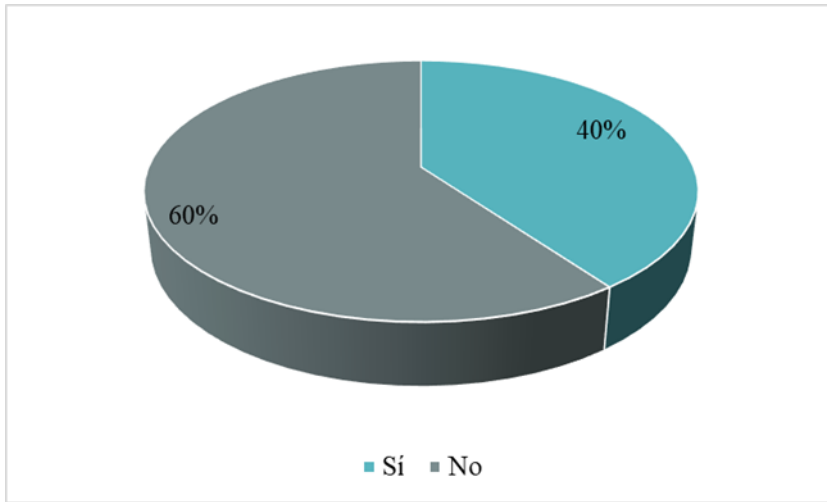
Análisis: El 60% de los encuestados indica que si han tenido altercados con sus compañeros de trabajo, y un 40% dijo que no ha tenido inconvenientes.

5. ¿Considera usted que su desempeño se vería afectado por las diferencias que existan con sus compañeros de trabajo?

Alternativa	Frecuencia	%
Sí	6	60%
No	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.

Elaborado por: Daniela Chávez



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.
Elaborado por: Daniela Chávez

Análisis: De los encuestados, el 60% dijo que su desempeño si se vería afectado por las diferencias que existan con sus compañeros de trabajo, mientras que el 40% indicó que no se daría tal situación.

6. ¿Qué aspecto considera usted que afecta su productividad laboral?

Alternativa	Frecuencia	%
Mala comunicación	4	40%
Altercados con sus compañeros	5	50%
Falta de motivación laboral	1	10%
Falta de supervisión laboral	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.
Elaborado por: Daniela Chávez



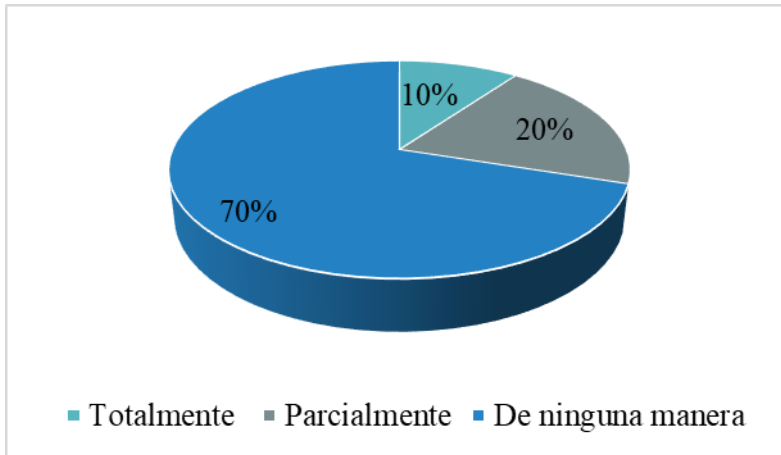
Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.
Elaborado por: Daniela Chávez

Análisis: De los encuestados el 50% dijo que los altercados con sus compañeros afectan su productividad laboral, el 40% respondió que la mala comunicación lo hace y el 10% indicó que la falta de motivación laboral es el aspecto que afecta su rendimiento.

7. ¿Siente usted motivación, compromiso y satisfacción al desempeñar sus labores diarias?

Alternativa	Frecuencia	%
Totalmente	1	10%
Parcialmente	2	20%
De ninguna manera	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.
Elaborado por: Daniela Chávez



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.

Elaborado por: Daniela Chávez

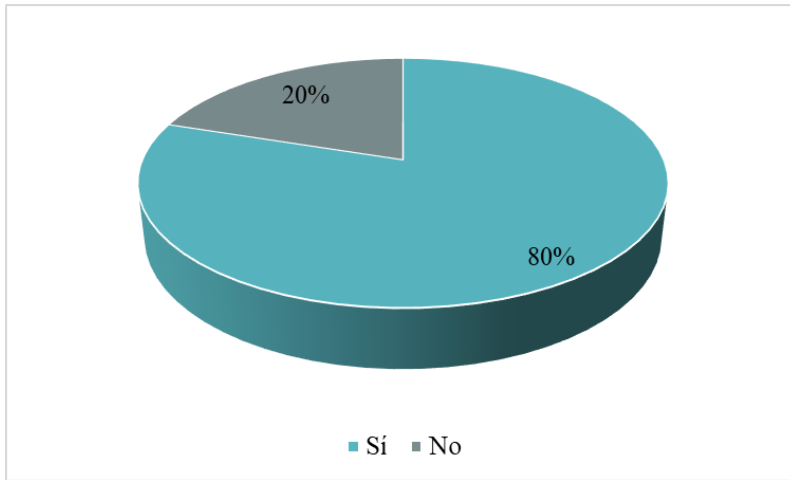
Análisis: Entre los encuestados el 70% indica que de ninguna manera, siente motivación, compromiso y satisfacción al desempeñar sus labores diarias, un 20% dijo que parcialmente tiene tal percepción, y el 10% totalmente lo considera así.

8. ¿Cree usted que la falta de comunicación, incide en el correcto desempeño de sus labores?

Alternativa	Frecuencia	%
Sí	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.

Elaborado por: Daniela Chávez



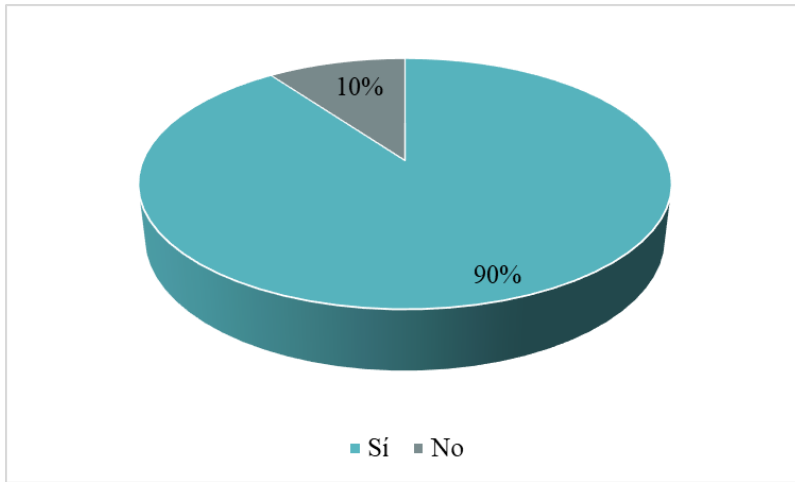
Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.
Elaborado por: Daniela Chávez

Análisis: De los empleados del Comercial Ayatolla, el 80% dijo que la falta de comunicación sí índice en el correcto desempeño de sus labores, y el 20% considera que no se da tal caso.

9. ¿Cree usted que las discusiones entre empleados hacen que los clientes prefieran comprar en otros sitios?

Alternativa	Frecuencia	%
Sí	9	90%
No	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.
Elaborado por: Daniela Chávez



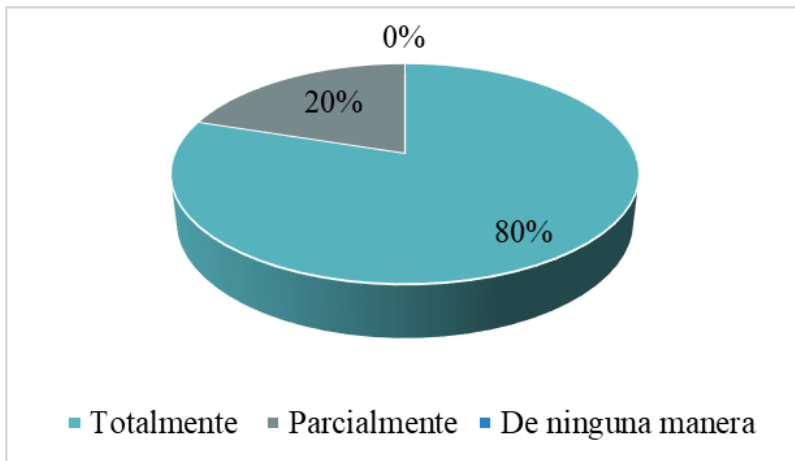
Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.
Elaborado por: Daniela Chávez

Análisis: El 90% de los encuestados, indicó que las discusiones entre empleados hacen que los clientes si prefieran comprar en otros sitios, mientras que el 10% dijo que no lo cree así.

10. ¿Cree usted que en el negocio se mejoraría el servicio si existieran buenas relaciones interpersonales entre empleados?

Alternativa	Frecuencia	%
Totalmente	8	80%
Parcialmente	2	20%
De ninguna manera	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.
Elaborado por: Daniela Chávez



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores del Comercial.
Elaborado por: Daniela Chávez

Análisis: De la encuesta realizada, el 80% indicó que totalmente se mejoraría el servicio del comercial, si existieran buenas relaciones interpersonales entre los empleados, y un 20% manifestó que parcialmente se podría mejorar el servicio, en base a las relaciones del personal.

Anexo 3

Babahoyo, 26 de febrero del 2022

Sr(a)

Sara Berenice Vega

PROPIETARIA DEL COMERCIAL AYATOLLA

En su despacho.

De mis consideraciones:

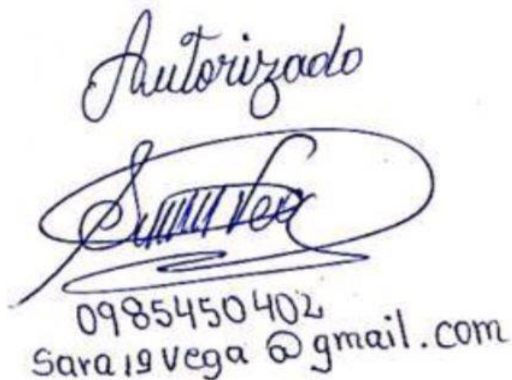
Yo: **CHÁVEZ MENDOZA DANIELA NAYELI**, con cédula de identidad 0202218053, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Comercio, matriculado(a) en el proceso de titulación periodo noviembre 2021 – abril 2022, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi Caso de estudio denominado **RELACIONES INTERPERSONALES EN EL COMERCIAL AYATOLLA DEL CANTON LAS NAVES** el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecido(a).

Muy atentamente



Daniela Nayeli Chavez Mendoza
0202218053


Autorizado
0985450402
Sara.19Vega@gmail.com

Anexo 4



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: 1203440423001
APELLIDOS Y NOMBRES: VEGA SARA BERENICE

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001	ESTADO ABIERTO MATRIZ	FEC. INICIO ACT. 26/03/2008
NOMBRE COMERCIAL: COMERCIAL AYATOLLA		FEC. CIERRE:
		FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MAYOR DE ARTÍCULOS DE BAZAR EN GENERAL.
VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS EN TIENDAS, ENTRE LOS QUE PREDOMINAN, LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS, LAS BEBIDAS O EL TABACO, COMO PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD Y VARIOS OTROS TIPOS DE PRODUCTOS.
VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE PAPELERÍA COMO LÁPICES, BOLÍGRAFOS, PAPEL, ETCÉTERA, EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: BOLIVAR Cantón: LAS NAVES Parroquia: LAS NAVES Calle: 10 DE AGOSTO Número: S/N Intersección: F Referencia: A UNA CUADRA DEL SUBCENTRO DE SALUD LAS NAVES Telefono Trabajo: 032658276 Celular: 0985450402 Email: sara19vega@gmail.com

No. ESTABLECIMIENTO: 003	ESTADO ABIERTO TRANSPORTE	FEC. INICIO ACT. 30/05/2018
NOMBRE COMERCIAL:		FEC. CIERRE:
OPERADORA DE TRANSPORTE: COMPAÑIA DE TRANSPORTE PESADO LAS NAVES COTRANAVESA S.A.		FEC. REINICIO:
		RUC: 1291753988001

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

TODAS LAS ACTIVIDADES DE TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA, INCLUIDO EN CAMIONETAS DE: TRONCOS, GANADO, TRANSPORTE REFRIGERADO, CARGA PESADA, CARGA A GRANEL, INCLUIDO EL TRANSPORTE EN CAMIONES CISTERNA, AUTOMÓVILES, DESPERDICIOS Y MATERIALES DE DESECHO, SIN RECOGIDA NI ELIMINACIÓN.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: BOLIVAR Cantón: LAS NAVES Parroquia: LAS NAVES Calle: DIEZ DE AGOSTO Número: S/N Intersección: F Referencia: A UNA CUADRA DEL SUBCENTRO DE SALUD LAS NAVES Celular: 0985450402 Email: sara19vega@gmail.com Telefono Domicilio: 032658276

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE


SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se derivan (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

19/05/2018 Lugar de emisión: QUEVEDO/CALLE BOLIVAR Y Fecha y hora: 06/06/2018 10:13:15

Anexo 4



Document Information

Analyzed document	CHAVEZ MENDOZA DANIELA NAYELI.docx (D131229357)
Submitted	2022-03-22T23:34:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	dchavez053@fafi.utb.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	fmorales.utb@analysis.orkund.com

Sources included in the report

W

URL: https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/395/T037_70225132_T..pdf?sequence=1&isAllowed=yParedes
Fetched: 2022-03-22T23:39:00.0000000

 1

SA

PROYECTO ISAAC PONGUILLO M.docx
Document PROYECTO ISAAC PONGUILLO M.docx (D40820693)

 1