



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 COMERCIAL

TEMA:

**COMUNICACIÓN ASERTIVA DENTRO DEL COMERCIAL DOS HERMANAS
DEL CANTÓN BABA**

ESTUDIANTE:

FRANCO PEÑAFIEL IZAMAR TATIANA

TUTOR:

ING. MAGDALENA HUILCAPI MASACÓN

AÑO 2022.

Contenido

Planteamiento Del Problema.....	3
Justificación	5
Objetivos.....	6
Líneas De Investigación.....	7
Marco Conceptual.....	8
Marco Metodológico.....	20
Resultados.....	21
Discusión De Resultados.....	22
Conclusiones.....	23
Recomendaciones.....	24
Referencias.....	25
Bibliografía	25

Planteamiento Del Problema.

La razón por la cual se realizó el presente estudio de caso dentro del Comercial Dos Hermanas; es por las diversas problemáticas que existen dentro del mismo, lo cual afecta de manera negativa al crecimiento empresarial y aumento de las ventas, existe una gran variedad de problemas entre los colaboradores con lo que, respecto a la comunicación, lo cual no crea un ambiente laboral excelente, y además los clientes no son del todo bien atendidos por esa razón.

La falta de comunicación asertiva dentro de las empresas dificulta la comunicación entre los empleados y también entre los empleados y trabajadores; lo cual dificulta el desempeño laboral y también un bajo rendimiento del personal al momento de realizar sus actividades.

Por otra parte; la falta de comunicación asertiva ocasiona que el gerente o dueño del comercial Dos Hermanas no logre tener una buena habilidad para dirigir a los empleados de dicho comercial, al momento de indicar cuales son las respectivas actividades a realizar el no da indicaciones específicas y claras.

Otra de las problemáticas que se pudo observar dentro de la empresa es que la falta de publicidad en el comercial que persiste desde que inicio el mismo ya que no cuentan con una estrategia de publicidad y marketing para darse a conocer más en el Cantón y así atraer a nuevos clientes que vienen hacer sus compras desde los recintos aledaños del Cantón. Incluso los ciudadanos del Cantón no conocen el nombre real del comercial porque el mismo no cuenta con un letrero que lo identifique, tampoco cuenta con una red social donde promocióne sus productos.

Por último; la causa de que le falte publicidad; no cuentan con una estrategia publicitaria por el cual transmitir sus promociones y descuentos que ofrece tal comercial y que puedan dar a conocer sus productos a los ciudadanos del Cantón Baba. Dentro del comercial cuentan con un

espacio reducido para el área administrativa lo cual les impide tener un área exclusiva solo para los trabajadores que pertenecen a tal departamento; muchas veces lo utilizan hasta de bodega lo cual no es beneficioso ya que acumulan productos dentro del departamento que no es; es por ello que tampoco pueden implementar un nuevo departamento refiriéndose al departamento de marketing para que les trabaje con la publicidad del comercial.

Además; cabe recalcar que dentro del departamento de administración los empleados no logran llevar un manejo de documentación perfecto, esto se debe a la falta de compañerismo y poca comunicación que existe entre el personal que labora dentro del departamento.

Justificación

La comunicación asertiva es una de las principales cualidades de una persona para que así la empresa pueda tener un excelente ambiente laboral, la comunicación asertiva esta debe ser efectiva y clara a la hora de comunicarse con su equipo de trabajo, a su vez debe encontrar las herramientas adecuadas para manifestar de forma apropiada el mensaje que le quiere transmitir al receptor, sin alterar algún comportamiento negativo o llegar a fomentar un mal ambiente. También, debe reconocer sus propias virtudes y defectos, ya que esto le facilita diseñar una estrategia para poder adaptarse a su equipo y ellos a él, enfocándose en el cumplimiento de objetivos.

La comunicación interna dentro del Comercial Dos Hermanas ocasiona retrasos en la planificación estratégica, en la productividad y en la eficiencia de los empleados.

Empezando con el jefe de la empresa; el cual no sabe llegar al personal de trabajo al momento de dar indicaciones para realizar sus labores; y es allí que comienzan los malentendidos y se ocasionan las discusiones entre empleados dejando como resultado muchas veces sanciones por parte del jefe.

Dentro de las empresas hoy en día no les basta con solo tener trabajadores eficientes; sino que le son de mucha ayuda los trabajadores eficaces, porque promueven un tipo de ambiente laboral diferente y haciendo que sus actividades las realicen de manera positiva; estos moldes son identificados por los niveles de gerencia que hay dentro de la empresa.

Objetivos.**Objetivo General.**

Analizar la escasa comunicación asertiva que incide en el comportamiento de los trabajadores del comercial Dos Hermanas que está ubicado en el Cantón Baba.

Objetivos Específicos.

- Investigar los conceptos de comunicación empresarial.
- Implementar nuevos reglamentos dentro de la empresa sobre la comunicación asertiva y temas relacionados.
- Diseñar un plan de Capacitación a los empleados del Comercial Dos Hermanas.

Líneas De Investigación

El presente caso de estudio se relaciona con la línea de investigación “Sistemas de información, comunicación, emprendimiento e innovación” y la sublínea de investigación las “Empresas públicas y privadas”. Lo cual tiene como dirección el manejo de lo administrativo con respecto a las empresas públicas y privadas; en este trabajo existirán breves comentarios acerca de la falta de comunicación asertiva que existe dentro del Comercial Dos Hermanas; lo que se genera falta de capacitación e implementación de normas y políticas dentro del Comercial; ya que la organización no cuenta con personal que se dedique a exclusivamente para ello. La falta de espacio en el departamento de administración lo cual les impide trabajar a los empleados de una manera ordenada con respecto al sistema de documentación que llevan dentro del comercial. El comercial Dos Hermanas se dedica a la venta de canasta básica de productos para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Marco Conceptual.

El comercio en el cantón Baba ha tenido un crecimiento muy significativo en los últimos años, siendo la segunda actividad económica más desempeñada en el cantón, donde el comercial Dos Hermanas tienen una participación muy importante, siendo líder y referente en la actividad en su comunidad, creando varias fuentes de empleo, ayudando a la sostenibilidad y crecimiento de la economía, sus actividades se iniciaron aproximadamente hace 10 años es una microempresa dedicada a la venta al mayor y por menor de productos de la canasta básica, cuyo propietario es la señora Pilar Álava Córdova, cuenta con un total de 15 trabajadores dividiéndose 1 guardia 2 cajeros y los demás distribuidos en diferentes áreas realizando tareas diferentes.

Una de las principales problemáticas que se dan dentro del Comercial “Dos Hermanas” es la falta de comunicación entre compañeros y también entre empleados y gerente ya que muchas veces se ha evidenciado que se forma un gran conflicto entre ellos, al momento de atender a los clientes o de perchar la mercadería recién llegada al comercial, no se ponen de acuerdo entre ellos, los trabajadores de este comercial todos los meses ganan bonos felices, en ese momento se presenta un desacuerdo de ciertos trabajadores que consideran que realizan el mismo trabajo todos ya que tienen el mismo horario y las mismas tareas y no se saben cuál es el factor que determina la paga del bono. Según lo afirma (Zapata, 2019) que “la comunicación dentro de la empresa es una actividad laboral; lo cual es una habilidad importante entre la relación dentro de la empresa que contribuirá no solo a la transmisión de información entre personas dentro de la misma; sino que será la clave en la transmisión de valores en la empresa”

Dentro del comercial solo existen dos cajas a la salida del mismo; lo que en muchas ocasiones es algo tedioso para los consumidores porque no avanza rápido ya que como es un local comercial que ofrece productos a precios muy factibles por ende se llena. Según (Higuera, 2021)

afirma que “la falta de personal que se va por permiso médico o algo similar no causa inconvenientes a largo plazo ya que él tiene un retorno progresivo; mientras que dentro de una organización donde hace falta personal sí que llegan a tener inconvenientes, porque las tareas se acumulan por falta de personal y los empleados que ya están dentro de la empresa trabajan bajo presión, lo cual no es beneficioso para la organización.”

Para que la empresa tenga un excelente funcionamiento siempre debe contar con el personal suficiente para cumplir a cabalidad con sus actividades y así no exista ningún tipo de problema ni a corto ni a largo plazo. Para el líder empresarial muchas veces es difícil mantener a la organización funcionando sin problemas, hasta que los administradores contraten personal adicional, se requiere que los empleados aumenten sus actividades y también brinden ayuda en las demás áreas del local comercial. Requiere de un esfuerzo y la ayuda de todas las personas dentro de la empresa. Los empleados deben manejar sus tareas individuales y ofrecer asistencia en otras áreas.

La escases de comunicación entre los trabajadores ocasiona retraso en la atención de los clientes ya que muchas veces al momento de realizar el cambio de cajero tardan un poco; lo cual ocasiona una demora ya que solo existen dos cajas para cobrar dentro del comercial y los fines de semana por lo general el comercial regularmente se llena. Por otra parte; da lugar a pérdidas de tiempos esperando instrucciones para poder realizar algún tipo de actividad por parte del gerente cuando pueden estar realizando sus actividades normales en ese lapso.

El ambiente laboral dentro de la organización siempre debe ser un ambiente relajado y tranquilo ya que es allí donde pasan la mayor parte del tiempo los empleados juntos realizando actividades; la organización tiene que brindar seguridad y bienestar a los trabajadores para que ellos se sientan motivados a realizar sus actividades dentro de la organización.

La comunicación asertiva permite una aproximación al cliente, a través de una forma abierta de comunicarse, sin olvidar la dirección que se lleva de acuerdo con el contexto del cliente y la situación. Asertividad no es sinónimo de ser amistoso, es saber tratar al cliente de la manera adecuada, sin pasar los límites de cada personalidad.

Cuando al trabajador se le comparten los aspectos que de una u otra forma influyen su actividad laboral, el empleado empieza a sentir la importancia de su labor para la institución, entendiendo el lugar que ocupa en la cadena productiva de la compañía a la que pertenece, esta situación lo motiva para mejorar en la prestación de servicios lo hace esmerarse para aportar más de lo que normalmente entregaba, la necesidad de seguir siendo reconocido y halagado va llevando a cada ser humano a imprimirle valor agregado a cada una de las actividades que realiza, con esto se hace referencia a la importancia del sentido de pertenencia institucional que se da cuando la empresa crea ese lazo que trasciende a lo personal mediante un proceso de comunicación asertivo, serio y responsable para con la empresa y el trabajador.

La comunicación interna que existe dentro del comercial entre los trabajadores es a simple vista negativa; esto ocasiona que dentro del comercial exista todo tipo de inconveniente con respecto a la atención al cliente, a realizar sus actividades, etc en la productividad y en la eficiencia de los trabajadores. Llevar un mal ambiente laboral dentro de la empresa hace que esta baje por lo consiguiente los niveles de ventas y la eficiencia y eficacia de los empleados. Y esto prácticamente podría estar llevando a la quiebra a la empresa ya que no llevarían un control eficiente entre el personal que realiza sus debidas tareas dentro de la empresa.

El espacio que existe en el comercial es muy reducido para la cantidad de mercadería que se encuentra dentro del mismo; los consumidores tienden a tropezarse entre ellos o con los estantes

de las mercaderías o ciertas pilas de productos que se encuentran en los pasillos. Según lo menciona (Polochic, 2017) “la organización dentro de una empresa o local comercial es la función administrativa que tiene como fin que exista una buena estructura organizacional; también de las áreas y los trabajadores con respecto a las funciones que desempeñan cada uno de ellos dentro de la empresa.

Dicha situación incómoda a los consumidores, por lo que optan por esperar en la parte de afuera hasta que algunos de los clientes que se encuentran dentro que terminen de realizar sus compras y poder ingresar ellos; pero en cambio otros deciden irse a otro local comercial y eso es una consecuencia negativa porque no origina ventas. También con lo de la pandemia se debe tener mucho cuidado ya que las personas deben usar mascarilla y mantener el espacio mínimo de dos metros; lo cual el local comercial no cumple ya que los fines de semanas existen aglomeraciones de los consumidores haciendo sus respectivas compras de la semana.

En el comercial no existe las suficientes estanterías para exhibir sus productos, por lo que ciertas veces mezclan los productos o los dejan apilados en los pasillos; ya que tampoco cuentan con una bodega amplia para la mercadería que llega todos los días de los distribuidores. La mala ubicación en los productos provoca malestares a los consumidores que realizan sus compra, es decir que ellos cambian los sitios en los que tienen los productos eso afecta a la atención de sus compradores. Dentro del comercial debe existir ayuda por parte de los empleados al momento de los clientes dirigirse a buscar algún producto para que ellos tengan una mejor experiencia dentro del comercial.

Los días que llega mercadería al comercial que por lo general son todos los días que llegan diferentes distribuidores; estos se encargan de dejar pilas de cartones, pilas de envases, pilas e sacos y demás mercadería que el gerente haya adquirido. Lo malo de todo ello es que dentro del

comercial solo existe un área e ingreso y es por el mismo lugar donde desembarcan todos los días la mercadería llegada; otro inconveniente es que la bodega no abastece para guardar toda la mercadería que se compra a diario.

Según lo mencionado y escrito por (Editorial Etece, 2021) indica que “la organización en el área de la administración de empresas, es el conjunto de métodos y procesos que se les permita ordenar, controlar una empresa a través de los diversos departamentos que lo componen, con la finalidad de alcanzar sus logros u objetivos planteados y las cosas que les permitan entrar en funcionamiento para alcanzar el máximo éxito dentro de dichas empresas de cualquier tipo de productos”

Otra de los problemas dentro de la empresa es que el dueño o gerente no tiene habilidad para direccionar a los trabajadores no cumplan a cabalidad todas sus actividades de manera correcta. Según (Salorama, 2019) afirma que “dentro de estas organizaciones ya sean de la comunicación asertiva es la pieza fundamental de toda relación que se da particularmente entre jefes y empleados, ya que te aseguras de cooperar con opiniones e ideologías, esto es fundamental ya que les ayudará a tu empresa a evitar conflictos y por supuesto obtener nuevas ideas. A pesar de que se escucha como una fórmula fácil de seguir, los equipos de trabajo de las empresas tienen dificultad para para implementarlo, porque requiere desarrollar diversas habilidades y capacidades”

Las empresas deben ser dirigidas por una persona que tenga firmeza y su voz sea escuchada por los empleados; el local comercial cuenta con un gerente que no siempre tiene una buen relación con los trabajadores; incluso muchas veces ha realizado acciones indebidas frente a los clientes lo cual deja una mala reputación tanto del encargado como del local.

La falta de publicidad es debido a que no cuentan con un departamento de marketing en su local comercial; el líder empresarial tampoco delega a algún trabajador para que puedan ayudar a realizar el respectivo trabajo sobre las publicidades. Como lo menciona el siguiente autor (Guimera, 2019) “dentro del marketing su principal propósito del negocio es crear clientes. El sentido de toda acción de marketing es convertir un prospecto en un cliente, y después mantenerlo, el marketing podría ocuparse no solamente de la publicidad; sino también de los contactos entre clientes y empresa. Lo que los clientes ven y se sienten influenciados es por el producto en sí, un departamento de marketing no puede encargarse de todas las responsabilidades de marketing de la empresa.”

Unas de las problemáticas en el comercial Dos Hermanas del Cantón Baba es que no cuentan con promociones para atraer a nuevos clientes y elevar su volumen de ventas mensual, a muchos clientes les atrae las promociones y ofertas que tienen varios comerciales del cantón, lo que el comercial Dos Hermanas no ha puesto como estrategia de venta es decir que no ponen productos en promociones, ya que eso provoca un poco de pérdida por que no promocionan los productos para tener un nivel de venta satisfactorio para el comercial.

Como ya sabemos para que una empresa pueda tener suficientes ingresos debe atraer cliente y esto lo hace a través de la publicidad llamativa donde pueda ofertar sus productos o servicios; para lo cual el local comercial “Dos Hermanas” carece de una publicidad donde ofrezca sus productos, ofertas, y productos nuevos; para que así puedan ser reconocidos en los sectores aledaños del Cantón Baba y así atraer más clientes.

Dentro de las estrategias de marketing que le falta a el Comercial “Dos Hermanas” es la incorporación de promociones para atraer a nuevos clientes y elevar el volumen de ventas mensual, a muchos clientes les atrae las promociones y ofertas que tienen varios comerciales del cantón, lo

que el comercial Dos Hermanas no ha puesto como estrategia de venta; es decir que no ponen productos en promociones, por lo cual el nivel de venta no es satisfactorio para el comercial.

La estrategia publicitaria según (nieto, 2018) “está formada por las acciones que se deben llevar a cabo dentro de la organización para dar solución al algún tipo de problema por el cliente y para conseguir los objetivos marcados para publicidad, y poder crear espacios publicitarios donde se pueda dar a conocer más acerca de los productos que oferta los comerciales” Las decisiones de la estrategia tienen dos preguntas como base fundamental para la elaboración del contenido del mensaje: hay que tener muy claro que hago y por qué lo hago.

En la actualidad es importante destacar que las redes sociales son el método más usado por todas las empresas ya sean pública o privadas y las que ofrecen tanto productos como servicios; ya que es una manera más rápida para poder llegar al espectador y atraer más clientela y así se generaría más ganancias. Todo esto nos ayuda a crear un lugar a la estrategia creativa, que tendrá como misión llevar el producto al posicionamiento deseado, es decir, crear en la mente del consumidor lo que el comercial Dos Hermanas de publicidad quiere crear para que se pueda enganchar los descuentos y promociones en el medio.

Como ya sabemos la principal causa de las malas acciones del Comercial “Dos Hermanas” es la carencia de comunicación asertiva tanto entre trabajadores como entre líder y trabajador; otra consecuencia de ello es que la atención y el trato que el personal del comercial le brinda a los clientes no es del todo satisfactorio; ya que muchas veces los clientes tienen un proceder negativo, entonces los trabajadores reaccionan de una manera no adecuado siguiendo con el mismo proceder de los clientes, cuando eso no debería suceder ya que así pueden evitar conflictos entre trabajador ver sus cliente. Como lo menciona (Solano, 2015) que “es común encontrarse con empleados que no han sido capacitados en su totalidad sobre la atención al cliente; al momento de dirigirse ya se

a caja o a un lugar donde este una recepcionista de inmediato se puede percibir la calidad del servicio y la comunicación que el trabajador tiene con el cliente.

Trabajar la asertividad en la comunicación es una de las habilidades deseables para cualquier trabajador, sobre todo, en las áreas comerciales, donde la comunicación es el pilar fundamental de la tarea laboral. Así, una de las muchas ventajas de la comunicación asertiva en el trabajo y en los negocios es la creación de un clima propicio para la representación de ideas, opiniones y respeto que optimizará las relaciones dentro del contexto laboral.

Algunos de los productos que se encuentran dentro del comercial “Dos Hermanas” tienen falencias en sus envolturas tales como es: la harina, azúcar, deca, sal, galletas, frejoles y demás, son productos que se encuentran con huecos dando una mala impresión a la vista de los clientes. Según (Erika Almaguer, 2016) menciona que “el embalaje son todos los procedimientos que se utilizan para acondicionar un producto para poder almacenar, y por consiguiente transportar la mercadería de un lugar a otro hasta llegar a su destino.” Por eso esa problemática trae consigo resultados negativos ya que muchos consumidores crean expectativas muy bajas ante otros consumidores; por ese motivo algunos clientes deciden realizar sus compras en la Ciudad más cercana que es Babahoyo.

La secuencia de la compra según. (Fitzgerald, 2020) “Las compras son aquellas a través de la cual cada individuo, consiente o no, compra algo. Los consumidores experimentan la secuencia de la compra cuando compran y los vendedores siguen una variación de ese específico proceso para lograr que los compradores adquieran su producto.”

El Comercial no cuenta con trabajadores capacitados para cada puesto de trabajo que ocupa cada uno, muchos de ellos ni siquiera son mayores de edad o no cuentan con un título de bachiller, incluso contratan familiares que no tienen conocimiento con referencia al puesto o cargo que

ocupan. Como lo menciona (Rojas, 2018) “el reclutamiento es una actividad fundamental a la hora de seleccionar el personal que trabajar dentro de la organización cumpliendo estas dichas características tales como: tener los estudios, las capacitaciones o cursos obligatorios, la experiencia laboral, los certificados al día, y sean documentos que tengan validez.” El personal debe estar preparado para ocupar el puesto de trabajo dentro del comercial; el gerente encargado debe llevar el proceso de selección muy en serio ya que ellos serán los encargados de que la empresa obtenga más ventas e ingrese dinero.

En el comercial no existe ningún tipo de estrategia que motive al trabajador hacer un mejor trabajo cada día que labora en dicho comercial. El comercial atiende de lunes a domingo y en varias ocasiones se ha escuchado que los jefes se quejan del rendimiento de los trabajadores el fin de semana donde hay muchos más clientes que los demás días de la semana. Cuando hablamos de las bonificaciones según (Escuela de Negocios, 2017) “son un tipo de iniciativa que reciben los trabajadores para mejorar la calidad, eficiencia y eficacia de ellos para bienestar de la organización y desarrollo personal de los trabajadores, conseguir un mayor volumen en las ventas y ello aumente los ingresos de dinero.” Dentro del comercial existe un tipo de bono que se les da a ciertos trabajadores; pero están insatisfechos los que no reciben ya que no saben cuáles son los factores que el jefe toma en cuenta para dar la bonificación.

Incluso muchas personas del cantón Baba no conocen el nombre real del comercial; porque el mismo no cuenta con un letrero específico que lo identifique, tampoco cuenta con ningún tipo de red social donde promocióne sus productos o se dé a conocer el comercial. Esto le ayudaría para que el local comercial sea reconocido no solo dentro del Cantón sino también en sus alrededores.

Dentro del comercial los empleados son los encargados para que se desarrollen sus actividades, está comprobado que los empleados que están motivados son capaces de rendir mucho más porque se sienten mejor y felices en su puesto de trabajo, por tanto, las tareas las desempeñan con mayor eficacia. Ello hace que el ambiente del trabajador sea estable y oportuno.

La clave para que exista una buena relación de comunicación entre los directivos y sus colaboradores es que debe ser fluida y en doble vía, es decir, que no se trata de mensajes sin sentido con órdenes a cumplir sino que favorezcan espacios de diálogo abierto, que enriquezcan la toma de decisiones.

Existen autores tales como (Padovan, 2020) que define a la teoría en base a la motivación como “en este caso nos vamos a concentrar en la teoría de la equidad ya que esto presume que los empleados puedan comparar lo que con sus actividades aportan a los empleos en que se encuentran. Percibimos lo que obtenemos de un trabajo (resultados) en relación con lo que aportamos (insumos. Es común pensar que los trabajadores se comparan entre si y también en el aspecto del sueldo, sin embargo, la teoría plantea que lo importante es cuánto reciben por el tipo de trabajo que están realizando dentro de la organización.”

Es necesario comprender que dicha comunicación asertiva es de gran relevancia en el área servicio al cliente, y de manera general incluyendo las relaciones y comunicaciones que se perciban, debido a que crea sitios de confianza, permitiéndose ayudar a que el servicio se lo dé de forma adecuada, facilitando el correcto desarrollo de la comunicación, reduciendo la preocupación y permitiéndose tener más acercamiento al consumidor, sin importar el tipo de cliente que sea, se vale establecer un adecuado contacto, permitiéndose mantener una correcta apariencia corporal.

Logrando observar lo que otros registren, sin que lo manifiesten, es la esencia de la comunicación asertiva, ya que usualmente en la comunicación es más usual el uso del lenguaje no

verbal y por ende su capacidad de recibir se encuentra en lo más primordial como es el discernimiento de uno mismo y el autocontrol; quien no logra descubrir sus sentimientos puede verse fuera de contacto con los estados de ánimo de otros, cuando falta dicha sensibilidad, dichas personas quedan alejadas y se cae en una cierta ignorancia social, que lo lleva a interpretar mal los sentimientos de otras personas. Además según (Codina, 2018) “la comunicación asertiva muestra una sucesión de aptitudes, que se convierten en principios de la misma, las cuales son: Comprensión a los demás, percepción de los sentimientos ajenos, e interesarse de manera más activa por sus preocupaciones, estando atento al desarrollo emocional, permitiéndose escuchar, mostrando sensibilidad hacia los diversos puntos de vista de los demás y comprenderlos.”

Menciona que en el trabajo es necesario desarrollar las habilidades de asertividad para afrontar las situaciones que se presentan día a día y lograr los objetivos que se propongan de una forma satisfactoria y adaptada a la situación. La asertividad considera ayudar a los participantes en su autoafirmación como personas y líderes dentro de la organización, a reconocer sus derechos y comportamientos asertivos y aplicarlos acorde a la situación en que se encuentran.

Esta problemática tiene que ver con los precios en los productos ya que al momento de que el cliente realiza su compra ve en la percha el producto que desea y su precio, donde muchas veces los precios que están ubicados no pertenecen al producto que ocupa ese lugar por ejemplo si se compra una gelatina de preparar y tiene un valor de \$ 2,50 en la percha al momento de ir a caja a cancelar sale un valor de \$3,15 es una situación que resulta algo incómodo y molesto para el cliente ya que cogió el producto confiándose del precio que está ubicado en la percha.

En el comercial debe existir un mejor orden de los productos en las estanterías; ya que para ello el jefe debe delegar a ciertos empleados que se encarguen de cada momento estar ordenando

y verificando que haya existencia del producto en la percha, de que estén en excelente estado, que estén con sus respectivos precios y nombres correctos en las especificaciones.

En el Comercial Dos Hermanas solo existen dos cajeros los cuales no se abastecen para la cantidad de clientes que acuden al comercial hacer sus compras, al momento que el cliente ha seleccionado sus productos y se acerca a caja a cancelar sus compra le toca hacer una fila muchas veces esta toma de 20 a 30 minutos y esto resulta un poco fastidioso e incómodo para el cliente ya que se pierden mucho tiempo y el lugar es muy reducido. Hay clientes que solo van por 3 productos, pero al ver la fila que tienen que esperar deciden dejar los productos e irse.

Los sistemas de cobro que tienen implementados en el área de caja son obsoletos puesto que muchas veces no pueden saber a través de su computador que producto es que aún tienen en existencia en la bodega; porque no lo tienen en vínculo con el sistema de cómputo que tienen en la bodega.

Según (Jimenez, 2021) afirma que la responsabilidad laboral que deben tener los empleados dentro de la organización es un tema que genera gran responsabilidad ya que es una relación que se crea entre el empleado y la empresa en cuestión; provocando que los empleados se sientan comprometido al momento de trabajar.”

Marco Metodológico.

El presente estudio de caso fue desarrollado mediante la investigación descriptiva debido a que se realizó una extensa indagación sobre las problemáticas que se suscitaban dentro del comercial; para ellos se preparó la técnica de las encuestas la misma que recauda información cualitativa y cuantitativa de los empleados, a fin de obtener información, hacer un análisis acerca del ambiente laboral a consecuencia de no existir una comunicación asertiva entre los colaboradores.

Además; describir el hecho que si bien es cierto la encuesta es la técnica más empleada por su efectividad al momento de utilizar un cuestionario que facilita la amplia recolección de datos. Dicha información recolectada es de una muestra de 15 personas que vienen siendo los empleados del Comercial Dos Hermanas, para la elaboración de las encuestas se ha empleado un formulario de 8 preguntas objetivas con respuestas cortas para una mayor facilidad de responder. La técnica aplicada nos ayudara a obtener datos estadísticos para poder obtener la información deseada.

Resultados.

Luego de implementar la técnica de investigación para recolectar suficiente información, a través de las encuestas aplicadas a la muestra de 15 personas que son empleados del Comercial “Dos Hermanas” en este estudio de caso, se obtiene como resultado de las 8 preguntas, las que tuvieron una mayor relevancia fueron las siguientes: ¿Con qué frecuencia usted recibe capacitación dentro del Comercial Dos Hermanas? El 80% de los trabajadores respondieron que rara vez reciben capacitaciones por parte del gerente o dueño, debido a que no se implementa un buen plan de capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores de manera eficaz y eficiente.

Otra pregunta que tuvo mucho impacto fue: ¿Con qué frecuencia el Comercial Dos Hermanas brinda un servicio de calidad para los clientes? El 67% de los trabajadores respondieron que si les brindan un excelente servicio para que los clientes regresen; mientras que el 33% está consciente de que muchas veces no son amables al momento de atender a los clientes.

También se determinó en una pregunta: ¿Con qué frecuencia se otorgan algún tipo de incentivo por el desempeño laboral de los empleados? La respuesta de los trabajadores fue que el 67% es que rara vez les ofrecen un bono especial, el 20% de los empleados afirma que a veces reciben bonos por parte del dueño y por último 13% los que tienen mayor antigüedad en el trabajo afirman que siempre reciben incentivos por parte del dueño del comercial.

Por último: ¿Su jefe con qué frecuencia se preocupa por la seguridad y bienestar de sus empleados? Un 80% afirma que están seguros y el comercial se preocupa por el bienestar y seguridad de los empleados; ya que aumenta el rendimiento lo cual genera un clima laboral beneficioso y un 20% de los empleados aún no se sienten del todo seguros dentro de su trabajo.

Discusión De Resultados.

Según Zapata define que la comunicación dentro de una organización es una habilidad con la que deben contar tanto los empleadores como los empleados; el empleador para que pueda llegar a sus trabajadores y los mismos pueda desempeñarse bien en sus labores empresariales. Según Codina también indican que el asertividad no es más que otra habilidad con la que debe contar un líder empresarial ya que ello lo llevará a desempeñar un cargo mucho mejor dentro de la organización; Estoy de acuerdo con los autores citados en líneas anteriores, pues la falta de comunicación genera malos entendidos, discusiones, y conflictos dentro de las empresas, afectando notablemente las relaciones interpersonales, y así lo expresaron los encuestados.

La falta de incentivos afecta la motivación laboral ya que el gerente no toma decisiones acertadas con respecto a quienes serán los beneficiados de recibir cierta cantidad de dinero como especie de bono, porque muchas veces lo reciben personas que no se desempeñan del todo bien dentro del comercial; aspecto que fue ratificado al momento de las encuestas.

Es importante que el jefe o gerente mantenga un tipo de seguridad y bienestar en los empleados ya que eso genera un excelente desempeño del trabajador; por lo que se siente alagado porque lo cuidan y eso hace que el realice sus actividades de manera más eficaz y eficiente. El rol que debe desempeñar el jefe dentro del comercial es importante para que la empresa tenga un excelente funcionamiento ya que son los empleados los que mantienen a la empresa activa.

Conclusiones.

El ambiente laboral dentro del comercial hace que los clientes tengan una buena referencia acerca del local comercial.

La comunicación asertiva es la base fundamental en las relaciones empresariales para crear un ambiente laboral agradable.

La comunicación es importante por lo que se requiere en esta empresa la implementación de políticas comunicativas, para mejorar el desempeño en las áreas de trabajo.

El liderazgo que debe asumir el gerente es primordial para el desarrollo del compromiso de los empleados para que desarrollen con eficiencia sus actividades.

Recomendaciones.

Se sugiere la implementación de nuevas políticas y normas de comunicación dentro del comercial.

Se recomienda llevar a cabo un buen manejo de plan de capacitación para brindarles a los trabajadores; no solamente a ellos sino también al gerente como tal.

Brindar información veraz sobre los conceptos de comunicación empresarial a los empleados del comercial por parte del líder.

Referencias.

Bibliografía

- Codina, A. (2018). *Empatía y comunicación*.
- Editorial Etece. (2021). *Enciclopedia de Negocio Conceptos*. Obtenido de <https://concepto.de/organizacion-administrativa/>
- Erika Almaguer. (2016).
- Escuela de Negocios. (2017). *Las Bonificaciones*.
- Fitzgerald, D. (2020). *la secuencia de la compra*.
- Garcia, E. (2013). *Gestion de Documentos de la Organizacion*. Barcelona: Editorial UOC.
- Guimera, A. (Octubre de 2019). *Marketing Esencial*. Obtenido de <https://www.marketing-esencial.com/2019/10/30/el-abuelo-del-marketing/>
- Hernandez, R. (2014). *La comunicación asertiva, un camino seguro hacia el éxito organizacional*.
- Higuera, V. (2021). *LaVoz*. Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/qu-ocurre-cuando-en-una-organizacin-falta-personal-por-un-periodo-prolongado-de-tiempo-11646.html>
- Jimenez, G. (Marzo de 2021). *Update*. Obtenido de <https://willistowerswatsonupdate.es/beneficios-sociales-y-bienestar/falta-compromiso-empleados-causas/>
- nieto, b. g. (2018). *fundamento de la publicidad* .
- Padovan, I. (2020). *Teoria de la Motica y Sus Practicas*. Mendoza.
- Polochic. (2017). *Organizacion y Admiistracion 1*. Guatemala: Talleres Graficos IGER.
- Rojas, M. (2018). *Recluamiento y Seleccion del Personla*. Colombia.
- Salorama. (2019). *Habilidades de Comunicacion para Directivos*.
- Solano, E. (2015). *Cuanta Razon tiene le cliente*.
- Zapata, C. (2019). *La Comunicacion en el lugar del trabajo*.

Anexo 1

Encuesta aplicada a los empleados del comercial dos hermanas.

Objetivo: Identificar los criterios de los empleados respecto al Comercial Dos Hermanas

Responder las siguientes preguntas:

1. ¿Cuánto tiempo tiene trabajando en el Comercial Dos Hermanas?

De 6 meses a 1 año

De 1 año a 3 años

De 3 años en adelante

2. ¿Con que frecuencia usted recibe capacitación dentro del Comercial Dos Hermanas?

Siempre

Frecuentemente

A veces

Rara vez

Nunca

3. ¿Qué recomienda para que los clientes vuelvan a comprar en el comercial?

Promociones

Descuento

Producto en stock

Buen trato

4. ¿Con que frecuencia el Comercial Dos Hermanas brinda un servicio de calidad para los clientes?
 - Siempre
 - Frecuentemente
 - A veces
 - Rara vez
 - Nunca

5. ¿Con que frecuencia realiza sus compras en el Comercial Dos Hermanas?
 - Siempre
 - Frecuentemente
 - A veces
 - Rara vez
 - Nunca

6. ¿Con qué frecuencia se otorgan algún tipo de incentivo por el desempeño laboral de los empleados?
 - Siempre
 - Frecuentemente
 - A veces
 - Rara vez
 - Nunca

7. ¿Cómo usted considera su desempeño de trabajo en el Comercial?
 - Bueno
 - Regular
 - Muy bueno
 - Malo
 - Satisfactorio

8. ¿Su jefe con qué frecuencia se preocupa por la seguridad y bienestar de sus empleados?

Siempre

Frecuentemente

A veces

Rara vez

Nunca

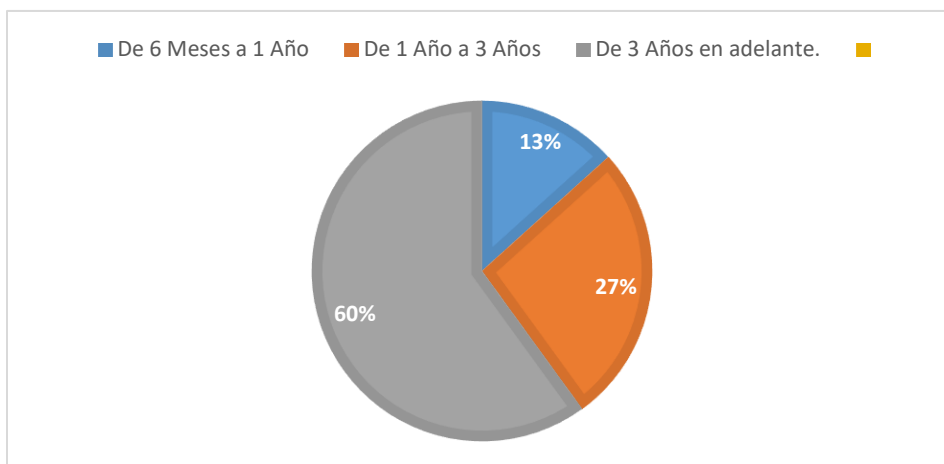
Anexos 2

Encuesta aplicada a los empleados del Comercial “Dos Hermanas”

Objetivo: Identificar los criterios de los empleados respecto al Comercial Dos Hermanas.

9. ¿Cuánto tiempo tiene trabajando en el Comercial Dos Hermanas?

Respuesta	Empleados	Porcentaje
De 6 Meses a 1 Año	2	13%
De 1 Año a 3 Años	4	27%
De 3 Años en adelante.	9	60%
Total	15	100%

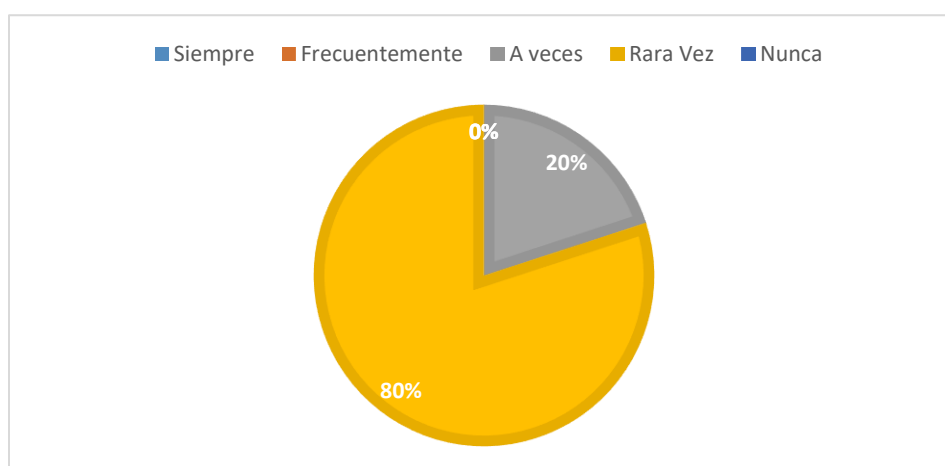


Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Comercial.

Elaborado por: Izamar Franco.

10. ¿Con que frecuencia usted recibe capacitación dentro del Comercial Dos Hermanas?

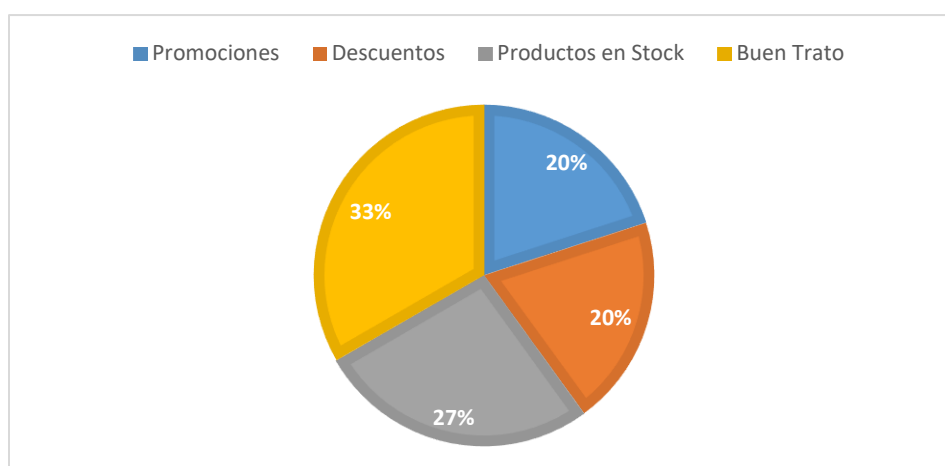
Respuesta	Empleados	Porcentaje
Siempre	0	0%
Frecuentemente	0	0%
A veces	3	20%
Rara Vez	12	80%
Nunca	0	0%
Total	15	100%



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Comercial.
Elaborado por: Izamar Franco.

11. ¿Qué recomienda para que los clientes vuelvan a comprar en el comercial?

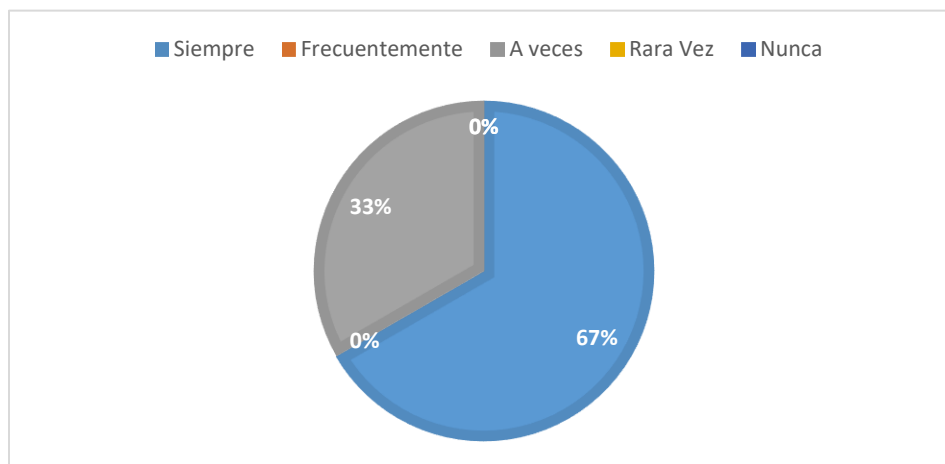
Respuesta	Empleados	Porcentaje
Promociones	3	20%
Descuentos	3	20%
Productos en Stock	4	27%
Buen Trato	5	33%
Total	15	100%



*Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Comercial.
Elaborado por: Izamar Franco.*

12. ¿Con que frecuencia el Comercial Dos Hermanas brinda un servicio de calidad para los clientes?

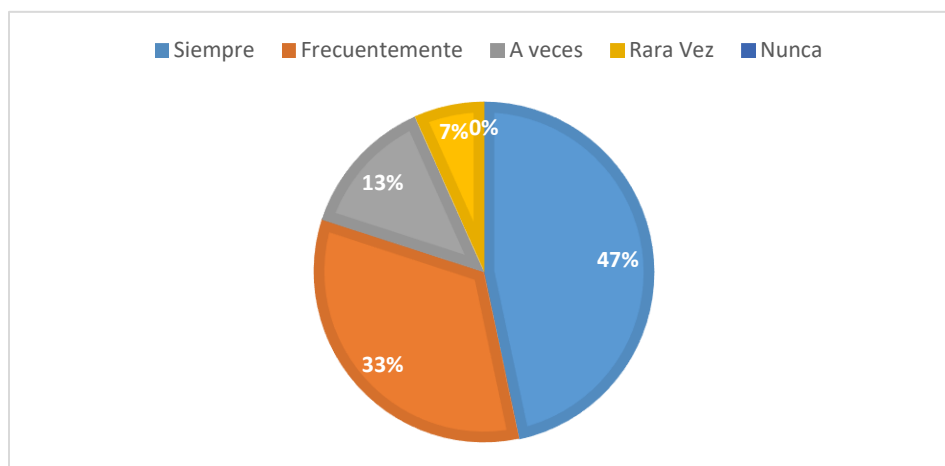
Respuesta	Empleados	Porcentaje
Siempre	10	67%
Frecuentemente	0	0%
A veces	5	33%
Rara Vez	0	0%
Nunca	0	0%
Total	15	100%



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Comercial.
Elaborado por: Izamar Franco.

13. ¿Con que frecuencia realiza sus compran en el Comercial Dos Hermanas?

Respuesta	Empleados	Porcentaje
Siempre	7	47%
Frecuentemente	5	33%
A veces	2	13%
Rara Vez	1	7%
Nunca	0	0%
Total	15	100%

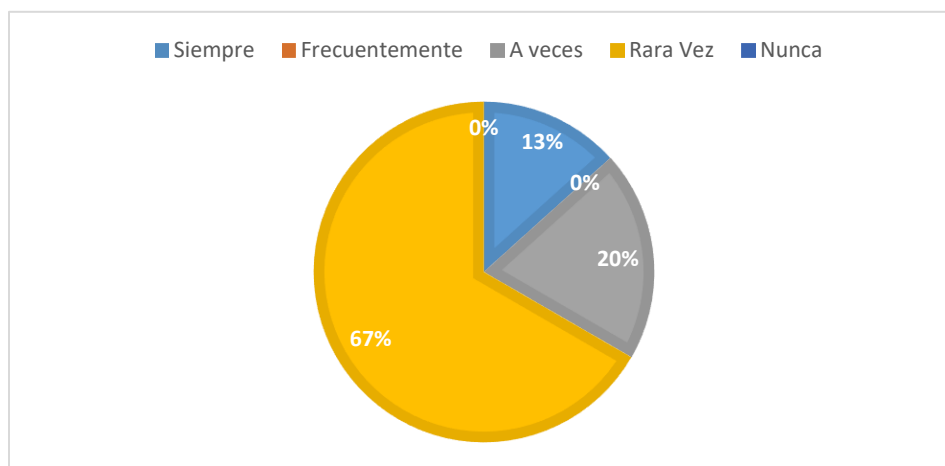


Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Comercial.

Elaborado por: Izamar Franco.

14. ¿Con qué frecuencia se otorgan algún tipo de incentivo por el desempeño laboral de los empleados?

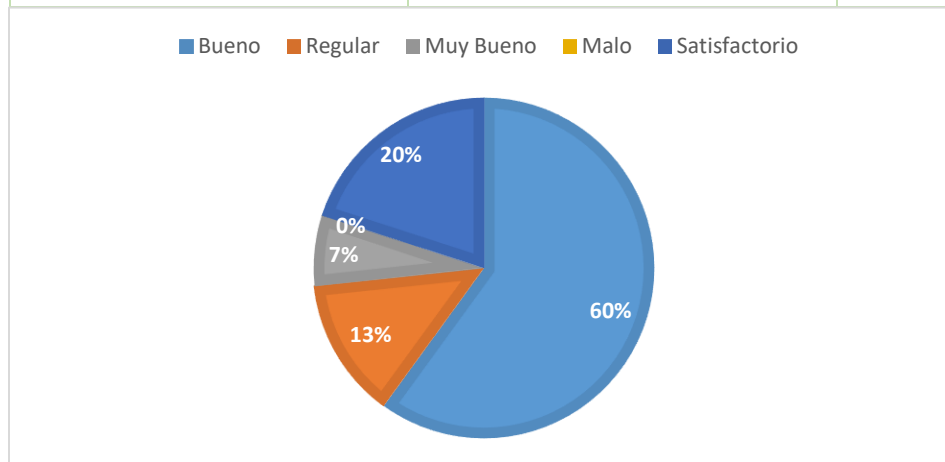
Respuesta	Empleados	Porcentaje
Siempre	2	13%
Frecuentemente	0	0%
A veces	3	20%
Rara Vez	10	67%
Nunca	0	0%
Total	15	100%



Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Comercial.
Elaborado por: Izamar Franco.

15. ¿Cómo usted considera su desempeño de trabajo en el Comercial?

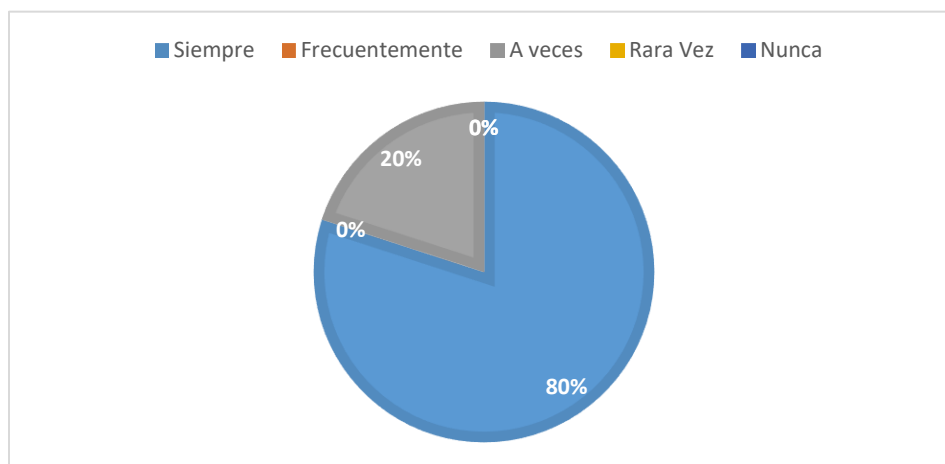
Respuesta	Empleados	Porcentaje
Bueno	9	60%
Regular	2	13%
Muy Bueno	1	7%
Malo	0	0%
Satisfactorio	3	20%
Total	15	100%



*Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Comercial.
Elaborado por: Izamar Franco.*

16. ¿Su jefe con qué frecuencia se preocupa por la seguridad y bienestar de sus empleados?

Respuesta	Empleados	Porcentaje
Siempre	12	80%
Frecuentemente	0	0%
A veces	3	20%
Rara Vez	0	0%
Nunca	0	0%
Total	15	100%



*Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores del Comercial
Elaborado por: Izamar Franco*

Anexo 3


**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**


NUMERO RUC: 1203565179001
APELLIDOS Y NOMBRES: ALAVA CORDOVA ENEIDA DEL PILAR

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001	ESTADO: ABIERTO	MATRIZ:	FEC. INICIO ACT.: 16/09/2008
NOMBRE COMERCIAL:			FEC. CIERRE: 31/12/2017
			FEC. REINICIO: 03/09/2019

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

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 BEBIDAS ALCOHÓLICAS (NO DESTINADAS AL CONSUMO EN EL LUGAR DE VENTA) EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: LOS RIOS Cantón: BABA Parroquia: BABA Ciudad: a: COOPERATIVA ARENILLAS Barrio: SÉCTOR LOS MANGOS
 Número: S/N Referencia: A UN KILOMETRO DE LA ESCUELA FISCAL CARLOS MARX Celular: 0969296389 Email: alavaeneida44@gmail.com Email principal: alavaeneida44@gmail.com

Enaida Marx C

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

Enaida Marx C

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 deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: MJLR230518 **Lugar de emisión:** BABAHOYO/AV. ENRIQUE **Fecha y hora:** 03/09/2019 11:02:43

Anexo 4

Babahoyo, 26 de Febrero del 2022

Sr(a)
Eneida Del Pilar Alva Córdova
Propietaria, Comercial Dos Hermanas
En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: FRANCO PEÑAFIEL IZAMAR TATIANA, con cédula de identidad 120829820-6, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Comercio, matriculada 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 COMUNICACIÓN ASERTIVA DENTRO DEL COMERCIAL DOS HERMANAS DEL CANTON BABA el cual es requisito indispensable para poder titularme.

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

Muy atentamente

Izamar Franco
Izamar Tatiana Franco Peñafiel
120829820-6

AUTORIZADO
alavapilaris@gmail.com
0969296389
Eneida Alva C.

Anexo 5

Curiginal

Document Information

Analyzed document	FRANCO PEÑAFIEL IZAMAR.docx (D131228227)
Submitted	2022-03-22T23:18:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	ifranco206@fafi.utb.edu.ec
Similarity	0%
Analysis address	fmoales.utb@analysis.orkund.com

Sources included in the report
