UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

GESTIÒN DEL TALENTO HUMANO PARA LA EMPRESA "ORVE HOGAR" DEL CANTÓN QUEVEDO DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE, AÑO 2013.

AUTOR:

MARIUXI EULALIA NÚÑEZ RIVERA

DIRECTORA:

DRA. MARTHA ARBOLEDA BRIONES M.Sc

QUEVEDO - ECUADOR

2013

CERTFICACIÓN

El suscrito, Dra. Martha Arboleda Briones**,** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Egresada Núñez Rivera Mariuxi Eulalia, realizó la tesis de grado previo a la obtención de título de Ingeniera en Gestión Empresarial de grado titulada **"GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO PARA LA EMPRESA "ORVE HOGAR" DEL CANTÓN QUEVEDO DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE, AÑO 2013.** bajo mi dirección, habiendo cumplido con la disposición reglamentaria establecida para el efecto.

_____

Dra. Martha Arboleda Briones M.Sc.

DIRECTORA DE TESÍS

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Trabajo presentado al Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Empresariales como requisito previo a la obtención del título de**:**

Ingeniera en Gestión Empresarial

APROBADO POR:

Dra. Fresia Rizo Zamora M.Sc. …….
Presidenta del Tribunal

Ing. Enrique Intriago Zamora M.Sc. ……..
Miembro del Tribunal

Ing. Paola Cedeño Fuentes M.Sc. ……..
Miembro del Tribunal

Quevedo – Los Ríos -Ecuador
2013

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Núñez Rivera Mariuxi Eulalia, declaro ser la autora exclusiva de la Tesis, es original, autentica y personal.

Todos los efectos académicos y legales que se desprenden del presente Proyecto de Investigación son de mi exclusiva responsabilidad.

……..
Núñez Rivera Mariuxi Eulalia
C.I. 120450064-7

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño. A ti DIOS que me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa.

Con mucho cariño principalmente a mis padres que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento. Gracias por todo papá y mamá por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí, aunque hemos pasado momentos Difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor, por todo esto les agradezco de todo corazón el que estén conmigo a mi lado.

Los quiero con todo mi corazón y este trabajo que me llevó tiempo hacerlo es para ustedes, por ser la más chica de sus hijas aquí está lo que ustedes me brindaron, solamente les estoy devolviendo lo que ustedes me dieron en un principio.

AGRADECIMIENTO

Expreso mis más sinceros agradecimientos a todas las personas que me brindaron su apoyo incondicional para la realización del presente proyecto de tesis, a los docentes de la institución por compartir sus conocimientos y experiencias, anécdotas y de manera especial a mi familia soporte de todas mis actividades y al Gerente General de la empresa “Orve Hogar” por facilitar la información requerida para la realización de la presente tesis de Grado.

A Dios sobre todas la cosas por darme la oportunidad de iniciar estos estudios y la fortaleza para concluirlos.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación para la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial tiene como principal objetivo Evaluar la Gestión de talento humano de la empresa “Orve Hogar” y su incidencia en la atención al cliente del cantón Quevedo, año 2013.

Se empezó haciendo un diagnóstico del problema, y los efectos que se originan en el proceso actual. Esto lleva a la búsqueda de una solución, para lo cual, se propuso la necesidad de contar con un proceso de evaluación del desempeño, que determine las actividades a desarrollarse en el área de Talento Humano, enfocadas al cumplimiento de los objetivos estratégicos.

La administración ayudó a conseguir las metas, asegurándose que todo funcione, logrando la satisfacción de los clientes, reflejada en el desempeño de los empleados.

Para este proyecto se tomó la habilidad de analizar la gestión del talento humano y la atención al cliente, buscando que el personal desarrolle habilidades de comunicación y pueda resolver los problemas laborables que se presenta en el día a día.

Se propuso que el personal de la empresa se adapte a cambios de manera eficiente y eficaz, movilizando los valores centrales y el compromiso del personal, haciendo fuerte la comunicación entre los clientes, induciendo a alcanzar los objetivos.

EXECUTIVE SUMMARY

The present research project to obtain the degree of Engineer in Management's main objective Evaluate Talent management company "Orve Home" and its impact on customer Quevedo Canton, 2013.

It started making a diagnosis of the problem, and the effects that originate in the current process. This leads to the search for a solution, for which, it was suggested the need for a process of performance evaluation, to determine the activities to be developed in the area of Human Resource, focused on meeting the strategic objectives.

The administration helped achieve goals, making sure that everything works, achieving customer satisfaction, reflected in the performance of employees.

For this project the ability to analyze the talent management and customer service seeking staff to develop communication skills and working to solve the problems presented in the daily was taken.

It was proposed that the company personnel suits changes efficiently and effectively mobilizing core values and commitment of staff, making strong communication with customers, leading to the objectives.

(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN			
1.	Título/ Title	M	Gestión del Talento Humano para la empresa " ORVE HOGAR" y su incidencia en la atención al cliente del cantón Quevedo, año 2013
2.	Creador/ Creator	M	Núñez Rivera Mariuxi Eulalia Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3.	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales: Gestión Empresariales, Gestión del Talento Humano para la empresa " ORVE HOGAR" y su incidencia en la atención al cliente del cantón Quevedo, año 2013
4.	Descripción/ Description	M	El presente proyecto de investigación se ejecuto en el cantón Quevedo, provincia Los Ríos, el objetivo es evaluar la gestión de talento humano de la empresa "Orve Hogar" y su incidencia en la atención al cliente del cantón Quevedo, año 2013
5.	Editor/Publisher	M	FCE; Carrera Gestión Empresarial
6.	Colaborador /Contributor	O	Ninguno
7.	Fecha/Date	M	18 de Diciembre del 2013
8.	Tipo/Type	M	Proyecto de Investigación; La Gestión de talento humano. Consta de habilidades y destrezas que las personas adquieren en el transcurso de su vida, a través de estudios formales como las escuelas o por conocimientos informales, que da la experiencia.
9.	Formato/Format	R	Doc. Windows 7 ultimate; Microsoft Word 2012
10.	Identificador /Identifier	M	http//biblioteca.uteq.edu.ec
12.	Lenguaje/Languaje	M	Español

13.	Relación/Relation	O	Ninguno
14.	Cobertura/Coverage	O	Gestión de talento humano de la empresa “Orve Hogar” y su incidencia en la atención al cliente del cantón Quevedo, año 2013
15.	Derechos/Rights	M	Ninguno
16.	Audiencia/Audience	O	Proyecto de Investigación

INDICE GENERAL

CONTENIDO	**Pág**.
PORTADA	i
ACEPTACIÓN DE LA TUTORA	ii
TRIBUNAL DE TESIS	iii
DECLARACIÓN DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUCIÓN	vii
ABSTRACT	viii
DUBLING CORE	ix
INDICE GENERAL	xi
INDICE DE CUADROS	xiv
INDICE DE GRAFICOS	xvi
CAPITULO I MARCO CONCEPTUAL	1
1.1. Introducción	2
1.2. Problematización	4
1.2. Formulación del Problema	4
1.2.3. Sistematización del Problema	4
1.3. Justificación	6
1.4. Objetivos	8
1.4.1. Objetivo General	8
1.4.2. Objetivos Específicos	8
1.5. Hipótesis	9
1.5.1. Hipótesis Específica	9
CAPITULO II MARCO TEORICO	10
2.1. Fundamentación Teórica	11
2.1.1.Gestión del talento humano	11
2.1.2 Objetivos de la Gestión del Talento Humano	11
2.1.3 Administración del Talento Humano	13
2.1.4 Importancia de la Administración del Talento Humano	14
2.1.5. Matriz Foda	15
2.1.6. Nuevos Desafíos de la Gestión del Talento Humano	16
2.1.6.1. Gestión por Competencia	16
2.1.7. Importancia del Desarrollo del Capital Humano	16
2.1.8 Importancia de la Administración	17
2.1.9. La Administración en una Entorno Global	17
2.1.9.1 Responsabilidad Social y Ética Administrativa	17
2.1.9.2. El Proceso de la Planeación	18
2.1.9.3 ¿Qué es un Cliente?	19
2.1.9.4. ¿Porque se Pierden los Clientes?	20
2.1.9.5. Tipos de Clientes	20

2.1.9.6. Definición de Clientes Internos y Externos 21
2.1.9.7. El Cliente Marketing 22
2.1.9.8. Características 22
2.1.9.9. Atención al Cliente 22
2.1.9.10. Importancia del Servicio al Cliente 23
2.1.9.11. Característica del Servicio al Cliente 23
2.2. Fundamentación Conceptual 24
2.2.1. Gestión 24
2.2.2. Cliente 26
2.3. Fundamentación Legal 29
CAPITULO III METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN 37
3.1. Métodos y Técnicas Utilizadas 38
3.2. Localización y duración 38
3.3. Modalidad de Investigación 38
3.4. Tipo de Investigación 39
3.4.1. Bibliografía 39
3.4.2. De Campo 39
3.5. Métodos de Investigación 39
3.5.1 Método Analítico 39
3.5.2 Método Deductivo 39
3.5.3. Método Inductivo 40
3.6. Fuentes 40
3.6.1. Fuentes Primarias 40
3.6.2. Fuentes Secundarias 40
3.7. Técnicas e instrumentos de Investigación 41
3.7.1. Observación Directa 41
3.7.2. Encuestas 41
3.7.3. Entrevistas 41
3.7.4. Recolección de la Información Empírica 42
3.7.5. Descripción de la Información 42
3.8. Análisis e Interpretación de los Resultados 42
3.9. Población y Muestra 43
CAPITULO VI RESULTADOS Y DISCUSIÓN 44
4.1. Resultados 45
4.1.1Encuesta a Cliente 45
4.1.2. Encuesta a Empleados 56
4.1.3. Entrevista al Gerente de la Empresa 76
4.1.4. Análisis de la Entrevista 79
4.2. Comprobación o disprobación 81
CAPITULO V CONCLUSIONES 82
5.1. Conclusiones 83
5.2. Recomendaciones 84

CAPITULO VI LITERATURA CITADA 85
6.1. Bibliografía 86
7.1. Linkografía 88
ANEXOS 89
Anexo 1 90
Anexo 2 92
Anexo 3 93
Anexo 4 98
Anexo 5 99

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1
Componentes del Capital Humano 13
CUADRO 2
Matriz Foda 15
CUADRO 3
Diferencias entre Clientes Internos y Externos 21
CUADRO 4
Calidad en el Servicio al Cliente 46
CUADRO 5
Precios de los productos que ofrece la empresa 47
CUADRO 6
Empleados Amables 48
CUADRO 7
Aspectos que sobresalen en el Empresa 49
CUADRO 8
Asesoría Técnica adecuada para realizar una buena compra 50
CUADRO 9
Reclamo por mal Servicio en la comprar 51
CUADRO 10
Capacitación a los empleados 52
CUADRO 11
Promociones que ofrezca la empresa a los Clientes 53
CUADRO 12
Medios accesibles para conocer los productos de electrométricos 54
CUADRO 13
Promedios de Compras en el último año 55
CUADRO 14
Como se siente en la Empresa 56
CUADRO 15
El Trabajo en su área está organizado 57
CUADRO 16
Funciones y Responsabilidades 58
CUADRO 17
Las cargar de trabajo están bien repartidas 59
CUADRO 18
Desarrollo de Habilidades 60

CUADRO 19
Recibe Información de cómo desempeñar el trabajo 61
CUADRO 20
Conocimiento y dominio de sus actividades 62
CUADRO 21
El responsable soluciona los problemas 63
CUADRO 22
Relación con los Compañeros 64
CUADRO 23
Colaboración para sacar adelante un trabajo 65
CUADRO 24
Se siente parte de un equipo de trabajo 66
CUADRO 25
Expresa sus opiniones en su grupo de trabajo 67
CUADRO 26
Trato adecuado por parte del jefe 68
CUADRO 27
La comunicación interna dentro de su área funciona correctamente 69
CUADRO 28
Comunicación con el jefe y subalternos 70
CUADRO 29
Desarrollar correctamente el trabajo 71
CUADRO 30
Es buena la comunicación entre el personal y usuario 72
CUADRO 31
Las condiciones de trabajo de su área son seguras 73
CUADRO 32
Las herramientas informáticas están adaptadas a su trabajo 74
CUADRO 33
La empresa para usted es gratificante 75

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 1
Calidad en el Servicio al Cliente 46
GRAFICO 2
Precios de los productos que ofrece la empresa 47
GRAFICO 3
Empleados Amables 48
GRAFICO 4
Aspectos que sobresalen en la Empresa 49
GRAFICO 5
Asesoría técnica adecuada para realizar una buena compra 50
GRAFICO 6
Reclamo por el mal servicio en la compra de Electrodomésticos 51
GRAFICO 7
Capacitación a los empleados 52
GRAFICO 8
Promociones que ofrezca la empresa a los clientes 53
GRAFICO 9
Medios accesibles para conocer los productos de Electrodomésticos 54
GRAFICO 10
Promedios de compras en el último año 55
GRAFICO 11
Como se siente en la Empresa 56
GRAFICO 12
El trabajo en su área está bien organizado 57
GRAFICO 13
Funciones y responsabilidades están definidas 58
GRAFICO 14
Las Cargas de trabajo están bien repartidas 59
GRAFICO 15
En su puesto de trabajo puede desarrollar al máximo sus habilidades 60
GRAFICO 16
Recibe información de cómo desempeñar su trabajo 61
GRAFICO 17
El responsable de su área demuestra conocimiento 62
GRAFICO 18
El responsable soluciona los problemas de una manera eficaz 63
GRAFICO 19
Como califica la relación con los compañeros de trabajo 64

GRAFICO 20
Es habitual la colaboración para sacar adelante un trabajo 65
GRAFICO 21
Se siente parte de un equipo de trabajo 66
GRAFICO 22
Le resulta fácil expresar sus opiniones en su grupo de trabajo 67
GRAFICO 23
Trato adecuado por parte del jefe 68
GRAFICO 24
La comunicación interna dentro de su área funciona correctamente 69
GRAFICO 25
Le resulta fácil la comunicación con el jefe los subalternos 70
GRAFICO 26
Recibe información necesaria para desarrollar el trabajo 71
GRAFICO 27
La comunicación entre el personal de su área y los usuarios es buena 72
GRAFICO 28
Las condiciones de trabajo de su área son seguras 73
GRAFICO 29
Las herramientas informáticas que utiliza están adaptadas a su trabajo 74
GRAFICO 30
El nombre de la empresa y su prestigio sin gratificante para usted 75

CAPITULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1. 1.INTRODUCCIÓN

La compañía se constituye en 1965 con el nombre de Industria Constructora Electrónica S.A ICESA S.A. En el inicio se dedica al ensamblaje de artefactos electrónicos: equipos de sonido y televisores. Su desarrollo industrial le llevo a convertirse en la primera ensambladora de aparatos de audio y video del Ecuador (se ensamblaron las marcas ICESA, DINON, PHILIPS Y SINGER).

El 14 de febrero de 1995: se celebra la fusión por absorción de las compañías Orve Cía Ltda e Industria Constructora Electrónica S.A. cambiando su denominación por ICESA - ORVE S.A., con ello nace la cadena de electrodomésticos Orve Hogar.

El 23 de Enero de 1996 Icesa – Orve S.A. pasa a formar parte de la cadena de electrodomésticos más grande de América con 151 tiendas ubicadas en Centro América, Perú, Argentina, Venezuela y, a partir de esa fecha, en Ecuador.

Para el año 2005 ICESA - ORVE S.A. pasa a formar parte de la cadena comercializadora de electrodomésticos más importante del mercado ecuatoriano, naciendo así ICESA S.A.

En la actualidad Orve Hogar cuenta con 40 tiendas, las mismas que están ubicadas en las principales ciudades del Ecuador.

Las empresas se enfrentan a una competencia cada día más dura, los métodos para diferenciar los productos depende de la imaginación de los responsables del Marketing, entre estos métodos cabe descartar la mejora, la innovación, la campaña publicitaria o una competencia esencial en precios.

Actualmente la oferta de electrodomésticos y artículos para el hogar, han tomado un rol importante en nuestra sociedad, debido al desarrollo de nuevos avances tecnológicos y descubrimientos significativos de beneficios y

satisfacción tanto personal como práctico. Quevedo es una cuidad próspera lo que ha permitido contar con un gran número de almacenes de electrodomésticos.

Obviamente un punto que no se debe olvidar, es la necesidad de evaluar la calidad del servicio de atención al cliente, mediante la medición de sus componentes, como lo son la confiabilidad, respuesta, seguridad, empatía y su aspecto tangible.

1.2. PROBLEMATIZACIÓN

1.2.1. Diagnostico

Quevedo, se encuentra envuelto en un ambiente competitivo, debido al incremento de la oferta de productos. La comercialización de electrodomésticos es una de las actividades con mayor competencia en la ciudad. Existen grandes, medianas y pequeñas empresas como: Comandato, Marcimex, Almacenes España, Karinita, Mario Donoso Barriga, Electroéxito, Electrohogar, Artefacta entre otros.

La falta de controles eficientes de recurso humano pueden llevar a una empresa al fracaso, ya que, para que esta sea efectiva y operativa necesita desarrollar controles eficientes en sus actividades diarias, tomando en cuenta que el personal es una parte elemental dentro de las empresas, el cual debe de estar bien preparado y capacitado para hacer un buen uso de los recursos con lo que cuenta la empresa.

1.2.2. Formulación del Problema.

¿Permitirá la Gestión de Talento Humano, el mejoramiento de la atención al cliente en la empresa “Orve Hogar”, identificando sus debilidades para optimizar su competitividad, a partir del año 2013?.

1.2.3. Sistematización del Problema.

¿El Técnica de Gestión de Talento Humano será el adecuado para mejorar el nivel de desempeño laboral en la empresa “Orve Hogar” en la ciudad de Quevedo?.

¿La motivación en el personal de la empresa mejorará su competitividad obteniendo la rentabilidad necesaria en el año 2013?

¿Los empleados de la empresa “Orve Hogar” reciben capacitación continua sobre atención al cliente?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación pretende enriquecer los espacios académicos del investigador y servir como elemento de estudio y consulta para los posteriores trabajos investigativos del mismo carácter. Además este trabajo busca mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos en el desarrollo empresarial, encontrar explicaciones innatas que enriquezcan el contenido para lograr que este documento se convierta en un aporte firme.

El perfeccionamiento del mundo de los negocios, el aumento de la tecnología, la electrónica que se da diariamente a nivel industrial y empresarial, la globalización, tanto en los aspecto de gestión, productivos y de control en las diversas actividades económicas hacen necesarias la constante capacitación en el área de dirección empresarial.

La permanente aparición de nuevos productos y el desarrollo del mercado, nos lleva a la necesidad de constante evolución para poder reaccionar de una manera rápida y eficaz, con la finalidad de no ser apartados de los mercados por la competencia o por la falta de variedad de productos.

Esta investigación busca, las siguientes teorías, estrategias a través de conceptos fundamentales como: Evaluación de desempeño, Capacitación laboral, Análisis y diseño de puesto, Administración de Recurso Humano, encontrando así explicaciones a problemas internos como, (falla en el diseño de puestos, falta de capacitación al personal y de evaluaciones de desempeño etc.) que afecta de una manera directa al desarrollo profesional y a la productividad de la empresa.

Contribuyendo con la sociedad al tener personas con una mejor preparación y conocimientos de los productos, para ser así mejor atendidos y adquirir productos que satisfagan la necesidad; generando mayores ingresos para la empresa impulsando el crecimiento económico de la misma y del talento humano que lo compone; obteniendo satisfacción de lo que se quiere realizar y hacia donde se quiere llegar.

Lo que hace la diferencia entre una empresa y otra es el servicio que se brinda a los clientes, en la actualidad las empresas deben aplicar técnicas de administración moderna para incrementar su competitividad, puesto que es necesario dirigir y coordinar adecuadamente el recurso humano con el que se dispone, renovando su desempeño laboral para lograr mejores resultados en las actividades que se llevan a cabo.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General.

Evaluar la Gestión del Talento Humano de la empresa “Orve Hogar” y su incidencia en la atención al cliente en el cantón Quevedo, 2013.

1.4.2. Objetivos Específicos.

- ✓ Determinar los motivos de la deficiencia en la atención al cliente de la empresa “Orve Hogar” de la ciudad de Quevedo.

- ✓ Establecer la motivación necesaria para el personal que contribuya a mejorar la competitividad y rentabilidad de la empresa “Orve Hogar” en el año 2013.

- ✓ Analizar el tipo de capacitación del personal sobre atención al cliente de la ciudad de Quevedo, año 2013.

1.5. HIPÓTESIS

El análisis de la Gestión del Talento Humano de la empresa “Orve Hogar” en la ciudad de Quevedo, optimizará la atención al cliente generando la satisfacción del mismo.

1.5.1. Especificas

- ✓ El mejoramiento de la gestión de talento humano ayudará a incrementar la rentabilidad en la empresa “Orve Hogar” en la ciudad de Quevedo, año 2013.

- ✓ La capacitación del recurso humano mejorará la productividad del personal en la empresa “Orve Hogar” en la ciudad de Quevedo, año 2013.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. Gestión de Talento humano.

Según el libro de Administración de personal y recurso humano **(WENTHER Y DAVIS, 2008)** El talento humano consta de habilidades y destrezas que las personas adquieren en el transcurso de su vida, a través de estudios formales como las escuelas o por conocimientos informales, que da la experiencia; es un factor económico primario y es el mayor tesoro que tiene las organizaciones. El valor del talento o capital humano de la organización determina el grado de éxito de ésta.

2.1.2. Objetivos de la gestión del talento humano.

- ✓ Crear, mantener y desarrollar un grupo de personas con habilidad y motivación para lograr los objetivos de la organización.[1]

- ✓ Desarrollar condiciones organizacionales de aplicación, ejecución satisfacción plena de talento humano y alcance de objetivos individuales.

- ✓ Responder ética y socialmente a los desafíos que presenta la sociedad en general y reducir al máximo las tensiones o demandas negativas que se puedan ejercer sobre la organización.

[1] (MARTHA, GUIA DIDACTICA Y MODULO, 2008)

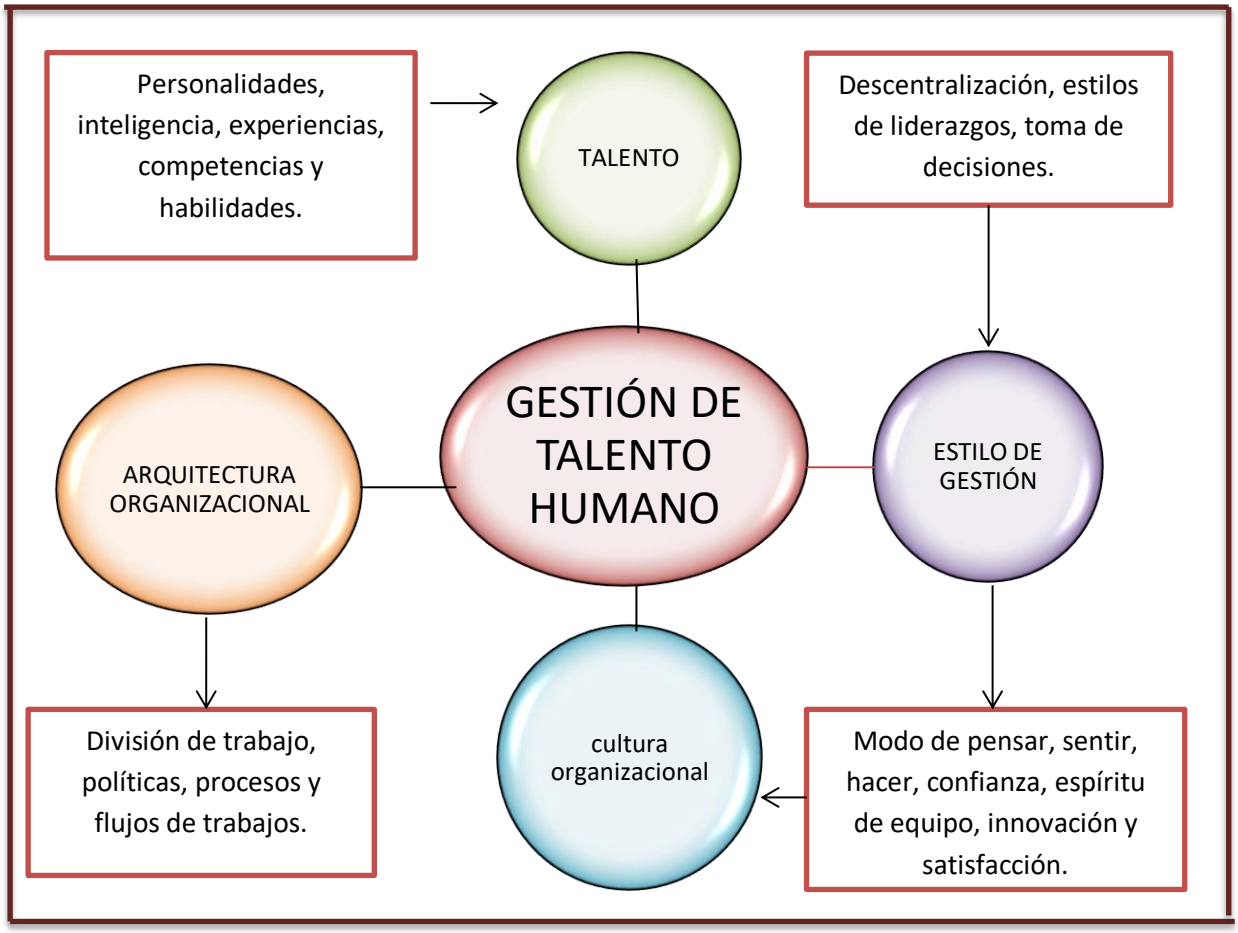
Las compañías que han puesto la gestión del talento en práctica lo han hecho para solucionar el problema de la retención de empleado. El tema es que muchas organizaciones hoy en día, hacen un enorme esfuerzo por atraer empleados a su empresa, pero pasan poco tiempo en la retención y el desarrollo del mismo. Un sistema de gestión del talento a la estrategia de negocios requiere incorporarse y ejecutarse en los procesos diarios a través de toda la empresa.[2]

El talento humano, es el patrimonio invaluable que una organización puede reunir para alcanzar la competitividad y el éxito está compuesto de dos aspectos diferentes.

- Talentos
- Contextos

  - Arquitectura Organizacional
  - Cultura organizacional
  - Estilo de administración

[2] (WENTHER, ADMINISTRACION DEL PERSONAL Y RECURSOS HUMANOS, 2008)



Cuadro# 1 componentes del capital Humano

2.1.3. Administración de talento humano.

El principal desafío de los administradores de capital humano es el logro del mejoramiento de las organizaciones, haciéndolas más eficientes y eficaces.[3]

[3] (CHAVENATO, GESTION DE TALENTO HUMANO, 2009)

2.1.4. Importancia de la Administración del Talento Humano.

No hay duda de que muchos trabajadores por lo general están insatisfechos con el empleo actual o con el clima organizacional imperante en un momento determinado y eso se ha convertido en una preocupación para muchos gerentes. Tomando en consideración los cambios que ocurren en la fuerza de trabajo, estos problemas se volverán más importantes con el paso del tiempo.

Todos los gerentes deben actuar como personas claves en el uso de técnicas y conceptos de administración de personal para mejorar la productividad y el desempeño en el trabajo. Pero aquí nos detenemos para hacernos una pregunta: ¿Pueden las técnicas de administración del talento humano impactar realmente en los resultados de una compañía? La respuesta es un "SI" definitivo.[4]

[4] (CHAVENATO, GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO, 2009)

2.1.5. La matriz Foda, herramienta moderna para el análisis de la situación.

En nuestros días, los estrategas son asistidos por varias matrices que muestran las relaciones de variables críticas que se origina dentro o fuera de una organización.[5]

Cuadro # 2 Matriz Foda

El análisis FODA se ha utilizado para Identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se originan en una empresa. Sin embargo, este tipo de análisis es estático y pocas veces lleva al desarrollo de estrategias de alternativa claras basadas en él. Por tanto, se introdujo la matriz FODA para analizar la situación competitiva de la compañía.[6]

Es común sugerir que las compañías deberían Identificar sus fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas del ambiente externo, pero lo que con frecuencia se ignora es que combinar estos factores puede requerir distintas elecciones estratégicas. Para sistematizar estas elecciones,

[5] (www.administración.com)
[6] (www.administración,moderna)

se ha propuesto la matriz FODA, donde F represente fortalezas; O, oportunidades, debilidades y A, amenazas.

2.1.6. Nuevos Desafíos de la Gestión del Talento Humano.

2.1.6.1 Gestión por Competencia.

Es una herramienta estratégica indispensable para enfrentar los nuevos desafíos que impone el medio. Es impulsar a nivel de excelencia las competencias individuales, de acuerdo a las necesidades operativas. Garantiza el desarrollo y administración del potencial de las personas, “de lo que saben hacer” o podrían hacer.[7]

2.1.7. Importancia del desarrollo del capital humano en la empresa.

En la era actual, la tecnología y la información están al alcance de todas las empresas, por lo que la única ventaja competitiva que puede diferenciar una empresa de otra es la capacidad que tienen las personas dentro de la organización de adaptarse al cambio. Esto se logra mediante el fortalecimiento de la capacitación y aprendizaje continuo en las personas a fin de que la educación y experiencias sean medibles y más aún, valorizadas conforme a un sistema de competencia.

[7]Hhttp://www.monografia.com

2.1.8. Importancia de la Administración.

Podemos decir que la administración es necesaria en organizaciones de todo tipo y tamaño, en todos sus niveles y áreas de trabajo y en todas aquellas que sea, el sitio que se encuentre. [8]

2.1.9. La Administración en un Entorno Global.

La administración ya no está constreñida por fronteras nacionales. Los gerentes de organizaciones de todos los tipos y tamaños tienen las oportunidades y las dificultades de administrar en un entorno global.

El comercio mundial no es nuevo. Durante siglos han comerciado países y organizaciones. “El comercio es esencial para la salud, la prosperidad y el bienestar social de los seres humanos”. Cuando se permite que el comercio se desenvuelva libremente, los países se benefician de un crecimiento económico y del incremento de la productividad, porque se especializan en producir los bienes que mejor hacen e importan los que se fabrican mejor en otro lado.

2.1.9.1 Responsabilidad social y ética administrativa.

Responsabilidad Social son las obligaciones de la empresa tanto para quienes la constituyen (accionistas, empleados, clientes) como para los ciudadanos en general.

[8] ROBBINS,STEPHEN; COULTER (2008) ADMINISTRACION,NOVENA EDICION, PEARSON

También se incluye la preocupación por la ecología y la calidad ambiental, la veracidad en el otorgamiento de préstamos y la protección al consumidor, el apoyo a la educación, el servicio a las necesidades de la comunidad, las prácticas de empleo, las prácticas de apoyo a la diversidad, las relaciones laborales progresistas, la asistencia al empleado y la filantropía corporativa general, entre otras responsabilidades.

2.1.9.2. El proceso de la planeación.

En el proceso de planeación, los objetivos identifican los resultados específicos o las consecuencias deseadas; el plan es una exposición de las acciones a realizarse con el fin de lograr los objetivos.[9]

- **Pasos para un proceso de planeación:**

Paso 1. Defina sus objetivos. Identifique de modo muy específico los resultados o consecuencias deseadas. Conozca a dónde quiere llegar; deberá plantearlos con la mayor especificidad posible para que usted pueda reconocer el momento en que los haya alcanzado, o para saber qué tan lejos está de su objetivo en diversos puntos a lo largo del camino.

Paso 2. Determine en donde está usted frente a los objetivos. Evalué sus logros actuales en relación con los resultados deseados. Reconozca en donde está usted en el proceso de alcanzar los objetivos; identifique ventajas obran a su favor y que desventajas pueden detenerlo.

[9] RICHARD L.DAFT. 2008 Administration. Thonson Nueva Edición México.

Paso 3. Desarrolle premisas acerca de las condiciones futuras. Intente anticiparse a los acontecimientos futuros. Genere “escenarios” alternativos para lo que pueda suceder; identifique para cada uno de ellos las cosas que pudieran ayudar u obstaculizar su avance hacia el logro de sus objetivos.

Paso 4. Analice posibles alternativas de acción, elija las mejores y decida cómo implementarlas. Enumere y evalué cuidadosamente las posibles acciones que se puedan emprender. Escoja las alternativas que tengan más probabilidades de alcanzar los objetivos; describa paso a paso lo que debe hacerse para seguir el curso de acción elegido.[10]

2.1.9.3. ¿Qué es un cliente?

- Es la persona más importante de nuestro negocio.
- No depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
- Nos está comprando un producto o servicio y no haciéndonos un favor.
- Es el propósito de nuestro trabajo, no una interrupción al mismo.
- Es un ser humano de carne y hueso con sentimientos y emociones (como uno), y no una fría estadística.
- Es la parte más importante de nuestro negocio y no alguien ajeno al mismo.
- Es una persona que nos trae sus necesidades y deseos y es nuestra misión satisfacerlo.

[10] ALLES,M.A. (2009) DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO BASADO EN COMPETENCIAS, Nueva Edición, ediciones granica.

2.1.9.4 ¿Por qué se pierden los clientes?

En primer lugar debemos conocer que requiere un cliente de nuestra empresa. El siguiente listado enumera una serie de valores apreciados por los consumidores a la hora de realizar una compra. Pensemos por un momento en nosotros mismos, ocupando el rol de consumidores, para verificar si estamos o no de acuerdo con los mismos.[11]

2.1.9.5. Tipos de clientes:

El cliente difícil. Es aquel cliente muy exigente y usualmente no queda satisfecho con el producto.

El cliente amigable. Es el cliente amable, cortés y conversador.

El cliente tímido. Es introvertido, inseguro e indeciso al momento de realizar la compra.

El cliente agresivo. Este tipo de cliente es aquel que desea un servicio a su manera, y si su idea predeterminada del negocio no concuerda con la realidad de la tienda, puede irritarse y cometer imprudencias tanto físicas como psicológicas con los miembros de atención al cliente.[12]

[11] DENTON, D.K.(2008) CALIDAD EN LOS SERVICIOS A LOS CLIENTES.ESPAÑA,DIAZ SANTOS
[12] www.conducetuempresa.com

El cliente impulsivo. Es aquel quien realiza una compra según las bondades que encuentra en el momento.

El cliente errante. Este es el tipo de cliente que prefiere visitar más de una tienda para encontrar el producto ideal.

2.1.9.6. Definición de los clientes internos y externo.

- **Interno**: Son aquellas personas dentro de la Empresa, que por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativo, administrativo o ejecutivo, recibe de otros algún producto o servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores.[13]

- **Externos**: Son aquellos que no pertenece a la Empresa u Organización y va a solicitar un servicio o a comprar un producto

Diferencias	Clientes Internos	Clientes Externos
Las necesidades que satisfacen	Buscan satisfacer necesidades de afiliación, seguridad, autoestima, autorrealización, poder, seguridad monetaria.	Buscan satisfacer una necesidad mayoritaria y fácilmente identificada, alimentación, transportación, sed, recreación, etc…
Las formas en que retribuyen sus necesidades	Retribuyen la satisfacción de una necesidad mediante el propio esfuerzo físico y mental. Recibe menos dinero que el equivalente al esfuerzo realizado.	Retribuyen la satisfacción de una necesidad mediante el dinero. Paga mas que el costo del producto recibido
El poder de elección del cliente	Los proveedores de trabajo resultan escasos, por lo que los clientes internos están dispuestos a cualquier cosa por conseguir un trabajo donde satisfacer sus necesidades.	Cuando se siente insatisfecho con su proveedor, lo puede abandonar y buscar otro(hoy en día no existe un único proveedor de un producto o un servicio, y las diferencias entre los proveedores son cada vez menores)
Duración del proceso de satisfacción de las necesidades (Duración del ciclo de servicio)	Es un poco mas larga, en este caso generalmente interactúa casi todos los días, como mínimo 8 horas de las 24 del día, rara vez son satisfechas sus necesidades de forma inmediata, sino durante el transcurso del tiempo.	La duración de ciclo de servicio resulta relativamente mas corta, de forma esporádica. **Esto hace que se** vea obligado a realizar una valoración de la calidad del producto o servicio recibido en función de la relación entre lo que obtuvo y lo que esperaba obtener.

Cuadro # 3 diferencias entre clientes internos y externo

[13] DENTON, D.K.(2008) CALIDAD EN LOS SERVICIOS A LOS CLIENTES.ESPAÑA,DIAZ SANTOS

2.1.9.7. El cliente Marketing.

Además de conocer su mercado, el vendedor ha de conocer al cliente al que se dirige, que es la razón de ser de la compañía. El cliente está cada vez más formado e informado, por lo que el asesor debe dar respuesta a sus crecientes demandas con el mismo grado de información y de una manera personalizada y con un compromiso formal.[14]

2.1.9.8. Características.

Como hemos comentado, conocer a los clientes es fundamental para que los vendedores adapten sus mensajes comerciales a razón de sus necesidades. Es positivo que este conocimiento abarque todas y cada una de las características que sean de interés para los vendedores, de manera que pueda profundizar en su entendimiento y en el proceso por el que pasa antes de tomar la decisión final.

2.1.9.9. Atención al Cliente.

El servicio al cliente se refiere a la relación que hay entre un proveedor de productos o servicios y aquellas personas que utilizan o compran sus productos o servicios. De acuerdo a Asset Skills, es "la suma total de lo que hace una organización para satisfacer las expectativas de los clientes y producir su satisfacción". [15]El servicio al cliente se refiere a la comprensión tanto de la naturaleza.

---

[14] www.marketing-xxi.com
[15] www.ehowenespanol.com

de los clientes, en el pasado, presente y futuro de la organización, de las características y beneficios de los productos o servicios que presta y el proceso transaccional completo, desde el conocimiento inicial de un cliente potencial hasta la satisfacción post-compra.

2.1.10. La importancia del servicio al cliente.

La calidad en el servicio o productos ofrecidos al cliente provee un valor agregado a tu negocio; debes invertir recursos para conocer las necesidades de tus clientes y así poder satisfacerlas.[16]

2.1.11. Características del servicio al cliente.

Todo dueño o empleado de una compañía exitosa te dirá que un servicio de atención al cliente es clave para el éxito del negocio. Sin un departamento de servicio que satisfaga a los clientes, la lealtad puede no ser lograda y los clientes pueden no regresar. La información sobre un servicio de atención al cliente pobre se esparce de boca a boca y desanima a los nuevos clientes a probar tu producto o servicio. Varías características deben estar presentes en un representante de servicio de atención al cliente.

[16] ESCUDERO,J.(2011) GESTION COMERCIAL Y SERVICIO AL CLIENTE.ESPAÑA.GRAFICAS ROGAR.

2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.2.1. Gestión.

CHAVENATO (2009) dice el concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.[17]

Liderazgo.

Es el proceso de influir y apoyar a otros para que trabajen con entusiasmo para alcanzar ciertos objetivos. Es el factor crucial que ayuda a un individuo o a un grupo a identificar sus metas, y luego los motiva y auxilia para lograrlas.

Eficacia.

Los controles verdaderamente eficaces canalizan la energía humana para el mejoramiento del desempeño en el trabajo y no a tratar de burlar el sistema, Los controles deben ser estratégicos y estar orientados hacia los resultados. Deben apoyar los planes estratégicos y concentrarse en actividades significativas que marquen una auténtica diferencia para la organización.

[17] IDALBERTO CHAVENATO,(2009) GESTION DE TALENTO HUMANO.MEXICO; Mc.GRAW HILL.

Administración.

La palabra Administración viene del latín ad que significa dirección, y de minister que significa subordinado u obediencia, es el cumplimiento de una función bajo el mando de otro; un servicio que se presta. [18]

"La Administración consiste en coordinar las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas".

Planeación.

La planeación es formal e informal. La primera se define a metas específicas que abarcan varios años; se escriben y participan a los integrantes de la organización. [19]

Organización.

Es el proceso de coordinar personas y otros recursos para trabajar juntos a fin de lograr un objetivo. Siendo una de las funciones básicas de la administración, implica tanto la creación de una división del trabajo para realizar las tareas que deberán ejecutarse, como la coordinación de resultados para lograr un propósito común. [20]

---

[18] HITT,Michael; BLACK,Stermart, PORTER, Lyman 2008 Administration, Novena Edition. Pearson Education.

[19] JHON,R, SCHERMERHORN,J.2008 administration. Editorial Limusa, S.A. México

[20] Araneda, D.& calderón (2008) modelo de evaluación de competencias para la gestión de recursos humanos ,tesis para optar al título de psicología, Santiago de chile.

- **Dirección.**

Es el proceso por medio del cual se despierta el entusiasmo de la gente para trabajar fuerte y dirigir sus esfuerzos hacia el cumplimiento de los planes y el logro de los objetivos. A través de la dirección los administradores construyen compromisos, alientan las actividades que respaldan las metas e influyen en otras personas para que realicen su mejor esfuerzo en beneficio de la organización.

- **Coach.**

No es más que el líder que se preocupa por planear el crecimiento personal y profesional de cada una de las personas del equipo y del suyo propio.

Posee una visión inspiradora, ganadora y trascendente y que mediante el ejemplo, la disciplina, la responsabilidad y el compromiso, orienta al equipo en el caminar hacia esa visión convirtiéndola en realidad.[21]

2.2.2. Cliente.

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.[22]

[21] http://www.monografias.com/trabajos10/coach/coach.
[22] ALLES,M.A.(2009) DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO,BASADO EN COMPETENCIAS,ARGENTINA.

Habilidades de escuchar.

Un representante de servicio de atención al cliente debe poder escuchar las necesidades del mismo. Toma nota y resume las palabras del cliente para repetirlas y que así haya entendimiento. En vez de planear la respuesta mientras el cliente habla, escucha con la meta de comprender.[23]

Habilidades de pregunta.

Aquellos que están en el servicio de atención al cliente saben que hacer las preguntas correctas puede arrojar las respuestas necesarias para resolver el problema. Las preguntas de calidad ayudan a descubrir las necesidades, metas, objetivos y preocupaciones reales de los clientes.

Responsable.

Para trabajar en el servicio de atención al cliente, se debe tener responsabilidad. Ésta es bilateral, ya que cubre la responsabilidad en la concurrencia, el servicio, lealtad y actitud. También cubre la habilidad del agente de tomar responsabilidad por los errores y resultados.

[23] ESCUDERO,J.(2011) GESTION COMERCIAL Y SERVICIO AL CLIENTE.ESPAÑA:GRAFICA ROGAR.

- **Entendido.**

Los agentes de servicio de atención al cliente deben ser completamente expertos en el departamento/producto/servicio del cual son responsables. Junto a este conocimiento viene la confianza, la cual lleva a la satisfacción al cliente.[24]

- **Completo.**

Un representante de servicio de atención al cliente debe resolver una situación hasta completarse. En lugar de ser rápido para desligarse del problema o estar con dudas para resolver las necesidades de un cliente.

[24] ESCUDERO,J.(2011) GESTION COMERCIAL Y SERVICIO AL CLIENTE.ESPAÑA:GRAFICA ROGAR.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

LEY ORGÁNICA DE EMPRESAS PRIVADAS

SECCION I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

1.-La compañía en nombre colectivo;

2.- La compañía en comandita simple y dividida por acciones.

3.-La compañía de responsabilidad limitada.

4.-La compañía anónima

5.- La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Art. 3.- Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio

de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma. Si las compañías tuvieren sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 6.- Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajera obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas. Sin perjuicio de lo que se dispone en el Art. 415, si las actividades que una compañía extranjera va a ejercer en el Ecuador implicaren la ejecución de obras públicas, la prestación de servicios públicos o la explotación de recursos naturales del país, estará obligada a establecerse en él con arreglo a lo dispuesto en la Sección XIII de la presente Ley. En los casos mencionados en el inciso anterior, las compañías u otras empresas extranjeras organizadas como personas jurídicas, deberán domiciliarse en el Ecuador antes de la celebración del contrato correspondiente. El incumplimiento de esta obligación, determinará la nulidad del contrato respectivo.

Art. 7.- Si la compañía omitiere el deber puntualizado en el artículo anterior, las acciones correspondientes podrán proponerse contra las personas que

ejecutaren los actos o tuvieren los bienes a los que la demanda se refiera, quienes serán personalmente responsables.

Art. 8.- Las personas mencionadas en el artículo precedente podrán, una vez propuesta la demanda, pedir la suspensión del juicio hasta comprobar la existencia del apoderado o representante de que trata el Art. 6 de esta Ley. Si no produjeren esa prueba en el perentorio término de tres días, continuar con ellas el juicio.

TÍTULO I

DEL CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

Capítulo I

De su naturaleza y especies
Parágrafo 1ro.
Definiciones y reglas generales

Art. 1.- Contrato individual.- Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

Art. 2.- Concepto de trabajador.- La persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra se denomina trabajador y puede ser empleado u obrero.

Art. 3.- Concepto de empleador.- La persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio, se denomina empresario o empleador.

El Estado, los consejos provinciales, las municipalidades y demás personas jurídicas de derecho público tienen la calidad de empleadores respecto de los obreros de las obras públicas nacionales o locales. Se entiende por tales obras no sólo las construcciones, sino también el mantenimiento de las mismas y, en general, la realización de todo trabajo material relacionado con la prestación de servicio público, aun cuando a los obreros se les hubiere extendido nombramiento y cualquiera que fuere la forma o período de pago. Tienen la misma calidad de empleadores respecto de los obreros de las industrias que están a su cargo y que pueden ser explotadas por particulares.

También tienen la calidad de empleadores: la Empresa de Ferrocarriles del Estado y los cuerpos de bomberos respecto de sus obreros.

Art. 4.- Clasificación.- El contrato de trabajo puede ser:

a) Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal;

b) A sueldo, a jornal, en participación y mixto;

c) Por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional;

d) A prueba;

e) Por obra cierta, por tarea y a destajo;

f) Por enganche;

g) Individual, de grupo o por equipo; y,

h) Por horas.

Art.5.- Contratos expreso y tácito.- El contrato es expreso cuando el empleador y el trabajador acuerden las condiciones, sea de palabra o reduciéndolas a escrito.

A falta de estipulación expresa, se considera tácita toda relación de trabajo entre empleador y trabajador.

Art. 6.- Formas de remuneración.- En los contratos a sueldo y a jornal la remuneración se pacta tomando como base, cierta unidad de tiempo.

Contrato en participación es aquel en el que el trabajador tiene parte en las utilidades de los negocios del empleador, como remuneración de su trabajo.

La remuneración es mixta cuando, además del sueldo o salario fijo, el trabajador participa en el producto del negocio del empleador, en concepto de retribución por su trabajo.

Art. 7.- Estabilidad mínima y excepciones.- Establece un año como tiempo mínimo de duración, de todo contrato por tiempo fijo o por tiempo indefinido, que celebren los trabajadores con empresas o empleadores en general, cuando la actividad o labor sea de naturaleza estable o permanente, sin que por esta circunstancia los contratos por tiempo indefinido se transformen en contratos a plazo, debiendo considerarse a tales trabajadores para los efectos de esta Ley como estables o permanentes.

Se exceptúan de lo dispuesto en el inciso anterior:

a) Los contratos por obra cierta, que no sean habituales en la actividad de la empresa o empleador;

b) Los contratos eventuales, ocasionales y de temporada;

c) Los de servicio doméstico;

d) Los de aprendizaje;

e) Los celebrados entre los artesanos y sus operarios;

f) Los contratos a prueba;

g) Los que se pacten por horas; y,

h) Los demás que determine la ley.

Art. 8.- Contrato a prueba.- En todo contrato de aquellos a los que se refiere el inciso primero del artículo anterior, cuando se celebre por primera vez, podrá señalarse un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días. Vencido este plazo, automáticamente se entenderá que continúa en vigencia por el tiempo que faltare para completar el año. Tal contrato no podrá celebrarse sino una sola vez entre las mismas partes.

Durante el plazo de prueba, cualquiera de las partes lo puede dar por terminado libremente.

El empleador no podrá mantener simultáneamente trabajadores con contrato a prueba por un número que exceda al quince por ciento del total de sus trabajadores. Sin embargo, los empleadores que inicien sus operaciones en el país, o los existentes que amplíen o diversifiquen su industria, actividad o

negocio, no se sujetarán al porcentaje del quince por ciento durante los seis meses posteriores al inicio de operaciones, ampliación o diversificación de la actividad, industria o negocio. Para el caso de ampliación o diversificación, la exoneración del porcentaje no se aplicará con respecto a todos los trabajadores de la empresa sino exclusivamente sobre el incremento en el número de trabajadores de las nuevas actividades comerciales o industriales. La violación de esta disposición dará lugar a las sanciones previstas en este Código, sin perjuicio de que el excedente de trabajadores del porcentaje arriba indicado, pasen a ser trabajadores permanentes, en orden de antigüedad en el ingreso a labores.

Art. 9 Contratos por obra cierta, por tarea y a destajo.- El contrato es por obra cierta, cuando el trabajador toma a su cargo la ejecución de una labor determinada por una remuneración que comprende la totalidad de la misma, sin tomar en consideración el tiempo que se invierta en ejecutarla.

En el contrato por tarea, el trabajador se compromete a ejecutar una determinada cantidad de obra o trabajo en la jornada o en un período de tiempo previamente establecido. Se entiende concluida la jornada o período de tiempo, por el hecho de cumplirse la tarea.

En el contrato a destajo, el trabajo se realiza por piezas, trozos, medidas de superficie y, en general, por unidades de obra, y la remuneración se pacta para cada una de ellas, sin tomar en cuenta el tiempo invertido en la labor.

Art. 10 Contratos eventuales, ocasionales, de temporada y por horas.- Son contratos eventuales aquellos que se realizan para satisfacer exigencias circunstanciales del empleador, tales como reemplazo de personal que se encuentra ausente por vacaciones, licencia, enfermedad, maternidad y

situaciones similares; en cuyo caso, en el contrato deberá puntualizarse las exigencias circunstanciales que motivan la contratación, el nombre o nombres de los reemplazados y el plazo de duración de la misma.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MÉTODOS Y TÉCNICAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACION.

3.2. Localización y duración de la misma.

La presente investigación se realizó en las instalaciones de la empresa **"ORVE HOGAR"** ubicada en el Cantó Quevedo, Provincia los Ríos, Calle Siete De Octubre Nº- 324 entre las calles Tercera y Cuarta, junto al Banco internacional, el tiempo de duración de la investigación fue previsto para 6 meses, Sin embargo se puedo concluir en 5 meses.

3.3. Modalidad de investigación.

Por el objetivo que persigue, se empleó la investigación cualitativa y cuantitativa, ya que facilitan las técnicas de investigación para obtener información a través de un proceso permanente de interacción y retroalimentación, esto es, partiendo de la comprensión de fenómenos sociales, analizarlos, entenderlos en base a una investigación de gestión de talento humano para el mejoramiento del servicio al cliente como una posible solución para la satisfacción de los involucrados.

3.4. Tipo de Investigación

3.4.1. Bibliográfica.

Se la utilizó como manual de ilustración para la realización del proceso investigativo ya que permitió analizar, evaluar y buscar fuentes de consulta primarias y secundarias de libros, informes, internet, entre otros; para obtener información importante a través de la lectura científica para elaborar la investigación de proyecto de tesis.

3.4.2. De campo.

Esta investigación permitió extraer los datos de la realidad mediante técnicas de recolección de información (encuestas y entrevistas) a fin de alcanzar los objetivos planteados.

3.5. Métodos de investigación.

3.5.1. Método Analítico.

Permitió realizar la aplicando como instrumento encuestas y entrevistas a los involucrados para analizar cada uno de los procesos ejecutados y determinar las fortalezas y debilidades de la institución, el sistema actual de trabajo para cumplir con los objetivos de la presente investigación.

3.5.2. Método Deductivo.

En este método se utilizó para el razonamiento, para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a desenlaces, cuya aplicación sea de carácter general.

3.5.3. Método Inductivo.

Al poner en práctica este procedimiento se ejecutó un estudio general del proceso funcional, de servicio y administrativo de la empresa **"ORVE HOGAR"** información obtenida por medio de la observación, las encuestas y entrevistas, mismas que permitieron elaborar el proyecto y establecer determinaciones efectivas para el proyecto de tesis.

3.6. Fuentes.

3.6.1. Fuentes primarias.

La recolección de datos se efectuó por: encuestas, observación y entrevistas que garantizan veracidad y aplicabilidad al problema concreto.

3.6.2. Fuentes secundarias.

La investigación, tiene la ventaja de fácil consulta, se refiere a la información que se obtuvo en lo relacionado con el trabajo de investigación entre las cuales

se puede mencionar la recopilación de datos a través de textos, folletos, revistas e internet que sustenten el trabajo de investigación.

3.7. Técnicas e instrumentos de investigación

3.7.1. Observación directa.

Se basó en la observación que se obtuvo a través de las visitas realizadas a la empresa **"ORVE HOGAR",** para determinar el efecto de la ausencia en la atención al cliente.

3.7.2. Encuestas.

Se utilizaron encuestas que afirmaron la formulación de los objetivos y determinando resultados, mismas que fueron aplicadas a los clientes y empleados, es una técnica que estará destinada a obtener datos e información necesaria mediante las opiniones de los empleados y clientes de la empresa para conocer cuáles son las expectativas en el servicio y su nivel de aceptación del mismo.

El cuestionario a utilizar en las encuestas fue impersonal porque no constará ninguna identificación de la persona.

3.7.3. Entrevistas.

Se utilizó el diálogo para conocer el criterio del gerente de la empresa resultados que respaldará el proyecto de investigación.

Esta técnica permitió obtener datos en el proceso de investigación y consistirá en una entrevista con el entrevistado: El entrevistador "investigador" y el entrevistado, con el fin de obtener información. La entrevista será una herramienta fundamental por cuanto permitirá obtener datos que de otro modo serían muy difíciles de conseguir.

3.7.4. Recolección de la información empírica.

La recaudación de la información se la obtuvo de parte de la comunidad de la empresa **“ORVE HOGAR”,** para lo cual se aplicaron técnicas de entrevistas, encuestas, análisis documental a través de la revisión de archivos, entre otros, así como también se obtuvo información de otras fuentes.

3.7.5. Descripción de la información.

Para obtener la información se utilizaron instrumentos, los mismos que permitieron obtener la información necesaria; de igual forma estuvieron diseñados en relación con las hipótesis planteadas que concuerdan con los cuestionarios, de la misma manera la guía de entrevista fue de mucha utilidad para extraer información relacionada al proceso. La observación facilitó la detección de situaciones actuales por la que atraviesa la empresa.

3.8. Análisis e interpretación de resultados.

Análisis cuantitativo: En el análisis cuantitativo de los resultados se procedió a organizar la información obtenida.

Análisis cualitativo: El análisis cualitativo se lo realizó en base a la guía de entrevista y encuestas (Anexos), con el propósito de examinar los componentes.

3.9. Población y Muestra.

"Orve Hogar" es una empresa dedicada a la venta de electrodomésticos actualmente está integrado con un Gerente y 4 colaboradores, la cual se realizó la encuesta a 389 clientes de la empresa, así como la tabulación.

Para obtener este cálculo se consideró datos de clientes de los tres últimos años (2011) (2012 (2013). Del cantón Quevedo presentando un # de usuarios de 43.650 clientes, por lo cual se aplicó una fórmula para obtener la muestra:

Formula:

$$n = \frac{N}{E^2(N-1)+1}$$

= Tamaño de la muestra

= Universo

= Error de muestreo (0,05 admisible)

Desarrollo de la Fórmula:

$$n = \frac{43650}{(0{,}05)^2(43650 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{43650}{0{,}0025\ (43649) + 1}$$

$$n = \frac{43650}{111{,}1225 + 1}$$

$$n = \frac{43650}{112{,}1225}$$

$$n = \mathbf{389}$$

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADOS.

4.1.1. Encuestas a Clientes:

Pregunta nº 1.- ¿Qué importancia tiene para usted, la calidad en el servicio al cliente?

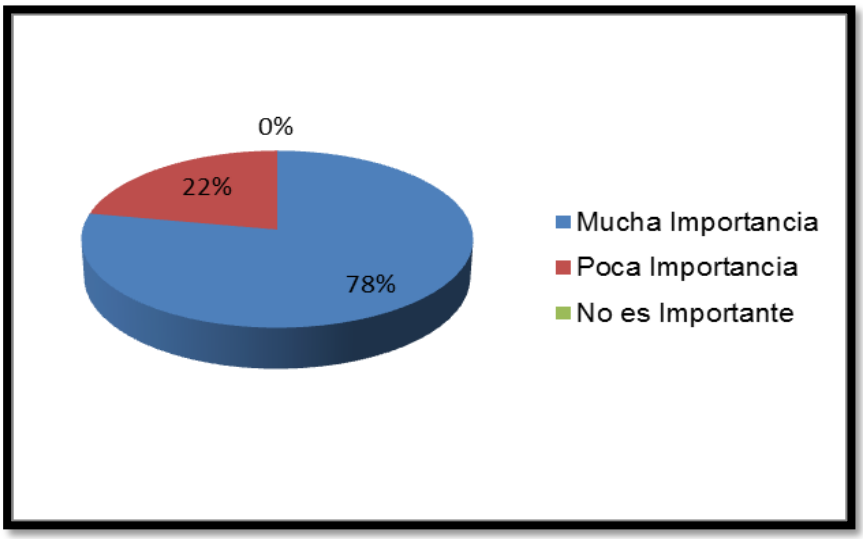
Cuadro 4. Calidad en el servicio al cliente.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Mucha Importancia	305	78%
Poca Importancia	84	22%
No es Importante	0	0%
Total	**389**	**100%**

Fuente: Clientes de la empresa "Orve Hogar"

Elaborado Por: la Autora.

Grafico 1



Análisis: Los clientes encuestados manifestaron que el servicio al cliente es de mucha importancia para ellos y el resultado fue 78% y solo un 22% lo considera de poca importancia.

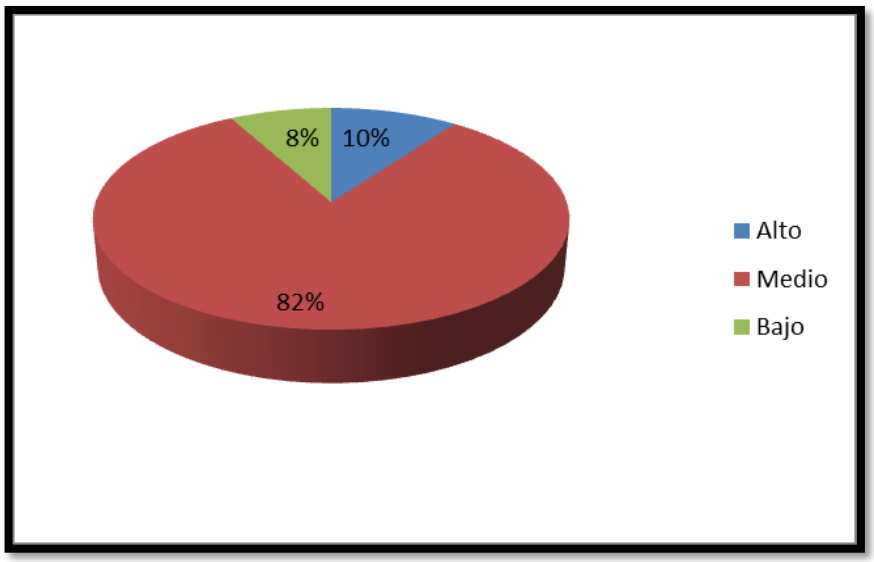
Pregunta nº 2.- ¿Cómo considera los precios de los productos que ofrece la empresa?

Cuadro 5. Precios de los productos que ofrece la empresa.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Alto	40	10%
Medio	319	82%
Bajo	30	8%
Total	**389**	**100%**

Fuente: Clientes de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado Por: la Autora

GRAFICO 2



Análisis: La percepción que tiene el cliente encuestado con relación de como considera los precios que ofrece la empresa es de 10% tendencia a alto, un 82% medio y un 8% respondieron que bajo.

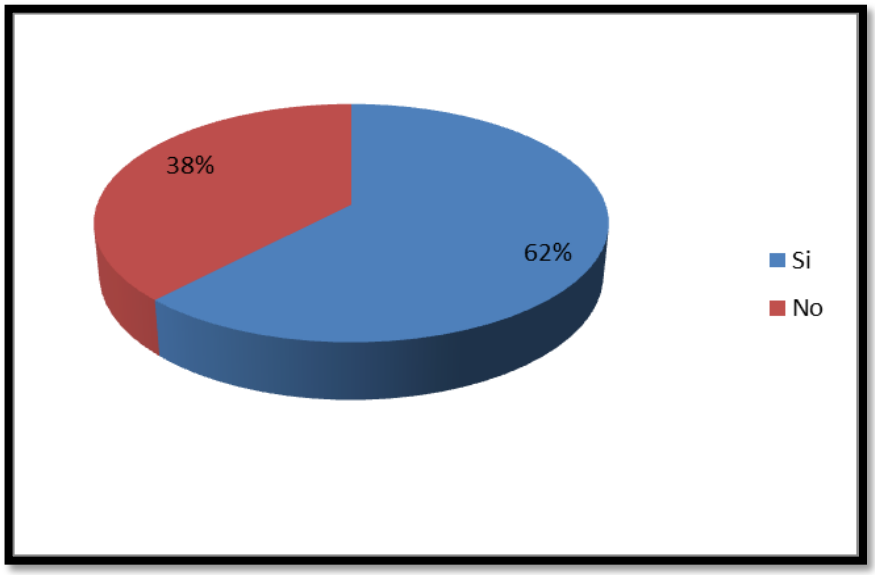
Pregunta nº 3. ¿Los empleados son siempre amables?

Cuadro 6. Empleados amables.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	240	62%
No	149	38%
Total	**389**	**100%**

Fuente: Clientes de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado Por: la Autora

GRAFICO 3



Análisis: La opinión dada por lo clientes en que los empleados son o nos amables arrojo un positivo de 62% que son amables y en lo negativo un 38% dicen no ser lo.

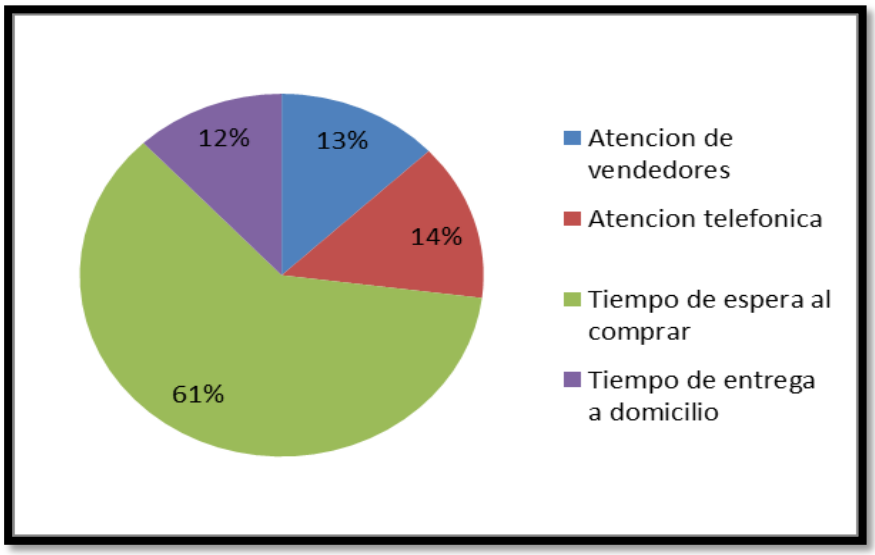
Pregunta nº 4 ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera usted que más sobresalen en el servicio al cliente en esta empresa?

Cuadro 7. Aspectos que sobresalen en la empresa.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Atencion de vendedores	52	13%
Atencion telefonica	56	14%
Tiempo de espera al comprar	237	61%
Tiempo de entrega a domicilio	44	12%
total	**389**	**100%**

Fuente: Clientes de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado Por: la Autora

GRAFICO 4



Análisis: Los aspectos que consideran los clientes que sobresalen más en la empresa de electrodomésticos es el tiempo de espera al comprar con un 62%, atención telefónica un 14%, atención al vendedores 13% y un solo 12% de entrega a domicilio.

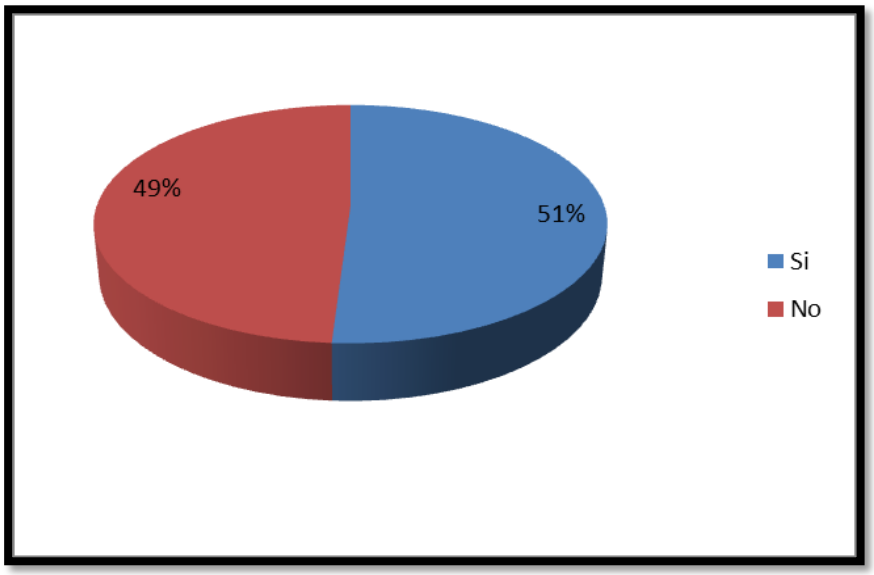
Pregunta nº 5. ¿Considera usted que la asesoría técnica que se le brinda es la adecuada para realizar una buena compra?

Cuadro 8. Asesoría técnica adecuado para realizar una buena comprar.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	198	51%
No	191	49%
Total	**389**	**100%**

Fuente: Clientes de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado Por: la Autora

GRAFICO 5



Análisis: el 49% de los encuestados manifestaron sentirse insatisfechos con la asesoría técnica que les brinda la empresa a través de sus empleados por considerarla insuficiente, en cambio el 51% se siente satisfecho con dicha asesoría.

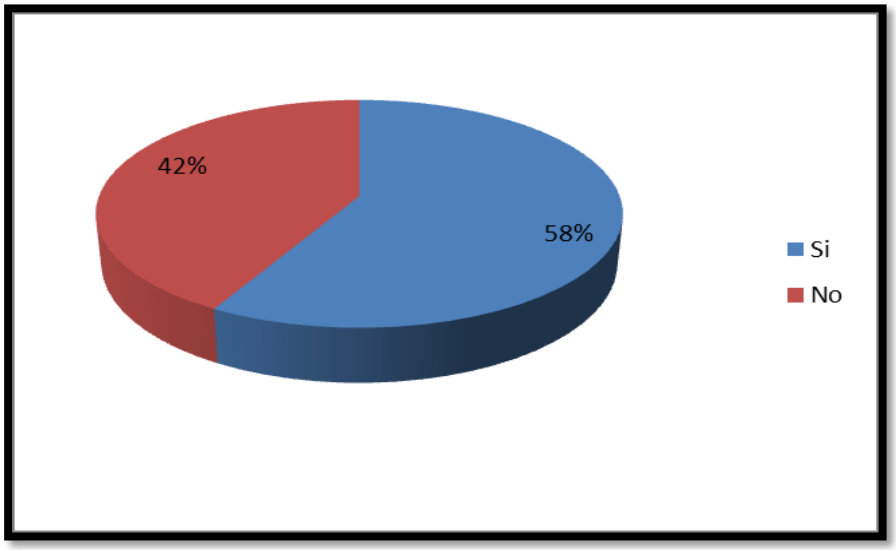
Pregunta nº 6. ¿Alguna vez ha hecho algún reclamo por mal servicio en la compra de un electrodoméstico?

Cuadro 9. Reclamo por mal servicio en la compra.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	227	58%
No	162	42%
Total	**389**	**100%**

Fuente: Clientes de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado Por: la Autora

GRAFICO 6



Análisis: Según los datos obtenidos entre los clientes encuestados un 58% manifestaron haber presentado mal servicio en la compra de electrodoméstico y un 42% no ha tenido ningún tipo de reclamo.

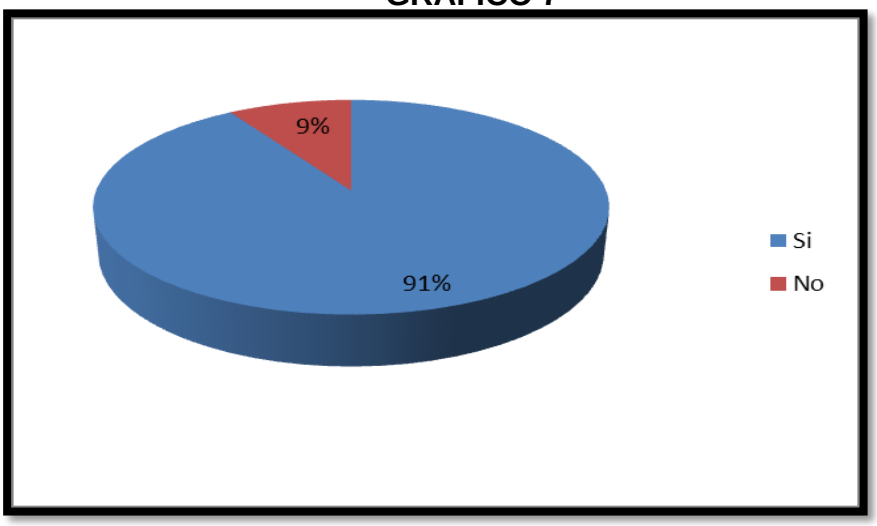
Pregunta nº 7. ¿Cree usted que la capacitación a los empleados es importante?

Cuadro 10. Capacitación a los empleados.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	354	91%
No	35	9%
Total	**389**	**100%**

Fuente: Clientes de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado Por: la Autora

GRAFICO 7



Análisis: la gran mayoría de los clientes encuestados es decir un 91% aseguran que la capacitación de los empleados de la empresa, es una herramienta muy importante para brindar un servicio de calidad en el momento de la compra de un electrodoméstico, mientras que un 9% manifestaron lo contrario.

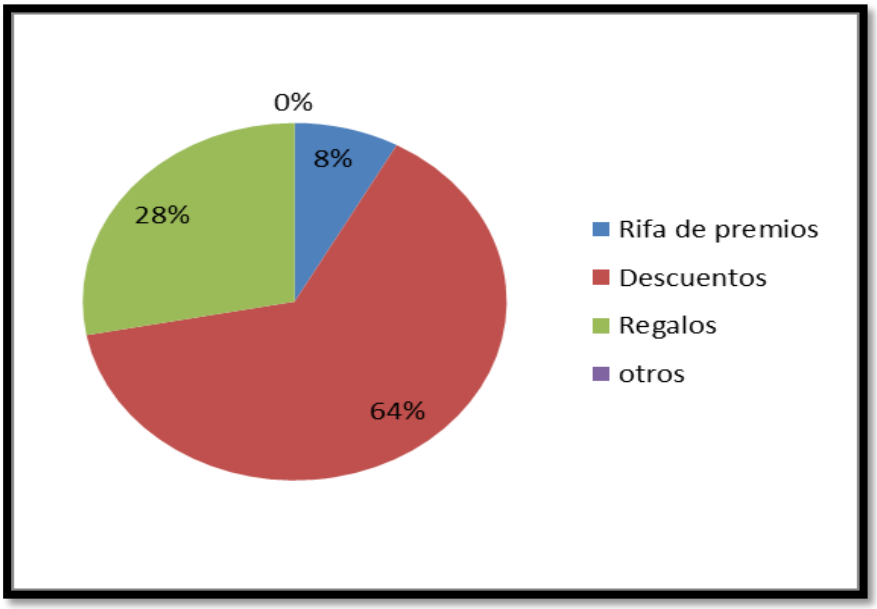
Pregunta nº 8. ¿Qué promociones le gustaría que ofreciera la empresa a usted como cliente?

Cuadro 11. Promociones que ofrezca la empresa a los clientes.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Rifa de premios	29	8%
Descuentos	250	64%
Regalos	110	28%
otros	0	0%
total	**389**	**100%**

Fuente: Clientes de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado Por: la Autora

GRAFICO 8



Análisis: Dentro de las promociones que puede ofrecer las empresas comercializadora de electrodomésticos el 28% de los encuestados prefieren que se le des regalo, el 64% se sienten más satisfechos en recibir descuentos y solo un 8% gusta más de participar en rifa de premios.

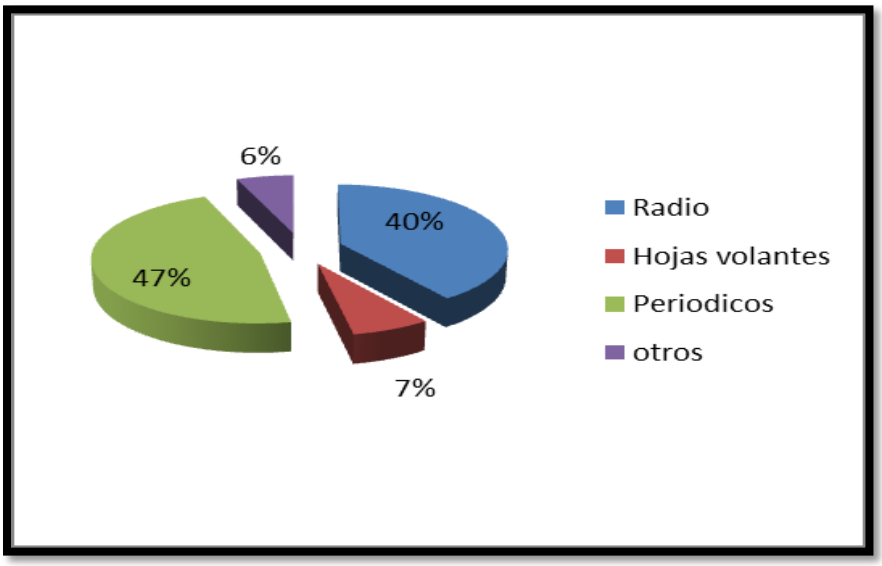
Pregunta nº 9. ¿A través de qué medios le es más accesible conocer los productos de electrodomésticos que ofrece la empresa?

Cuadro 12. Medios accesibles para conocer los productos de electrodomésticos.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Radio	154	40%
Hojas volantes	29	7%
Periodicos	183	47%
otros	23	6%
total	**389**	**100%**

Fuente: Clientes de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado Por: la Autora

GRAFICO 9



Análisis: un 47% de los encuestados considera que el medio más accesible para conocer los productos que ofrece la empresa de electrodomésticos es el periódico; el 40% opina que la radio, el 7% prefiere hojas volantes y el 6% otros.

Pregunta nº 10. ¿Cuál es el promedio de compra de electrodomésticos que ha hecho en esta empresa durante el último año?

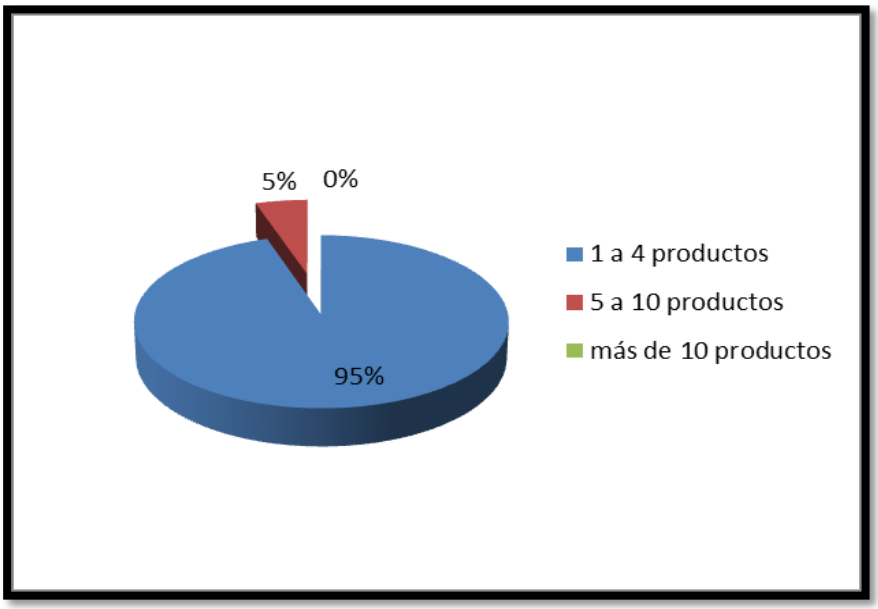
Cuadro 13. Promedio de compras en el último año.

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1 a 4 productos	368	95%
5 a 10 productos	21	5%
más de 10 productos	0	0%
Total	**389**	**100%**

Fuente: Clientes de la empresa "Orve Hogar"

Elaborado Por: la Autora

GRAFICO 10



Análisis: los clientes encuestados afirmaron haber comprado en el último año, entre 1-4 productos un 95% mientras que un 5% dijo haber adquirido entre 5-10 productos.

4.1.2. Encuestas a Empleados:

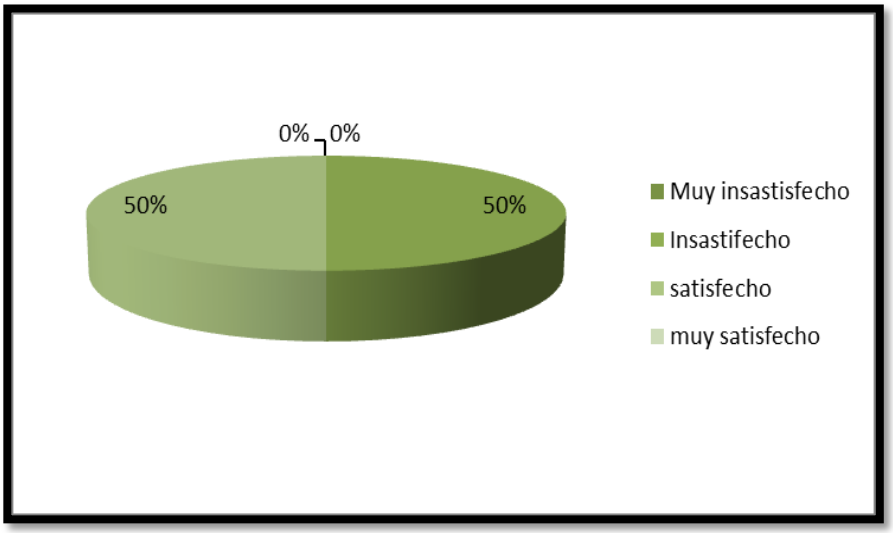
Pregunta nº 1 ¿Cómo se ha sentido trabajando en esta Empresa?

Cuadro 14: Cómo se siente en la empresa

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Muy insastisfecho	0	0%
Insastifecho	2	50%
satisfecho	2	50%
muy satisfecho	0	0%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado por: La autora

GRAFICO 11



Análisis: los empleados respondieron con un 50% que se encuentran insatisfechos y otro 50% satisfecho.

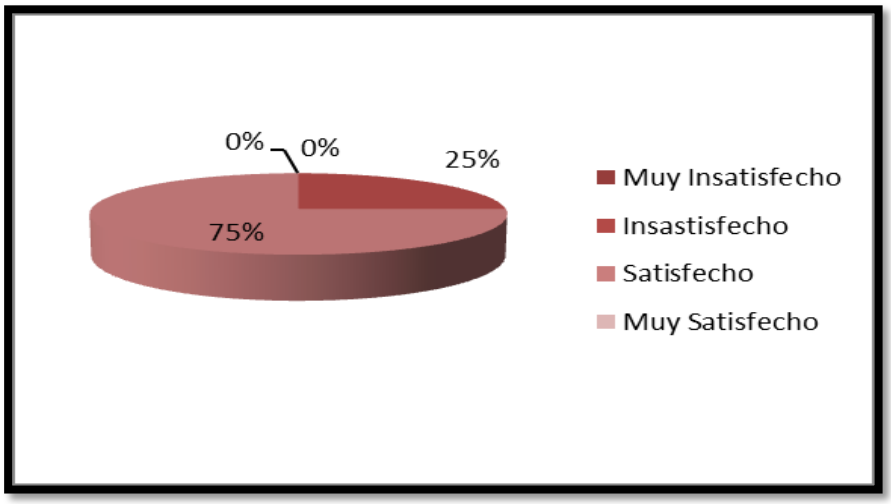
Pregunta nº2 ¿El trabajo en su área está bien organizado?

Cuadro 15. El trabajo en su área está organizado.

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Muy Insatisfecho	0	0%
Insastisfecho	1	25%
Satisfecho	3	75%
Muy Satisfecho	0	0%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado por: La autora

GRAFICO 12



Análisis: un 75% de los empleados opino que es satisfecho y el 25% dijo estar insatisfecho.

Pregunta nº 3. ¿Sus funciones y responsabilidades están bien definidas?

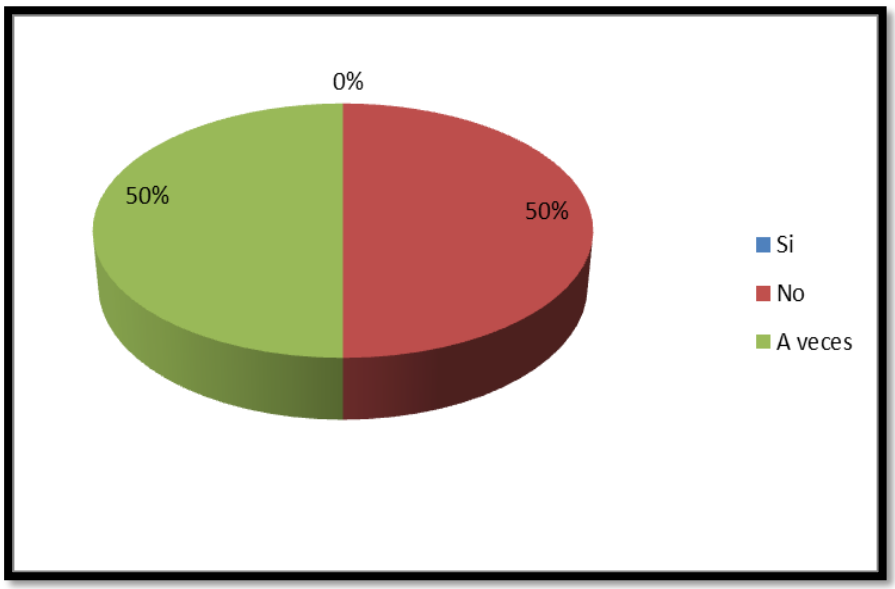
Cuadro 16. Funciones y responsabilidades están definidas.

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	2	50%
A veces	2	50%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"

Elaborado por: La autora

GRAFICO 13



Análisis: El 50% de los empleados respondieron estar no definidas y el otro 50% respondieron a veces.

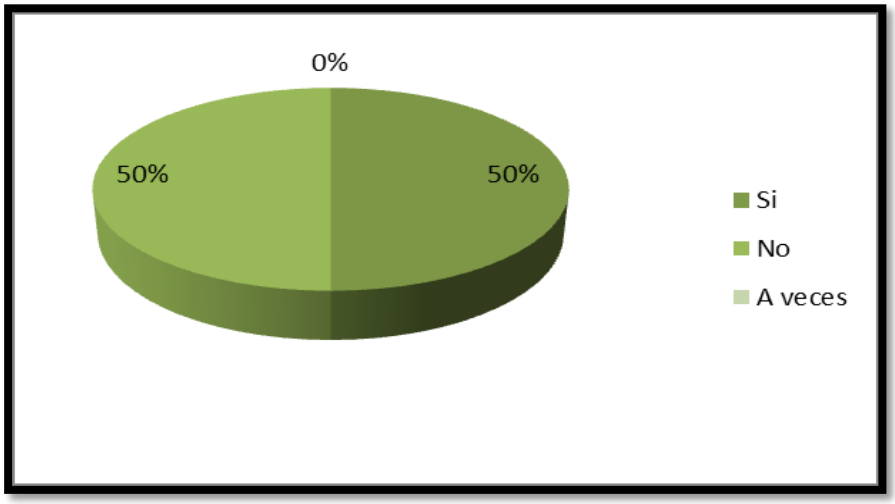
Pregunta nº4. ¿Las cargas de trabajo están bien repartidas?

Cuadro 17. Las cargas de trabajo están bien repartidas.

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	1	50%
No	3	50%
A veces	0	0%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado por: La autora

GRAFICO 14



Análisis: el personal contesto con un 50% positivo y 50% negativo.

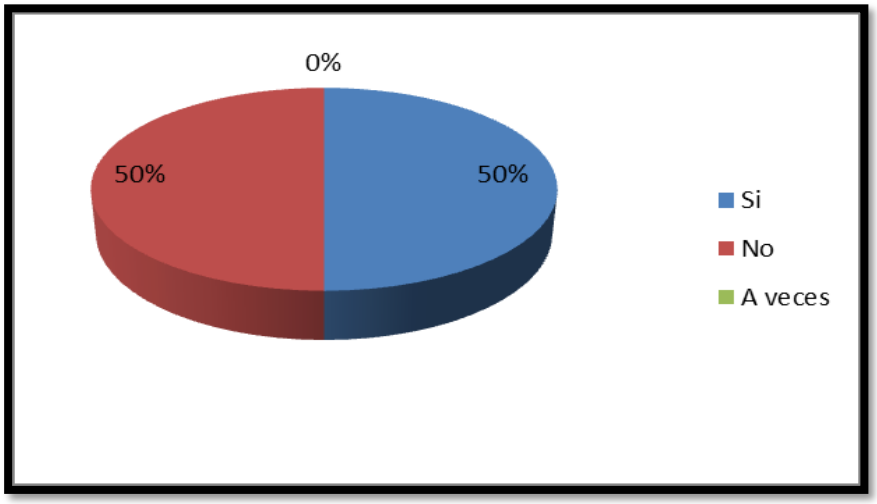
Pregunta nº5. ¿En su puesto de trabajo puede desarrollar al máximo sus habilidades?

Cuadro 18. Desarrollo de habilidades

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	2	50%
No	2	50%
A veces	0	0%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado por: La autora

GRAFICO 15



Análisis: se puede demostrar que el personal de la empresa considera el 50% desarrollar sus habilidades y el otro 50% no lo hace.

Pregunta nº6 ¿Recibe información de cómo desempeñar su trabajo?

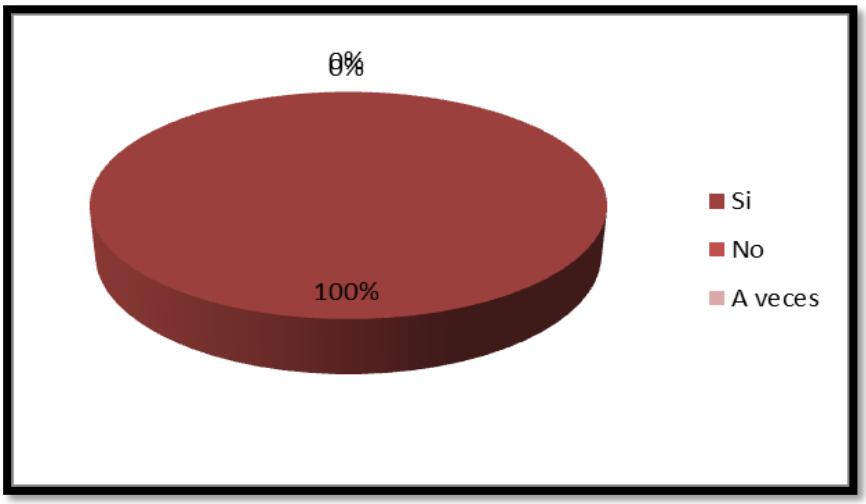
Cuadro 19. Recibe información de cómo desempeñar su trabajo.

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	4	100%
No	0	0%
A veces	0	0%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"

Elaborado por: La autora

GRAFICO 16



Análisis: el 100% de los empleados respondieron positivamente en la ayuda que da la empresa para desempeñar su trabajo.

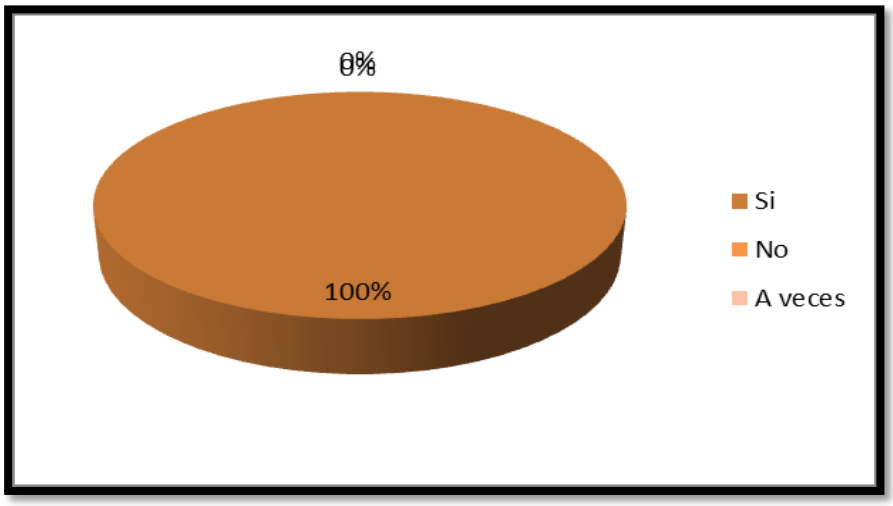
Pregunta nº7 ¿El responsable de su área demuestra conocimiento y dominio de sus funciones?

Cuadro 20. Conocimiento y dominio de sus actividades.

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	4	100%
No	0	0%
A veces	0	0%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado por: La autora

GRAFICO 17



Análisis: el 100% de los empleados opino que el responsable de la empresa tiene dominio en sus funciones.

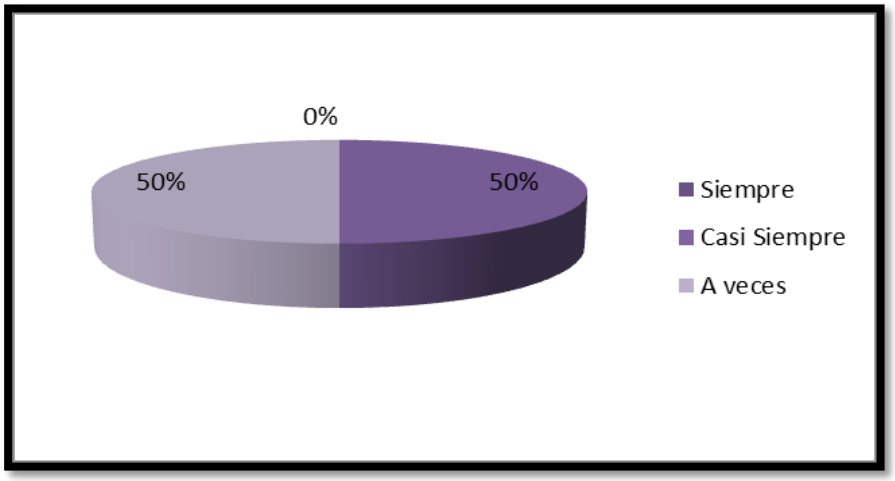
Pregunta nº8 ¿El responsable soluciona los problemas de una manera eficaz?

Cuadro 21. El responsable soluciona los problemas.

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi Siempre	2	50%
A veces	2	50%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado por: La autora

GRAFICO 18



Análisis: el 50% de los empleados respondió casi siempre en que el responsable de la empresa soluciona los problemas y el otro 50% a veces.

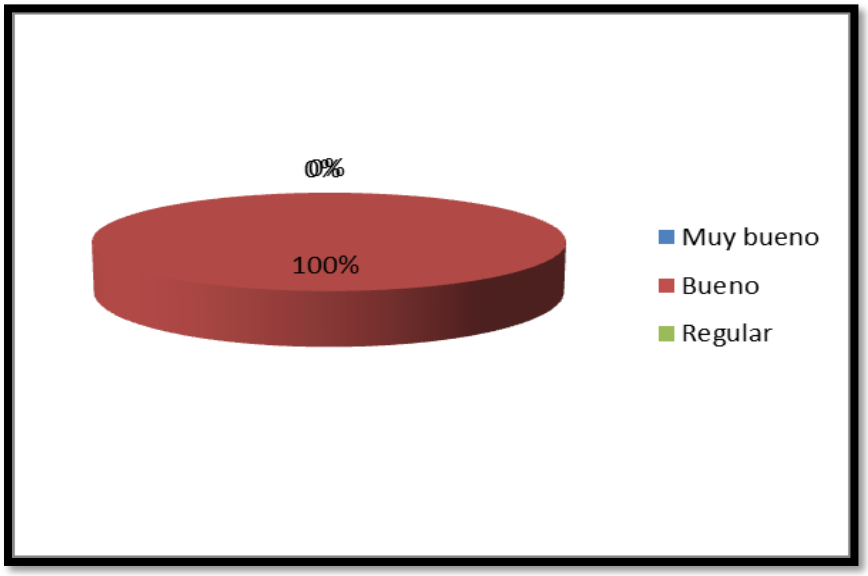
Pregunta nº9 ¿Cómo califica su relación con los compañeros de trabajo?

Cuadro 22. Relación con los compañeros.

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Muy bueno	0	0%
Bueno	4	100%
Regular	0	0%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado por: La autora

GRAFICO 19



Análisis: El 100% de los empleados contesto, la relación con los compañeros es buena.

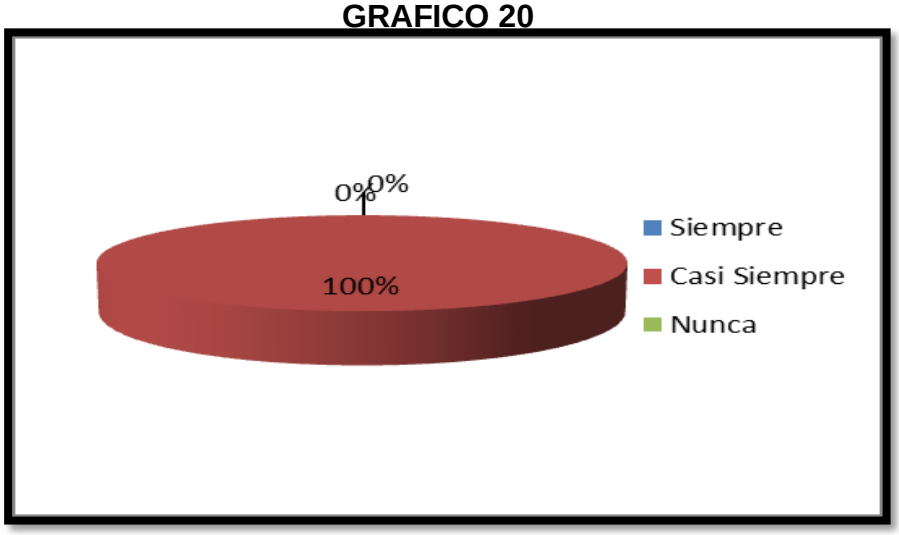
Pregunta nº10 ¿Es habitual la colaboración para sacar adelante un trabajo?

Cuadro 23. Colaboración para sacar adelante un trabajo.

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi Siempre	4	100%
Nunca	0	0%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado por: La autora

GRAFICO 20



Análisis: el 100% de los empleados respondió casi siempre en la colaboración para sacar adelante un trabajo.

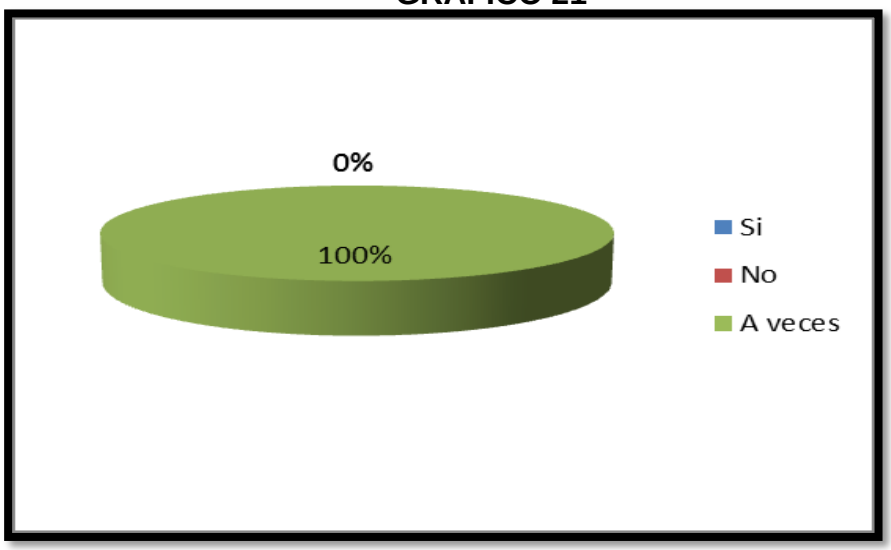
Pregunta nº11 ¿Se siente parte de un equipo de trabajo?

Cuadro 24. Se siente parte de un equipo de trabajo.

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	0	0%
A veces	4	100%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado por: La autora

GRAFICO 21



Análisis: Los empleados con un 100% contesto a veces no ser parte de un equipo de trabajo.

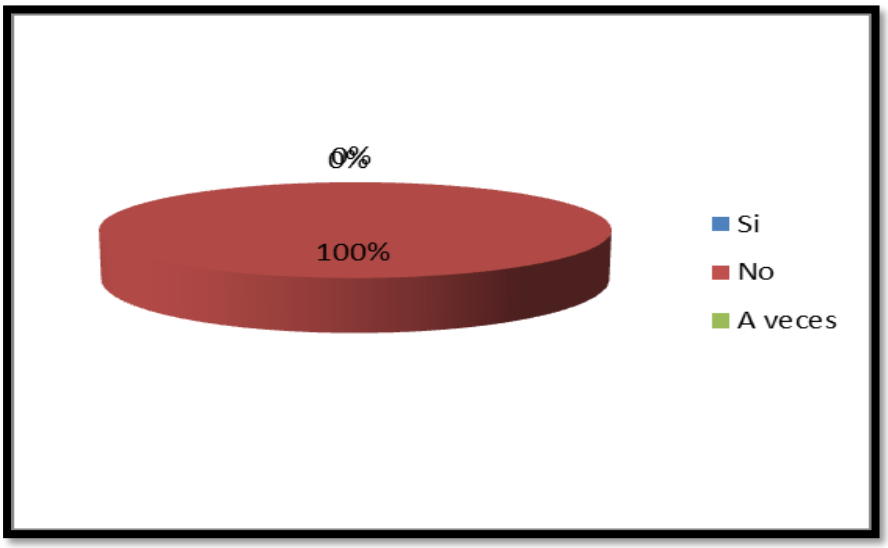
Pregunta nº12 ¿Le resulta fácil expresar sus opiniones en su grupo de trabajo?

Cuadro 25. Expresa sus opiniones en su grupo de trabajo.

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	4	100%
A veces	0	0%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado por: La autora

GRAFICO 22



Análisis: Los empleados respondieron con una negativa de 100% en expresar sus opiniones en el grupo de trabajo.

Pregunta nº13. ¿Recibe un trato adecuado de parte de su jefe?

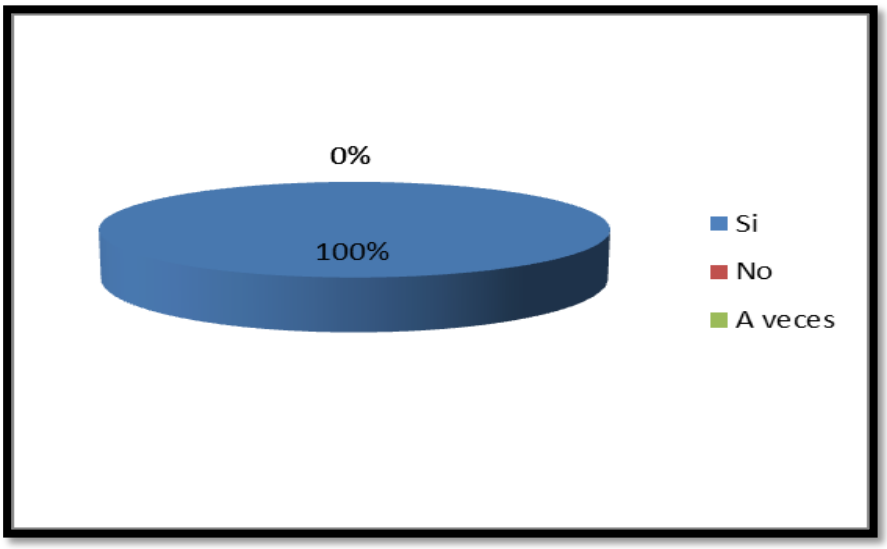
Cuadro 26. Trato adecuado por parte del jefe.

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	4	100%
No	0	0%
A veces	0	0%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"

Elaborado por: La autora.

GRAFICO 23



Análisis: Los empleados contestaron que tienen un buen trato de parte de su jefe.

Pregunta nº14 ¿la comunicación interna dentro de su área funciona correctamente?

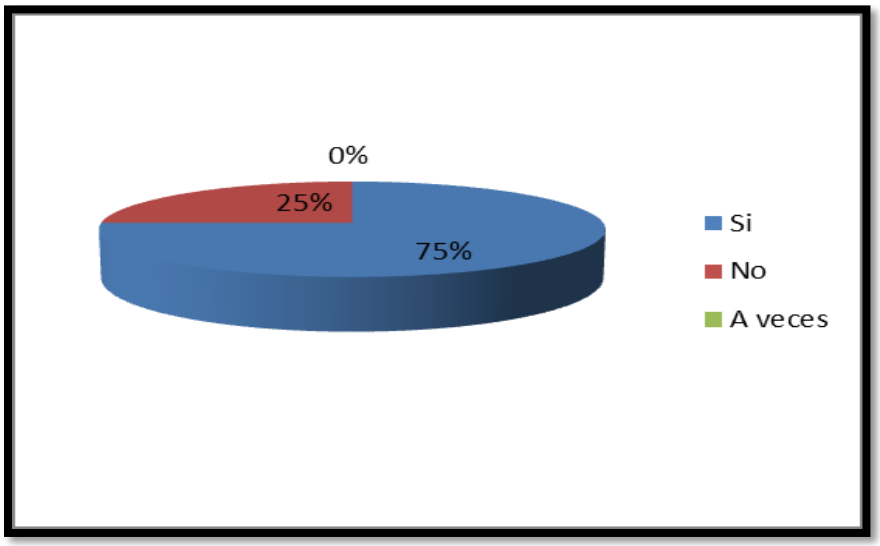
Cuadro 27. La comunicación interna dentro de su área funciona correctamente

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	3	75%
No	1	25%
A veces	0	0%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"

Elaborado por: La autora.

GRAFICO 24



Análisis: Entre los empleados hay una división del 75% que están satisfechos y el otro 25% insatisfecho en la comunicación interna dentro de su área.

Pregunta nº15 ¿Le resulta fácil la comunicación con el jefe y los subalternos?

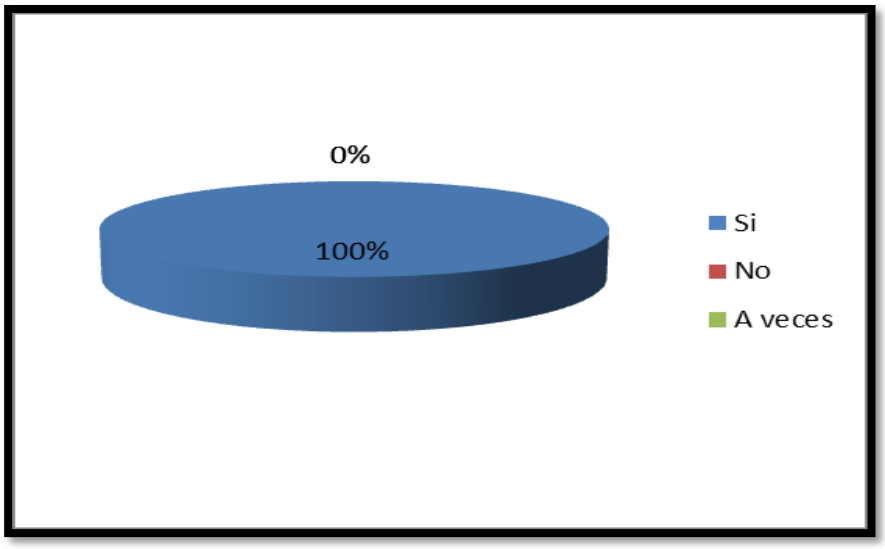
Cuadro 28. Comunicacion con el jefe y subalternos.

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	4	100%
No	0	0%
A veces	0	0%
Total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"

Elaborado por: La autora.

GRAFICO 25



Análisis: el 100% de los empleados contestaron que es grato la comunicación con el jefe y subalternos**.**

Pregunta nº16 ¿Recibe la información necesaria para desarrollar correctamente su trabajo?

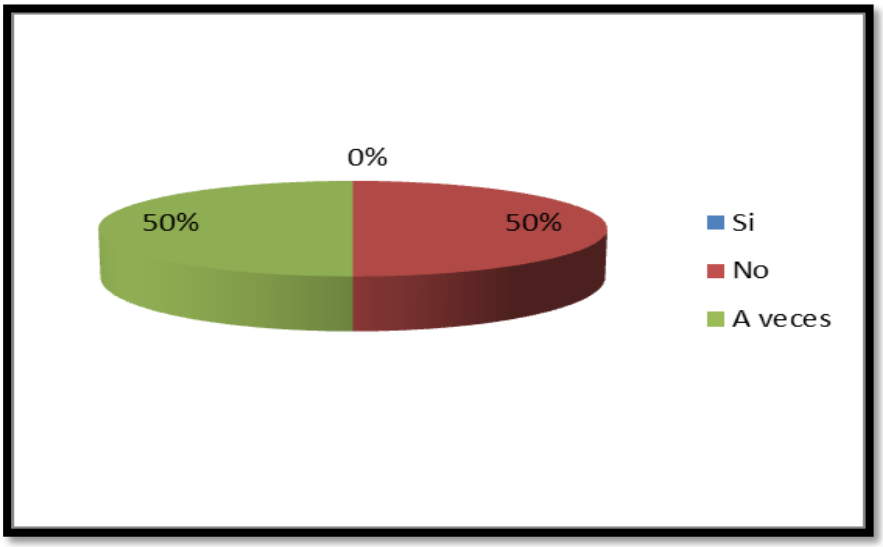
Cuadro 29. Desarrollar correctamente su trabajo

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	2	50%
A veces	2	50%
Total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"

Elaborado por: La autora.

GRAFICO 26



Análisis: la opinión de los empleados fue un 50% negativo que recibe la información necesaria y por otro 50% a veces.

Pregunta nº17 ¿La comunicación entre el personal de su área y los usuarios es buena?

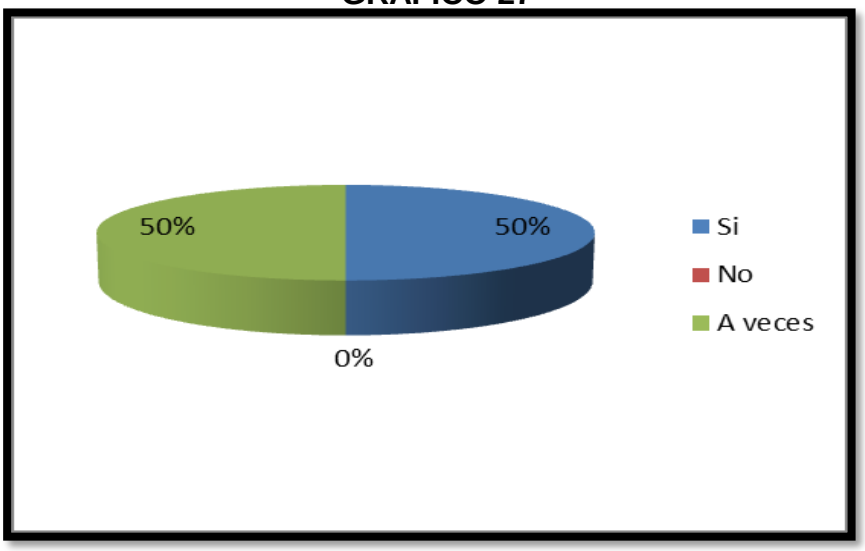
Cuadro 30. Es buena la comunicación entre el personal y usuarios

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	2	50%
No	0	0%
A veces	2	50%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"

Elaborado por: La autora.

GRAFICO 27



Análisis: la comunicación entre el personal de su área y los usuarios tiene un 50% de empleados positivos y el 50% a veces.

Pregunta nº18 ¿La condiciones de trabajo de su área son seguras?

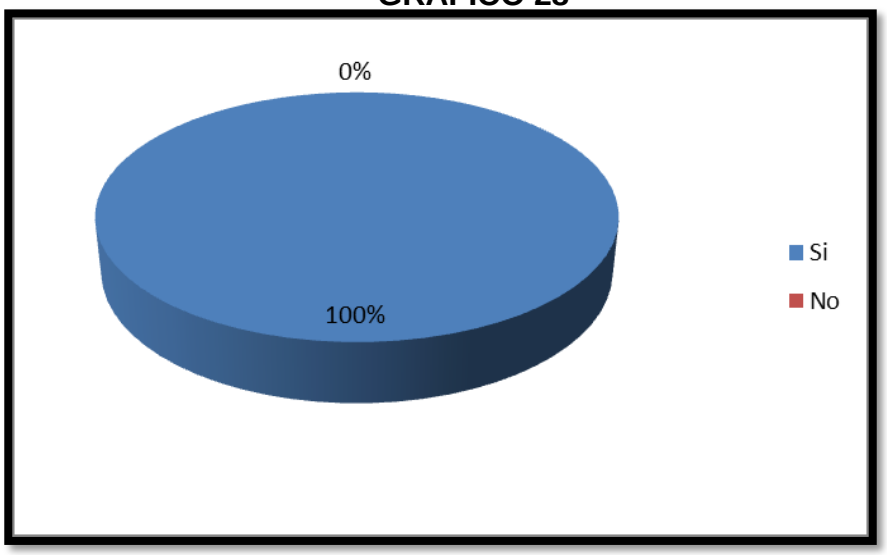
Cuadro 31. Las condiciones de trabajo de su área son seguras

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	4	100%
No	0	0%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"

Elaborado por: La autora.

GRAFICO 28



Análisis: El personal de la empresa se encuentra cómodo con las condiciones de trabajo son seguras.

Pregunta nº19 ¿La herramientas informáticas que utiliza están adaptadas a su trabajo?

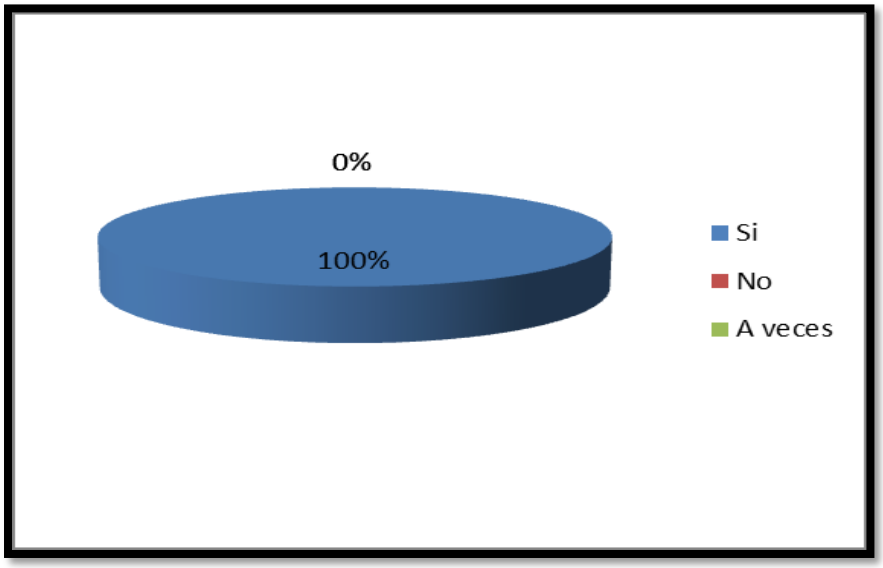
Cuadro 32. Las herramientas informáticas están adaptadas a su trabajo.

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	4	100%
No	0	0%
A veces	0	0%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"

Elaborado por: La autora.

GRAFICO 29



Análisis: los empleados se sienten compensados con el 100% ya que tiene Las herramientas informáticas adaptadas a su trabajo.

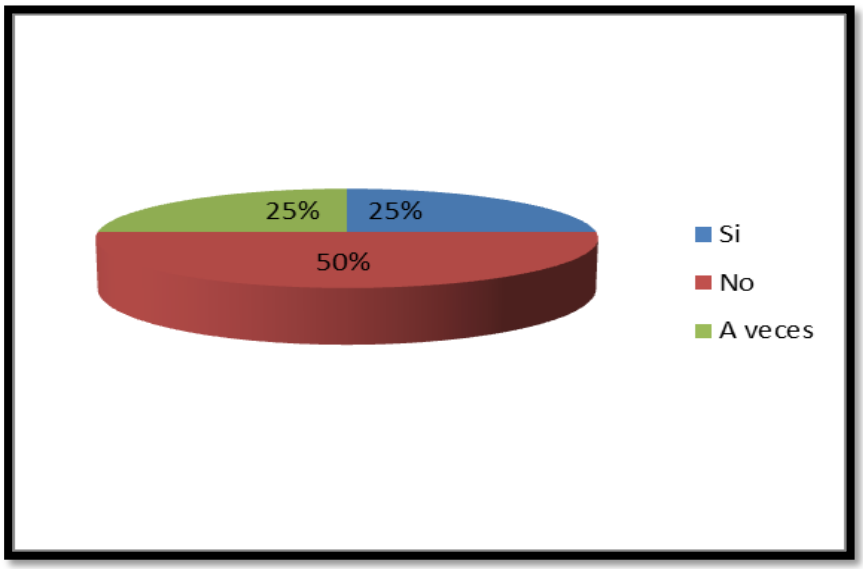
Pregunta nº20. ¿El nombre de la Empresa y su prestigio donde trabaja son gratificantes para usted?

Cuadro 33. La empresa para usted es gratificante.

ALTERNATIVAS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	1	25%
No	2	50%
A veces	1	25%
total	**4**	**100%**

Fuente: Personal de la empresa "Orve Hogar"
Elaborado por: La autora.

GRAFICO 46



Análisis: Para el 25% de los empleados la empresa es gratificante mientras que el 50% respondió que no y el 25% a veces.

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

4.1.3. Entrevista dirigida al Gerente de la Empresa de "Orve Hogar" de la ciudad de Quevedo.

1.- ¿Cuál es el giro comercial de su empresa?

El giro comercial de la empresa es la comercialización de electrodomésticos al por mayor y menor, teniendo las marcas reconocidas como ICESA, DINON, PHILIPS Y SINGER, Línea blanca, teléfonos celulares y la nueva adquisición de motos y motonetas.

2.- ¿Cuáles son las funciones principales que usted desempeña?

La Administración total de la empresa, toma de decisiones tener contacto directamente con los clientes, proveedores.

3.- ¿Implementa usted el Coach a sus empleados?

La mayor parte trato que mis empleados sean capaces de sacar sus habilidades. Al exterior y mejorar la comunicación o las relaciones interpersonales.

4.- ¿Considera que posee el apoyo y colaboración de todos los que trabajan en la empresa?

Trata de tener una comunicación diaria con ellos y tratar de hacer un clima laboral que se sienta como parte de la empresa y motivarlos para trabajar y colaborar con entusiasmo en la empresa.

5.- ¿Creé usted que cuenta con el personal apropiado para ser una empresa competente?

Por el momento si, la empresa quedará con el personal que tiene hasta tener ventas mayores a las de la actualidad.

6.- ¿Qué tanto creé usted que conoce los productos que comercializa?

El conocimiento de los productos cree conocerlos bien ya que fue parte de sus estudios tuvo que ver con la carrera de marketing y con la experiencia que ha adquirido en este tiempo en la empresa va conociendo la calidad de los productos.

7.- ¿Qué productos de los que comercializa son los más demandados por sus clientes?

Los artículos más demandados por los clientes son: aire acordonado Split, lavadoras CS WHIRL'POOL, LED SAMSUNG, Refrigeradora Mabe.

8.- ¿Cuál es la ventaja que usted cree que posee su empresa?

La ventaja de la empresa son los precios y la buena calidad que ofrece a los clientes.

¿Porque?.. Son precios cómodos acorde a los clientes. Se tiene un conocimiento de hace tiempo lo que facilita el contacto con los proveedores.

9.- ¿Considera usted que los medios de comunicación que maneja la empresa son los apropiados para tener contacto con sus clientes?

Entre los medios de comunicación que maneja la empresa para dar a conocer sus productos a los clientes no han sido muy favorables para la empresa, ya que por la ubicación no ha sido muy próspero.

4.1.4. Análisis de la entrevista con el Gerente de la empresa "Orve Hogar".

La empresa **"Orve Hogar"** tiene como principal actividad la comercialización de electrodomésticos al por mayor y menor, marcas reconocidas como ICESA, DINON, PHILIPS y SINGER., línea blanca, teléfonos celulares y la nueva incorporación de motos y motonetas.

Actualmente el papel que desempeña el gerente general es la administración en general, la toma de decisiones, tener contacto directamente con los clientes y contactos con los proveedores.

Considerando el apoyo que recibe de parte de los empleados, trata el gerente general de tener una comunicación diaria con ellos y tratar de hacer un clima laboral que se sienta como parte de la empresa y motivarlos para trabajar y colaborar con entusiasmo en la empresa.

Por el momento la empresa quedará con el personal que tiene hasta tener ventas mayores a las de la actualidad. El conocimiento de los productos por parte del jefe de almacén cree conocerlos bien ya que parte de sus estudios tuvo que ver con el marketing y con la experiencia que va adquiriendo en este tiempo en la empresa va conociendo la calidad del producto.

Los artículos más demandados por los clientes son: aire acordonado Split, lavadoras CS WHIRL'POOL, LED SAMSUNG, Refrigeradora Mabe. Etc… conociendo las características de los productos.

La ventaja actual de la empresa son los precios y la buena calidad que ofrece a los clientes, ¿Porque? Son precios cómodos ya que se tiene conocimientos de hace tiempo lo que facilita contactar a los proveedores.

Entre los medios de comunicación que maneja la empresa para dar a conocer sus productos a los clientes no han sido muy favorables para la empresa, ya que por la ubicación no ha sido muy próspero.

4.2. Comprobación o disprobación de la Hipótesis.

Objetivos	Hipotesis	Preguntas tomadas como base de comprobacion	conclusión
Objetivo G. Evaluar la gestión del talento humano de la empresa "Orve Hogar" y su incidencia en la atencion en el cantón Quevedo, 2013	**Hipotesis G.** El analisis de la gestión de talento humano de la empresa "Orve Hogar"en la ciudad de Quevedo, optimizara la atencion al cliente generando la satisfacción del mismo	Preguntas de la entrevista al señor Gerente. preguntas 1,3,7, de la encuesta a los clientes. preguntas 4, 6, 17, de la encuesta a los empleados.	Se acepta la hipotesis General ya que se comprueba en las preguntas indicadas.
Objetivo E. 1 Analizar los motivos de la deficiencia en la atención al cliente de la empresa "Orve Hogar" de la ciudad de Quevedo.	**Hipotesis E.1** El mejoramiento de la gestion de talento humano ayudara a incrementar la rentabilidad en la empresa "Orve Hogar" en la ciudad de Quevedo año 2013	Preguntas de la entrevista al señor Gerente. pregunta 4 de la encuesta a los clientes. preguntas 2,14,18, de la encuesta a los empleados.	Se acepta la hipotesis nº 1 especifica ya que se comprueba en las preguntas indicadas.
Objetivo E. 2 Establecer la motivación necesaria para el personal que contribuya a mejorar la competitividad y rentabilidad de la empresa "Orve Hogar" en el año 2013.	**Hipotesis E.2** La capacitación del recurso humano mejorará la productividad del personal en la empresa "Orve Hogar" en la cuidad de Quevedo año 2013.	Preguntas de la entrevista al señor Gerente. pregunta 7 de la encuesta a los clientes. preguntas 6,21,35, de la encuesta a los empleados.	Se acepta la hipotesis nº 2 especifica ya que se comprueba en las preguntas indicadas.

Conclusión parcial:

Se pudo notar que de acuerdo a la investigación realizada en cuanto a los manifestado en la hipótesis tanto general y específica, esta comprobadas de acuerdo con el criterio de los encuestados, cuyo aporte es importante en esta investigación.

CAPITULO V

CONCLUSIONES

5.1. CONCLUSIONES.

- Los productos de la empresa son de calidad y sus precios son cómodos, ya que así lo manifiestan los clientes pero manifiestan que se debe mejorar la atención al cliente a través de un buen desempeño laboral dentro de la empresa.

- En cuanto al desarrollo profesional del personal, los cargos en los que se desempeñan no les ha permitido crecer, porque no se ha brindado la atención requerida, lo cual es un factor que no ayuda a que los trabajadores cumplan con sus metas personales, así como de la organización.

- Por medio de las técnicas de investigación, se evidenció que el personal tiene desbalance de conocimientos, necesidad de ser capacitados de acuerdo a las diferentes funciones que realizan y a las prioridades de cada puesto.

5.2. RECOMENDACIONES

- Mejorar la atención al cliente, a través de un buen desempeño laboral dentro de la empresa ofreciendo atención personalizada y siendo más eficientes con la entrega del producto, para que los clientes se sientan satisfechos en todos los aspectos.

- Premiar el desempeño del personal a través de incentivos y reconocimientos para mantener el buen nivel y mejorar el que se encuentra en niveles mínimos, logrando así que cada empleado se sienta motivado en su puesto de trabajo.

- Capacitar a los empleados en todas las áreas para mejorar el servicio al cliente y poder atraer nuevos mercados, beneficiando al desarrollo económico de la empresa.

CAPITULO VI

LITERATURA CITADA

6.1. BIBLIOGRAFÌA

- ✓ ARANEDA, D &CALDERON, C. (2008) Modelo de Evaluación de Competencia para la Gestión de Recursos Humanos, Tesis para optar el título de Psicología, Universidad Diego Portales, Santiago de Chile.

- ✓ ALLES, M.A. (2009). DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO BASADO EN COMPETENCIAS, Nueva Edición. Ediciones Graníca, Argentina.

- ✓ DENTO, D.K (2008) Calidad en los Servicios a los Clientes, España: Díaz de Santos, S.A., edición nueva.

- ✓ ESCUDERO, J. (2011). GESTION COMERCIAL Y SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE, España, graficas rogar.

- ✓ HITT, MICHAEL; BLACK, STEWART; PORTER, LYMAN, (2008) Administración, Novena Edición. Pearson Education, México, Pág. 8

- ✓ IDALBERTO CHAVENATO; (2009) GESTIÓN DE TALENTO HUMANO, México: Mc. Graw Hill.

- ✓ JHON, R; SCHERMERHORN, J. (2008). Administration, Editorial Limusa, S. A. México. D, F. pág. 5-6.

- ✓ LUZ MARTHA (2008) GUIA DIDACTICA Y MODULO, Colombia.

- ✓ ROBBINS, STEPHEN; COULTER, MARY (2008), Administration, Novena Edición, Pearson, Educación, México, Pág. 8.

- ✓ RICHARD L DAFT. (2008) Administration, Thonson, Nueva Edición, México, pág. 210-211.

- ✓ WENTHER, (2008) ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL Y RECURSOS HUMANOS, Mc. Graw Hill.

7.1. LINKOGRAFIAS

- http:// www. administración.
- http:// www. administración, moderna.
- http:// www. monografía.com
- http:// www. conducentuempresa.com
- http:// www. marketing – xxi.com
- http:// www. marketing en el siglo xxi. 3er Edición.
- htpt:// www. ehowenespañol.com
- http:// www. Orvehogar.com.ec

ANEXOS

Anexo # 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Encuestas dirigida a los clientes de la Empresa de Electrodomésticos "Orve Hogar" de la ciudad de Quevedo.

Objetivo: Evaluar la Gestión de Talento Humano y su incidencia en la atención al cliente.

1.- ¿Qué importancia tiene para usted, la calidad en el servicio al cliente?

alternativas	
Mucha Importancia	
Poca Importancia	
No es importante	

2.- ¿Cómo considera los precios que ofrece la empresa?

Alto	
Medio	
Bajo	

3.- ¿Los empleados son siempre amables?

alternativas	
Si	
No	
A veces	

4.-¿ cuáles de los siguientes aspectos considera usted que más sobresalen en el servicio al cliente en este almacén.?

alternativas	
atención de vendedores	
atención telefónica	
tiempo de espera al comprar	
tiempo de entrega a domicilio	

5.-¿ considera usted que la asesoría técnica que se le brinda es la adecuada para realizar una buena compra..?

alternativas	
Si	
No	

6.- ¿Alguna vez ha hecho algún reclamo por mal servicio en la compra de electrodomésticos?

alternativas	
Si	
No	

7.- ¿Usted cree que la capacitación es importancia?

alternativas	
Si	
No	

8.- ¿Qué promociones le gustaría que ofreciera la empresa a usted como cliente?

alternativas	
Rifa de premios	
descuentos	
regalos	
otros	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo # 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Encuestas dirigida Al personal de la Empresa de Electrodomésticos "Orve Hogar" de la ciudad de Quevedo.

Objetivo: Evaluar la Gestión de Talento Humano y su incidencia en la atención al cliente.

1.- ¿Cómo Se ha sentido trabajando en esta empresa?

Muy satisfecho	insatisfecho	satisfecho	muy satisfecho
☐	☐	☐	☐

2.- ¿El trabajo en su área está bien organizado?

Muy satisfecho	insatisfecho	satisfecho	muy satisfecho
☐	☐	☐	☐

3.- ¿Sus funciones y responsabilidades están bien definidas?

Si	No	A veces
☐	☐	☐

4.- ¿Las cargar de trabajo están bien definidas?

Si	No	A veces
☐	☐	☐

5.- ¿En su puesto de trabajo puede desarrollar al máximo sus habilidades?

Si ☐ No ☐ A veces ☐

6.- ¿Recibe información de cómo desempeña su trabajo?

Si ☐ No ☐ A veces ☐

7.- ¿El responsable de su área demuestra conocimiento y dominio de sus funciones?

Muy satisfecho ☐ insatisfecho ☐ satisfecho ☐ muy satisfecho ☐

8.- ¿El responsable soluciona los problemas de una manera eficaz?

Siempre ☐ Casi siempre ☐ A veces ☐

9.- ¿Cómo califica su relación con los compañeros de trabajo?

Muy Bueno ☐ Bueno ☐ Regular ☐

10.- ¿Es habitual la colaboración para sacar adelante un trabajo?

Siempre ☐ Casi siempre ☐ Nunca ☐

11.- ¿Se siente parte de un equipo de trabajo?

Si ☐ No ☐ A Veces ☐

12.- ¿Le resulta fácil expresar sus opiniones en su grupo de trabajo?

Si ☐ No ☐ A veces ☐

13.- ¿Recibe un trato adecuado de su jefe?

Si ☐ No ☐ A Veces ☐

14.- ¿La comunicación interna dentro de su área funciona correctamente?

Si ☐ No ☐ A veces ☐

15.- ¿Le resulta fácil la comunicación con su jefe y sus subalternos?

Si ☐ No ☐ A veces ☐

16.- ¿Recibe la información necesaria para desarrollar correctamente su trabajo?

Si ☐ No ☐ A veces ☐

17.- ¿La comunicación entre el personal de su área y los usuarios es buena?

Si ☐ No ☐ A veces ☐

18.- ¿Los condiciones de trabajo de su área son seguras?

Muy Bueno ☐ Bueno ☐ Regular ☐

19.- ¿Las herramientas informáticas que utilizan están adaptadas a su trabajo?

Si ☐ No ☐ A veces ☐

20.- ¿El nombre de la Empresa y su prestigio donde trabaja son gratificantes para usted?

Si ☐ No ☐ A veces ☐

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo # 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Entrevista dirigida al Gerente de la Empresa de **"Orve Hogar"** de la ciudad de Quevedo.

1.- ¿Cuál es el giro comercial de su empresa?

2.- ¿Cuáles son las funciones principales que usted desempeña?

3.- ¿Implementa usted el Coach a sus empleados?

4.- ¿Considera que posee el apoyo y colaboración de todos los que trabajan en la empresa?

5.- ¿Creé usted que cuenta con el personal apropiado para ser una empresa competente?

6.- ¿Qué tanto creé usted que conoce los productos que comercializa?

7.- ¿Qué productos de los que comercializa son los más demandados por sus clientes?

8**.-** ¿Cuál es la ventaja que usted cree que posee su empresa?

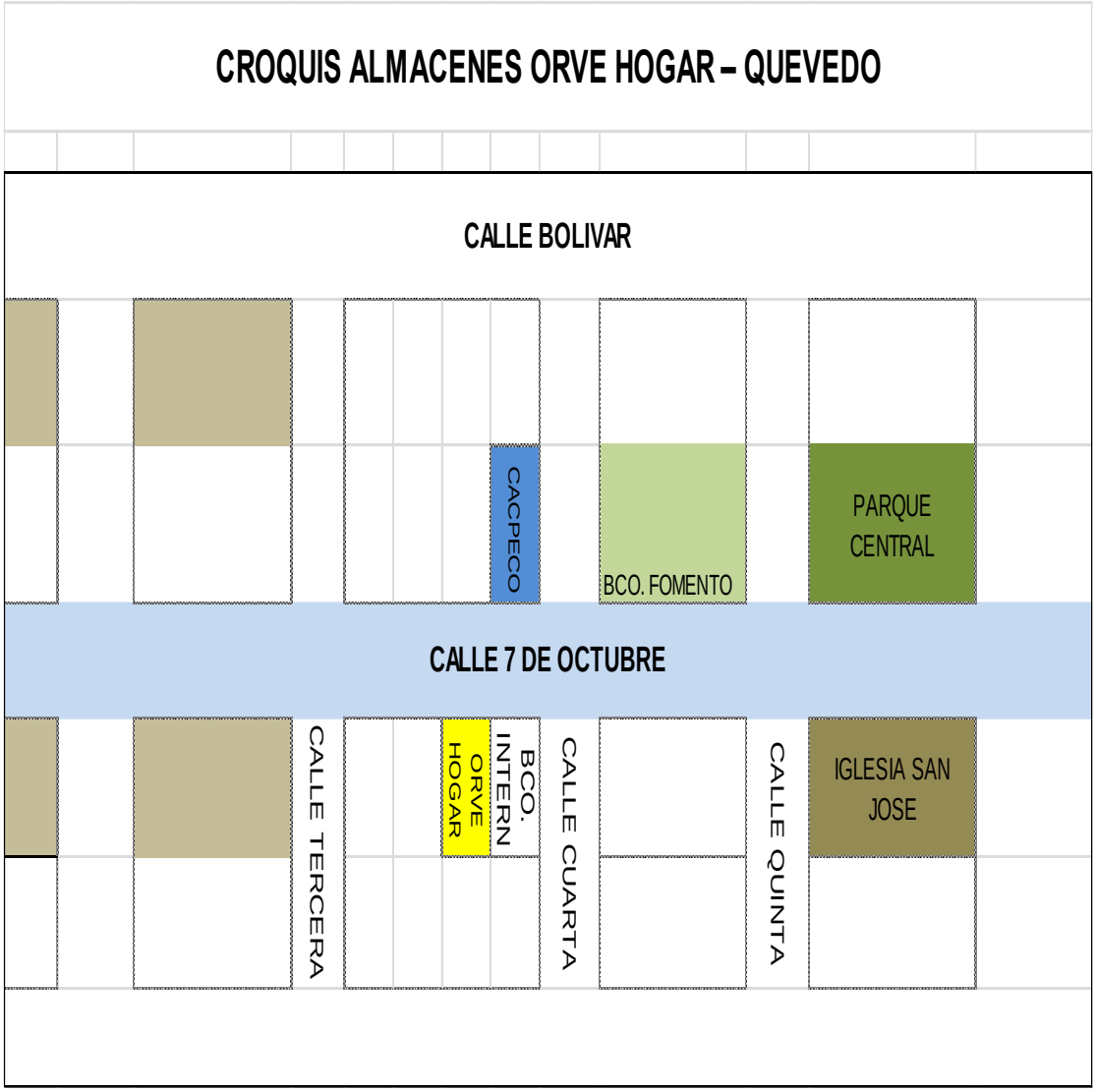
¿Por qué?

9.- ¿Considera usted que los medios de comunicación que maneja la empresa son los apropiados para tener contacto con sus clientes?

¿Cómo cuáles?

Anexo# 4

Anexo# 5


CROQUIS ALMACENES ORVE HOGAR – QUEVEDO
CALLE BOLIVAR
CALLE 7 DE OCTUBRE
CALLE TERCERA
ORVE HOGAR
BCO. INTERN
CACPECO
CALLE CUARTA
BCO. FOMENTO
CALLE QUINTA
IGLESIA SAN JOSE
PARQUE CENTRAL