

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

"LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA J&G ACCESORIOS, PARROQUIA CONOCOTO, CANTON QUITO, PROVINCIA PICHINCHA, AÑO 2025"

AUTORES:

IRIS CRISTINA PAGUAY OCAMPO

JENRRY ALEXANDER PALOMO GUALLCO

DIRECTOR

Dr. Luis Ricardo Villacis Monar

PARES ACADÉMICOS

Econ. Sergio Enrique Fierro Barragan

Econ. Raul Marcelo Chavez Benavidez

GUARANDA – ECUADOR

2026

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"La cultura organizacional y su incidencia en la calidad del servicio al cliente en la Empresa J&G ACCESORIOS, Parroquia Conocoto, Cantón Quito, Provincia Pichincha, año 2025"

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a dios por darme la salud y la vida, por guiarme en mi camino y brindarme la sabiduría en este proceso, por permitirme transcurrir esta etapa de formación, compartir experiencias junto a familia y amistades nuevas dentro de la universidad. De igual forma agradezco a dios por darme una madre que ha sido una fuente de inspiración, constancia y dedicación para conseguir lo que uno se propone en la vida. Agradezco a mi director y pares académicos por compartir sus conocimientos, por su orientación a lo largo de estos procesos y por motivarme a dar siempre lo mejor de mí.

Jenrry Alexander Palomo Guallco

Quiero comenzar expresando que agradezco a mi Dios por darme la oportunidad de llegar hasta aquí un camino que no ha sido nada fácil y que no habría podido hacerlo sola agradezco a mi familia que me ha apoyado constantemente en mi culminación de este largo camino a las amistades que conocí dentro de la universidad sin dejar de lado a los docentes que me han ido formando a lo largo de la carrera. Agradezco con todo mi corazón a mis padres que han sacrificado su bienestar por el mío a mis hermanos que han sido un apoyo moral constante y no han dejado que me dé por vencida, a la nueva familia que he encontrado y me han ayudado así mismo hasta el último y por finalizar doy gracias también al director y a los pares académicos que me han guiado y compartido sus conocimientos al brindarme un espacio y la formación necesaria para llevar con satisfacción esta investigación.

Iris Cristina Paguay Ocampo

DEDICATORIA

Dedico este logro tan importante a Dios y a la Virgen de Agua Santa de baños ya que a pesar de las dificultades nunca me ha abandonado y me ha guiado en todo el proceso universitario. De igual forma a mis padres por haberme apoyado en todo lo necesario, los cuales son un pilar fundamental en mi vida para seguir adelante a pesar de los tropiezos y malos momentos que se han ocasionado al pasar el tiempo, además de difundirme los valores primordiales para ser una persona de bien. A mi madre que ha sido mi razón de seguir persistiendo para alcanzar el título en la carrera de Administración de Empresas, donde confió en mí, y nunca me ha dejado solo, guiándome a ser alguien mejor en la vida. Además de tener un buen futuro como ellos bien lo dicen te ayudaremos hasta donde podamos, el resto es tu propio esfuerzo para tu propia superación y nunca olvidando de donde se viene, confiando siempre en Dios.

Jenrry Alexander Palomo Guallco

Este trabajo lo quiero dedicar primero a Dios a quien he pedido tanto que me ayude, a mis padres por su amor incondicional, el apoyo constante que me han dado, la paciencia que me han brindado siendo ellos mis acompañantes y pilar fundamental a lo largo de este camino, a mis hermanos que me han enseñado a no rendirme. A los amigos que han estado ahí a pesar de los momentos tensos que he tenido a lo largo de la carrera, a la familia por parte del padre de mi hijo que me han cuidado estando aquí en la carrera y por último quiero dedicar este trabajo a mi pequeño hijo Eithan que ha sido mi mayor motivación recordándome que llego en mi mejor momento para acompañarme en mi finalización de carrera y que por él debo seguir para construirle un mejor futuro.

Iris Cristina Paguay Ocampo

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

DR. LUIS RICARDO VILLACIS MONAR, ECON. SERGIO ENRIQUE FIERRO BARRAGAN Y ECON. RAUL MARCELO CHAVEZ BENAVIDES en su orden Director y Pares Académico del Trabajo de Titulación **"LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA J&G ACCESORIOS, PARROQUIA CONOCOTO, CANTÓN QUITO, PROVINCIA PICHINCHA, AÑO 2025"** desarrollado por los estudiantes **JENRRY ALEXANDER PALOMO GUALLCO Y IRIS CRISTINA PAGUAY OCAMPO.**

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Administración de Empresas.**

Guaranda, 2026

Dr. Luis Ricardo Villacis Monar
Director

Econ. Sergio Enrique Fierro Barragan
Par Académico

Econ. Raul Marcelo Chavez Benavides
Par Académico

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

DERECHOS DE AUTOR

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Yo/nosotros **Jenrry Alexander Palomo Guallo** y **Iris Cristina Paguay Ocampo** portador/res de la Cédula de Identidad No **1851017887** y **1754130910** en calidad de autor/res y titular/ es de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **"La cultura organizacional y su incidencia en la calidad del servicio al cliente en la Empresa J&G ACCESORIOS, parroquia Conocoto, cantón Quito, provincia Pichincha, año 2025."**, Modalidad Proyecto de Investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Jenrry Alexander Palomo Guallco
Firma

Iris Cristina Paguay Ocampo
Firma

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. 4
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 4
1.1 Descripción del Problema 4
1.2 Formulación del Problema 6
1.3 Preguntas de Investigación 6
1.4 Justificación 7
1.5 Objetivos: General y Específicos 8
1.5.1 Objetivo General: 8
1.5.2 Objetivo Específicos: 8
1.7 Variables 8
1.7.1 Operacionalización de variables 9
CAPÍTULO II. 11
MARCO TEÓRICO 11
2.1 Antecedentes 11
2.2 Marco Científico 14
2.3 Marco Conceptual 23
2.4 Legal 24
2.4.1. (CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR) . 25
2.4.2 (CODIGO DEL TRABAJO) 28
2.4.3. (NORMA TECNICA PARA MEDICION DE CLIMA LABORAL DEL SERVICIO PUBLICO) 30
2.5 Georreferencial 33
CAPÍTULO III. 34
METODOLOGÍA 34
3.1 Tipo de Investigación 34

3.2 Enfoque de la investigación 35
3.3 Métodos de Investigación..... 36
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos 37
3.5 Universo, Población y Muestra 38
3.6 Procesamiento de la Información 38
CAPÍTULO IV. 39
RESULTADOS Y DISCUSIÓN 39
4. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados 39
CAPÍTULO V. 57
PROPUESTA 57
5.1 Tema: 57
5.2 Introducción: 57
5.3 Justificación: 58
5.4 Objetivos: 58
5.4.1 Objetivo General 58
5.4.2 Objetivos Específicos 58
5.5 BLOQUE 1. Formulación y socialización de Misión, Visión y Valores 60
Misión 60
Visión 62
Valores Institucionales 63
5.6 BLOQUE 2. Estrategias de Capacitación, Incentivos e integración 65
Plan de Capacitación. 65
Sistemas de incentivos e integración 77
Plan de integración. 80
5.7 BLOQUE 3. Atención al cliente, seguimiento y evolución 83

Protocolo de atención al cliente. 83

Modelo de seguimiento 85

Proceso de evaluación. 89

CONCLUSIONES 95

RECOMENDACIONES 96

BIBLIOGRAFÍA 97

ANEXOS 103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variable independiente. 9
Tabla 2. Variable dependiente..... 10
Tabla 3. Genero..... 39
Tabla 4. Edad 40
Tabla 5. Tiempo de labor 41
Tabla 6. Area que trabaja. 42
Tabla 7. Conocimiento de la cultura organizacional..... 43
Tabla 8. Elementos de la cultura organizacional. 44
Tabla 9. Capacitación recibida..... 45
Tabla 10. Tipos de capacitación..... 46
Tabla 11. Comunicación Interna. 47
Tabla 12. Ambiente laboral..... 48
Tabla 13. Trabajo en equipo..... 49
Tabla 14. Incentivos. 50
Tabla 15. Conformidad de remuneración..... 51
Tabla 16. Cultura Organizacional. 52
Tabla 17. Motivación laboral 53
Tabla 18. Mejoras en la empresa..... 54
Tabla 19. Temáticas de Capacitación..... 67
Tabla 20. Temas y horas de capacitación..... 73
Tabla 21. Presupuesto de capacitación..... 74
Tabla 22. Cronograma del plan de capacitación 75
Tabla 23. Plan de Incentivos 77
Tabla 24. Plan de Integración..... 80
Tabla 25. Presupuesto Total de la propuesta..... 82
Tabla 26. Protocolo de atención al cliente. 83
Tabla 27. Modelo de Seguimiento 86
Tabla 28. Modelo de seguimiento de capacitación 87
Tabla 29. Proceso de Evaluación. 89
Tabla 30. Modelo de evaluación. 90
Tabla 31. Encuesta de evaluación 91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Características de la cultura organizacional. 15
Figura 2 Ubicación de la empresa J&G ACCESORIOS 33
Figura 3.Genero..... 39
Figura 4. Edad. 40
Figura 5. Tiempo que labora. 41
Figura 6. Area de trabajo..... 42
Figura 7. Conocimiento de la cultura organizacional. 43
Figura 8. Elementos de la cultura organizacional. 44
Figura 9. Capacitación recibida..... 45
Figura 10. Tipo de capacitación. 46
Figura 11. Comunicación interna. 47
Figura 12. Ambiente laboral. 48
Figura 13. Trabajo en equipo. 49
Figura 14. Incentivos..... 50
Figura 15. Conformidad de remuneración. 51
Figura 16. Cultura Organizacional. 52
Figura 17. Motivación laboral. 53
Figura 18. Mejoras en la empresa. 54
Figura 19. Diseño de la misión. 61
Figura 20. Diseño de la Vision..... 62
Figura 21. Diseño Certificado de Finalización. 76

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1. Cronograma de Gantt. 104
Anexos 2. Presupuesto Ejecutado. 106
Anexos 3. Encuesta. 107
Anexos 4. Entrevista 111
Anexos 5. Fotografías 113
Anexos 6. Matrices..... 115
Anexos 7. Carta de aceptación de la empresa. 118
Anexos 8. Certificado compilation 119
Anexos 9. Captura..... 120

INTRODUCCIÓN

La cultura organizacional ha ido teniendo definiciones distintas a lo largo del tiempo por la que hoy en día se la considera como un recurso o activo intangible con gran importancia para las organizaciones, las investigaciones sobre la cultura organizacional han tenido el enfoque y desarrollo en teorías administrativas, comunicativas u organizacionales siendo un modo de comportamiento e interacción dentro de la empresa el cual lleva a la toma de decisiones y actividades laborales.

Para la investigación que tienen como tema " La cultura organizacional y su incidencia en la calidad del servicio al cliente en la empresa J&G ACCESORIOS, parroquia Conocoto, cantón Quito, provincia Pichincha, año 2026" se realizó el estudio correspondiente en el que se pudo determinar que hay diversas problemáticas como la falta de misión, visión, y valores institucionales, falta de comunicación interna, el desarrollo de habilidades por las debidas capacitaciones correspondientes y como una problemática tenemos lo que es un sistema de incentivos para los colaboradores como parte de su desempeño laboral y la atención brindada, el objetivo de esta investigación tiene como fin determinar la incidencia de la cultura organizacional para lo cual se había realizado un examen previo de la situación actual de la empresa identificando principales elementos que nos sirvieron de guía para la implementación de estrategias cuya será dirigida al fortalecimiento y mejora de calidad del servicio.

RESUMEN

La cultura organizacional no es solamente un elemento para la presentación de las grandes organizaciones esta también es aplicable para todo negocio representando si tendrás éxito o fracaso, se conoce que cuando se habla de cultura organizacional hablamos de un conjunto de valores, normas etc., cuya es establecida por los líderes mediante métodos para la formación de comportamiento y comprensión de los empleados. La investigación tenía como fin determinar cuál es la incidencia de la cultura organizacional en la empresa de J&G ACCESORIOS mostrando que, si carece de distintas relaciones tales como la falta de cultura definida, la comunicación interna, la ausencia de planes de capacitaciones y por último la falta de un sistema o mecanismo para la motivación e integración personal teniendo como secuencia la afectación de un gran desempeño laboral y la atención al cliente. El proyecto de investigación fue desarrollado bajo las siguientes características como un enfoque mixto, un método descriptivo, analítico e inductivo, en cuanto a la obtención de información se realizó mediante instrumentos aplicados como la encuesta que fue dirigida a los trabajadores y la entrevista como destinatario al gerente de la empresa, después de haber recopilar los datos se observó que si existen aspectos que eran necesarios un fortalecimiento en especial en la áreas como ya antes mencionadas. También se evidencio que una buena calidad del servicio al cliente va ligada con el ambiente laboral y el compromiso que existe de los colaboradores, tras los resultados obtenidos como equipo de este trabajo de investigación hemos propuesto estrategias que vayan dirigidas al fortalecimiento de la cultura organizacional.

Palabras clave: Cultura organizacional, Calidad de servicio al cliente, Valores institucionales, Atención al cliente, Ambiente laboral, Comunicación.

ABSTRACT

Organizational culture is not just an element for the presentation of large organizations; it is also applicable to any business, influencing its success or failure. Organizational culture is understood as a set of values, norms, and so on, established by leaders through methods designed to shape employee behavior and understanding. This research aimed to determine the impact of organizational culture at J&G ACCESORIOS, revealing that deficiencies in various areas, such as a lack of a defined culture, poor internal communication, the absence of training plans, and the lack of a system or mechanism for employee motivation and integration, negatively affect job performance and customer service. The research project employed a mixed-methods approach, using descriptive, analytical, and inductive methods. Data collection involved surveys administered to employees and interviews with the company manager. After gathering the data, it was observed that certain aspects required strengthening, particularly in the areas mentioned above. It was also evident that high-quality customer service is linked to the work environment and employee commitment. Based on the results obtained as a research team, we have proposed strategies aimed at strengthening the organizational culture.

Keywords: Organizational culture, Customer service quality, Institutional values, Customer service, Work environment

CAPÍTULO I.

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del Problema

(Porras H., 2024) en su artículo afirma que:

> La cultura organizacional es el conjunto de valores, creencias, normas, comportamientos y artefactos compartidos que caracterizan a una organización. Este concepto abarca los elementos intangibles que definen la identidad y la esencia de una organización. Los países europeos y norteamericanos son los que han adoptado este concepto de manera puntual y como medida de mejora en las organizaciones, se consideran países más desarrollados o países que mantienen disciplinas y costumbres; y una de éstas son preservar el talento humano; sin embargo, a nivel latinoamericano este concepto se ha vuelto introductorio y creciente a raíz de los nuevos cambios que se han presentado en el mundo, como el avance tecnológico y la globalización. (pág. 8)

(Gamarra & Rosales Robles, 2023) mencionan que:

> A nivel internacional, de acuerdo con el análisis factorial confirmatorio, las empresas ya evalúan su cultura con métricas y encuestas concretas: 71 % usa encuestas de compromiso para valorar la cultura, 68 % revisa hallazgos de investigaciones internas y 78 % monitorea reportes de líneas éticas.
>
> Las empresas a nivel mundial intentan incorporar un patrón de conducta común mediante la difusión de creencias y valores compartidos entre sus miembros, de algún modo contemplados en su misión cultural. Pese a ello, enfrentan problemas en el desarrollo de una cultura organizacional de excelencia en el servicio al cliente, donde los colaboradores buscan lograr sus objetivos por caminos diferentes y se producen choques entre actitudes y formas de pensar, generando malos ambientes de trabajo, gente desmotivada y poca productividad. Esto perjudica de manera directa a la

> calidad de servicio, el cual en los últimos años ha ido generando mayor valor entre los usuarios de establecimientos. (pág. 15)

(Russbelt & Almenaba Guerrero , 2022) expresan que:

> En Ecuador, la cultura organizacional enfrenta desafíos particulares que pueden obstaculizar su contribución a la productividad. La estructura jerárquica predominante en muchas organizaciones ecuatorianas puede limitar la flexibilidad y la capacidad de respuesta a las dinámicas cambiantes del mercado, inhibiendo la innovación y la toma de decisiones rápidas. (pág. 35)

Para (Calle Garcia & Zambrano Zambrano, 2024) en su investigación concluyen que:

> Una cultura organizacional sólida, con políticas y prácticas claras orientadas al servicio, es fundamental para mejorar la percepción y satisfacción del cliente, lo que se refleja en la necesidad de fortalecer los valores y normas internas. Aunque la formación en atención al cliente es percibida de manera positiva por la mayoría de los colaboradores, existe un margen considerable para mejorarla. La capacitación continua y adaptada a las necesidades del personal es crucial para garantizar que los estándares de calidad en el servicio sean alcanzados y mantenidos de manera consistente (pág. 433).

La empresa J&G ACCESORIOS se encuentra ubicada en la parroquia Conocoto, cantón Quito, Provincia Pichincha, esta entidad está en el mercado hace 20 años su principal actividad económica es la venta al por menor de maquinaria y aparatos eléctricos como motores, transformadores, aparatos de distribución, control de energía y sistemas eléctricos para hogares.

La presente investigación es identificar problemas que se presentan en la cultura organizacional. Dentro de la empresa se evidencia ciertos factores que afectan el rendimiento y satisfacción de sus trabajadores ya que la institución no cuenta con una misión, visión, valores y principios establecidos, estos aspectos afectan a alcanzar los objetivos de la empresa ya sea a corto plazo como a largo plazo. La falta de comunicación interna es otro factor que genera una deficiencia en la cultura organizacional entre el gerente y el personal, debido a la falta de claridad en los mensajes que se realiza por gerencia a los empleados genera malos entendidos,

retrasando procesos, la coordinación de tareas y toma de decisiones ineficientes. Además, la falta de desarrollo de prácticas de vinculación entre trabajadores ocasiona que no se involucren en la toma de decisiones organizacionales, el trabajo en equipo no se realice de manera unida y exista conflictos entre ellos.

Sin embargo, la falta de una cultura organizacional bien definida ha generado una disminución en la motivación y el compromiso de los empleados, esto impacta negativamente en su desempeño y en su lealtad hacia la empresa. Además, la ausencia de estrategias de incentivos, reconocimiento y desarrollo profesional profundiza este problema, ya que los trabajadores no identifican oportunidades claras de crecimiento dentro de la organización.

Todo esto lleva a que la empresa no se desenvuelva de la manera incorrecta creando un ambiente laboral negativo, el agotamiento del personal y la falta de compromiso con la organización para alcanzar la meta esperada por la empresa.

1.2 Formulación del Problema

¿Cómo influye la cultura organizacional en la calidad del servicio al cliente en la empresa J&G ACCESORIOS, parroquia Conocoto, cantón Quito, provincia Pichincha.?

1.3 Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es el nivel de cultura organizacional que existe actualmente dentro de la empresa J&G ACCESORIOS.?
- ¿Cuál es la relación que existe entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral de los empleados de la empresa J&G ACCESORIOS?
- ¿Qué impacto tendría el mejoramiento de la organización en el fortalecimiento de la cultura organizacional de la empresa J&G ACCESORIOS.?
- ¿Qué estrategias de mejora se podría plantear para mejorar la cultura organizacional y su influencia en la calidad del servicio al cliente en la empresa J&G ACCESORIOS.?

1.4 Justificación

Para la investigación se quiere dar a conocer sobre la cultura organizacional que se lo considera como un activo o recurso intangible que se lo ha aplicado en empresas como en instituciones educativas, pero generalmente su desarrollo se ve más en teorías de administración. La cultura organizacional se estudia desde hace tiempo siendo un factor importante para la gestión cultural correspondiente, la cultura es la línea entre colaboradores y estrategias en donde se visualiza metas, productividad y el bienestar de los trabajadores. Ayudándonos a medir valores, normas e identificando las fortalezas y debilidades dando a conocer sus puntos positivos para la mejora de áreas requeridas y así fortalecer el entorno cultural

La empresa J&G ACCESORIOS es una organización que avanza en el mercado teniendo competencias por ello la calidad de servicio se ha convertido en un factor principal clave para poder retener compradores generando así una mejor fidelidad, en esta investigación se requiere buscar maneras de poder implementar acciones sostenibles para la mejora de experiencias en el cliente y la cultura organizacional que se vea influido directamente en la entrega de un servicio.

El objetivo de esta investigación es proponer estrategias orientadas a mejorar la cultura organizacional con el fin de optimizar la calidad del servicio en la empresa, en este proceso, se busca implementar cambios significativos en áreas clave como la calidad del trabajo, la comunicación, el liderazgo y los procesos internos, con el propósito de potenciar el desempeño de los colaboradores en cada actividad que desarrollan dentro de la organización. Los principales beneficiarios de este estudio serán los propietarios, empleados y clientes de la empresa.

Algunos estudios dan a conocer como la relaciones positivas dentro del ámbito laboral en una cultura organizacional destaca un buen desempeño laboral, debido a que la implicación y adaptabilidad podrían impactar directamente en los resultados financieros como en los resultados de la atención al cliente, por ello esta investigación nos permitirá identificar las características de la cultura organizacional dentro de la empresa y su impacto, observando los resultados que beneficiaran a la empresa promocionando lineamientos de cultura.

1.5 Objetivos: General y Específicos

1.5.1 Objetivo General:

Determinar la incidencia de la cultura organizacional en la calidad del servicio al cliente en la Empresa J&G ACCESORIOS, Parroquia Conocoto, Cantón Quito, Provincia Pichincha

1.5.2 Objetivo Específicos:

- Diagnosticar la situación actual de la cultura organizacional y la calidad de servicio al cliente dentro de la empresa J&G ACCESORIOS.
- Identificar los componentes principales de la cultura organizacional presentes en la empresa J&G Accesorios, parroquia Conocoto, cantón Quito, provincia Pichincha.
- Proponer estrategias de mejoramiento de la cultura organizacional encaminados a mayor eficiencia en la calidad del servicio al cliente en la empresa J&G Accesorios.

1.6 Idea a defender

La cultura organizacional en la empresa J&G ACCESORIOS influye directamente en el desarrollo y condición de la calidad del servicio al cliente. Una cultura organizacional eficiente permite la armonización de los procedimientos internos, estructurar procesos, mejorar la comunicación interna, lo que impacta en la productividad y el compromiso del personal. Así, se fortalece la identidad institucional y se propicia un ambiente de trabajo colaborativo y comprometido con los objetivos estratégicos. El desarrollo consciente y continuo de la cultura organizacional es importante para brindar un servicio al cliente más eficiente.

1.7 Variables

- **Variable Independiente:** Cultura organizacional
- **Variable Dependiente:** Calidad del servicio al cliente

1.7.1 Operacionalización de variables

Tabla 1.

Variable independiente.

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA
Cultura Organizacional.	Independiente.	La cultura organizacional es considerada hoy como uno de los activos o recursos intangibles más importantes de las organizaciones, por lo que se realizan numerosas investigaciones sobre su configuración, tanto en empresas como en instituciones educativas.	Identidad Institucional	Conocimiento de aplicación de la Misión y Visión	Encuesta Entrevista
			Valores Organizacionales	Compromiso, Ética, responsabilidad. Fomento de integración y el respeto	
			Comunicación interna	Retroalimentación de Reuniones, capacitaciones, apertura al diálogo y resolución de dudas	
			Liderazgo	Capacidad de motivación, apoyo al desarrollo profesional del equipo, gestión de dirección y toma de decisiones	

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Tabla 2.

Variable dependiente.

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA
Calidad del servicio al cliente	Dependiente.	La calidad en el servicio se considera una alternativa para que las empresas puedan obtener una ventaja competitiva y sostenible en un entorno económico globalizado. Las pequeñas y medianas empresas deben ofrecer una mayor calidad en el servicio que las empresas grandes, y así obtener la preferencia de los clientes (Juan Silva, Barbara Macías, Edgar Tello Leal & Jesús Delgado, 2021).	Fiabilidad	Cumplimiento del servicio prometido , Precisión en los registros y facturación, Resolución los problemas del cliente.	Encuesta Entrevista
			Capacidad de respuesta	Rapidez en la atención, Agilidad de entrega de productos, Disponibilidad del personal.	
			Seguridad	Confianza y conocimiento del personal, Seguridad en las transacciones y manejo de datos personales.	
			Empatía	Atención Personalizada, Comprensión de las necesidades del cliente, Comodidad y modernización	

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO

En el presente apartado se dan a conocer distintos aportes teóricos sobre conceptos y definiciones relacionados con la cultura organizacional y la calidad de los servicios consultado diversas fuentes bibliográficas y académicas

2.1 Antecedentes

La cultura organizacional es un elemento fundamental en el correcto funcionamiento de las empresas ya que influye en los comportamientos, actitudes y desempeño de los trabajadores.

De acuerdo con (Juan Vesga, Monica Garcia, Eliana Quiroz, Esther Castaño & Maria Aguilar, 2020) en el libro cultura organizacional y cambio, el autor Juan Javier Vasga define que:

> La cultura organizacional es un concepto central en la gestión de las organizaciones en la actualidad, pues tanto directivos empresariales en diversas compañías, como académicos e investigadores, no dudan en concebirlo como un elemento clave en el momento de gestionar y direccionar el rumbo de las organizaciones o de comprender aspectos de su funcionamiento y del comportamiento organizacional (pág. 37).

Para (Rodriguez, 2021) en su artículo sobre la cultura organizacional dice que:

> La cultura organizacional es el conjunto de valores, normas y prácticas que definen la identidad y el funcionamiento interno de una empresa. Este indicador dentro del marco busca orientar a las organizaciones hacia la creación de entornos laborales que fomenten la colaboración, el respeto mutuo y el compromiso de los empleados con los objetivos corporativos. Una cultura organizacional sólida es esencial para garantizar un equilibrio entre las necesidades de los colaboradores y las metas estratégicas de la empresa. Esto implica promover cultura organizacional seguras, justas y dignas que impulsen la productividad, la innovación y el bienestar de todos los integrantes de la organización (pág. 3).

Según (Baron Ballesteros , 2024) en su revista menciona que:

> Ahora bien, entendiendo que la cultura organizacional visualiza elementos referidos hacia los valores, reglas, procedimientos y principios que se comparten entre los miembros, surge entonces entender que en una organización de cultura estable pueden existir la conformación de organizaciones inteligentes, donde desde la base de una buena cultura estas puedan aprender y difundir sus posibilidades de crecimiento (pág. 4).

Según los autores de los estudios realizados anteriormente la cultura organizacional son comportamientos, principios, conjunto de valores, prácticas, costumbres y hábitos que definen la identidad y el funcionamiento interno de la empresa. Al contar con un clima organizacional bueno entre los colaboradores y altos mandos crea entornos laborales que fomenten la colaboración, el respeto mutuo y el compromiso de los empleados con los objetivos a alcanzar por la empresa.

La calidad del servicio es concepto claro en la empresa ya que busca satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes.

Por su parte (Soto Nereyda, Aguilar Rosa, Feliz Jimmy & Soto Elvis, 2024) dicen que:

> El servicio al cliente es la atención y cuidado que se tiene en ofrecer satisfacción al cliente, todo tipo de empresas buscan garantizar su permanencia económica utilizando esta estrategia que les permite alcanzar los objetivos y metas fijados. La mayoría de estas empresas que buscan la calidad de un buen servicio para ser más competitivas adoptan este elemento estratégico y lo convierten en su aliado (pág. 23).

Para (Dany Rodriguez, Ana Arista y José Cruz, 2023) en su artículo explican que:

> La calidad de servicio no solo es un atributo del producto o servicio, sino que es una herramienta importante para la dirección de la compañía, debido a que la calidad es un indicador propio de la competencia empresarial es así, como en la actualidad se denota a la calidad como ética que se ha socializado a nivel mundial y su introducción se refleja en casi todos los propósitos de la vida del ser humano y las entidades en sí. Por lo tanto, la calidad aumenta la competencia de las empresas, los activos intangibles se tornan cada vez más perfectos y advierte errores en los procesos productivos (pág. 66).

Según (Correa Daniel & Velez Leither, 2023) en su trabajo concluyen que:

> La calidad es uno de los principales pilares de la mejora organizacional y está involucrada en la construcción del futuro, apuntando principalmente a la capacidad de entregar productos y servicios a un mercado cada vez más exigente y competitivo. Por lo tanto, los empresarios (tomadores de decisiones) tienen un interés legítimo en encontrar mecanismos o indicadores para evaluar la calidad de sus productos y servicios. Por otro lado, la atención al cliente es sumamente necesaria ya que permiten la satisfacción y fidelidad del cliente al servicio o producto (pág. 11).

La calidad del servicio es un elemento esencial en una empresa ya que esta garantiza que el cliente obtenga su satisfacción por el producto o servicio que se ofrece. Para tener una alta calidad del servicio hay que considerar varios aspectos como la atención, la rapidez, la confiabilidad de los productos y la capacidad de respuesta para cumplir con las necesidades del cliente.

La relación entre la cultura organizacional y la calidad del servicio influye en la actitud y el comportamiento de los trabajadores al momento de atender a los clientes Para (Chamba Molina, 2024) menciona que:

> La cultura organizacional está altamente influenciada con la calidad del servicio, donde por lo general predomina un tipo de cultura al que responden los miembros de la empresa. En esto también inciden las normas, políticas internas, formas de control, liderazgo, acceso a recursos tecnológicos, comunicación interna, entre otros que, en conjunto, constituyen el entorno que caracteriza la cultura de la empresa. Esto quiere decir, que las organizaciones reúnen valores y formas de actuación que finalmente representan la imagen ante terceros, lo que a su vez determina la calidad o no del servicio (pág. 27).

La cultura organizacional y la calidad del servicio es inmediata dentro de ello están los valores, principios, normas y prácticas internas de una empresa que influye en el comportamiento de los colaboradores y el cómo se asisten al cliente. La calidad se basa en la satisfacción del usuario al tener una buena cultura que se oriente al servicio, comunicación y grupo de trabajo esto fortalece a las mejoras del servicio al cliente.

2.2 Marco Científico

2.2.1. Cultura

Según (Guerrero Salazar, Pilaquinga Cantuña, & Guerrero Salazar, 2021) dice que: Se deduce que hablar de cultura no solo constituye mencionar características personales que identifican al individuo como tal, sino que engloba también a aquellas características comunes que le permiten relacionarse con otras personas, entre las que se encuentran: el dialecto, comportamiento, vestimenta, historia, ideas, tradiciones, hábitos, folklore, entre otras (pág. 3).

2.2.2 Cultura organizacional

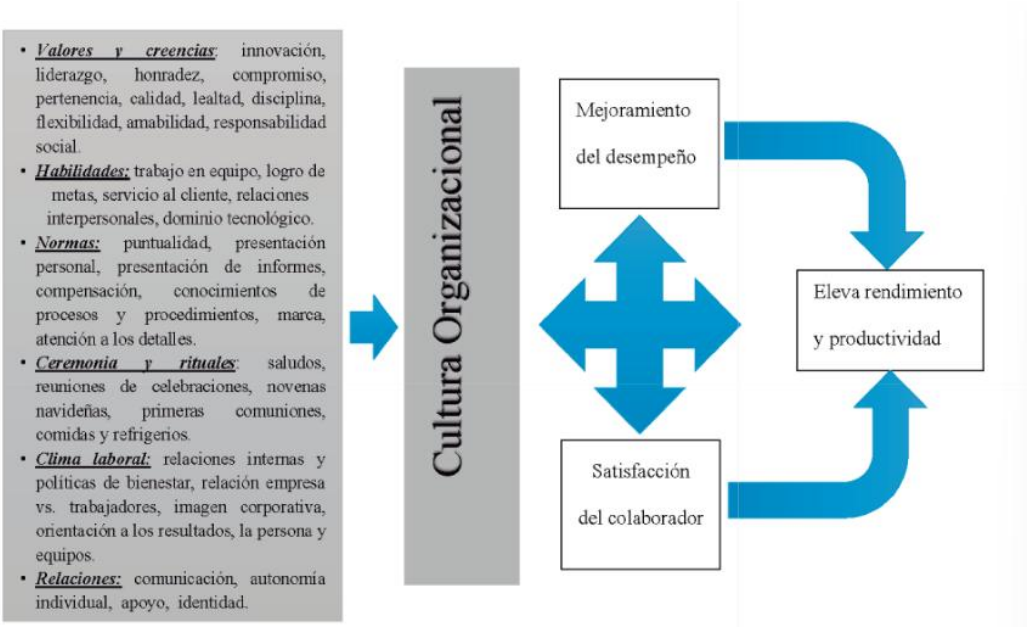
Para (Yopan Fajardo, Jorge Luis; Palmero Gómez, Neysi; Santos Mejía, José Roberto, 2020) en su artículo explica que: La cultura organizacional es el conjunto de valores, creencias y entendimientos importantes que los miembros tienen en común; ofrece formas definidas de pensamiento, sentimiento y reacción que guían la toma de decisiones y otras actividades de los participantes en la organización. Las organizaciones de éxito al parecer tienen fuertes culturas que atraen, retienen y recompensan a la gente por desempeñar roles y cumplir con las metas. Uno de los roles más importantes de la alta administración es dar forma a la cultura que, con personalidad, tendrá un efecto importante en la filosofía y el estilo administrativo (pág. 67).

2.2.3 Características de la cultura organizacional

Entre las principales características de la cultura organizacional destacan:

Figura 1.

Características de la cultura organizacional.



Fuente: (Reinoso Lastra, Vera Calderon, & Ramirez Ramirez, 2023)

2.2.4 Elementos de la cultura organizacional

Para (Reinoso Lastra, Vera Calderon, & Ramirez Ramirez, 2023) algunos elementos que conforman la cultura organizacional son:

Símbolos: Elementos visuales y auditivos, como el logo y el eslogan, que los caracteriza y diferencia de las demás organizaciones. Entre los cuales se pueden identificar números, letras, imágenes, colores, que identifican especialmente una organización.

Valores: los valores son la base de la organización. Orientan el comportamiento y conducta que tendrán los empleados en la empresa. A continuación, enunciamos algunos de los valores que se pueden encontrar en las organizaciones: alegría, altruismo generosidad, aprendizaje, autodominio, autonomía, capacidad, caridad, colaboración, compasión, empatía, esfuerzo, perseverancia, felicidad, fidelidad, franqueza, justicia, honestidad, independencia, integridad, gratitud, entre otros.

Creencias: así como los valores señalan la manera de actuar de las personas de la organización. Lo que la hace diferente es que si los empleados creen plenamente en las metas y objetivos de la organización es más fácil su compromiso para lograrlos. Generalmente son aspectos mediatizados por cuestiones religiosas, éticos y morales relacionados con el contexto de las personas.

Hábitos: hace referencia a aquellas conductas que se vuelven rutinas diarias que tienen los empleados de la organización. Por ejemplo: la manera de saludar y recibir al cliente, las reuniones, los reconocimientos, los horarios.

Historias y anécdotas: estos relatos cuentan acerca de sus pioneros y el surgimiento de la empresa. Narrativas reales que se cuentan a los empleados para desarrollar su sentido de pertenencia.

Trabajo en equipo: es la reunión de personas por afinidad, complemento y orientación al logro de objetivos. Al trabajar en equipo se genera en la organización mayor eficiencia, aumenta el compromiso para el alcance de objetivos, mejoramiento en el clima laboral, mayor cumplimiento en las tareas y funciones asignadas, aumenta la motivación, la satisfacción y la integración en los empleados (pág. 39).

2.2.5 Importancia de la cultura organizacional

Es importante destacar que tanto la cultura fuerte como la débil tienen implicaciones significativas para el funcionamiento de la organización. Una cultura fuerte puede proporcionar una guía clara para el comportamiento de los miembros, fomentar la cohesión y la identificación organizacional, y facilitar la toma de decisiones y la coordinación. Sin embargo, también puede ser resistente al cambio y limitar la adaptabilidad de la organización a nuevos desafíos y circunstancias. Por otro lado, una cultura débil puede ser más flexible y adaptable, permitiendo la diversidad y la innovación, pero también puede dar lugar a conflictos y falta de coherencia. Calero 2022 citado en (Carrasco Ruiz, Aucca Marin, Visa Quispe, Atajo Choquehuanca, & Santacruz Espinoza, 2023)

2.2.6 Identidad Institucional

Para (Raquel Chacaltana, Lorena Flores & Sonia Gómez, 2021) concluyeron que: Para mantener viva la identidad institucional es necesario renovar la imagen de la institución, pero al mismo tiempo lograr que esa imagen que se está proyectando sea positiva, porque permanecerá en la mente del receptor y traerá buenos resultados para la institución, generando con ello un adecuado posicionamiento.

De tal forma que la identidad engloba una serie de factores, desde el involucramiento de los trabajadores, hasta la imagen, el marketing que se le realiza a la institución. (pág. 32)

2.2.6.1 Conocimiento de aplicación de la misión y visión

Para (Bejarano, 2021) en su artículo explica que: El objetivo de una declaración de misión es describir el "qué" y el "quién" de una empresa, y la declaración de visión agrega el "cuándo" "cómo". A medida que una empresa crece, sus metas y objetivos podrían cambiar. Por eso, la Visión debería revisarse constantemente con el fin de determinar el momento en que sea necesario replantear las metas a largo plazo de la organización, a medida que se alcanzan los distintos objetivos. Ahora bien, la declaración de la misión permanece sin cambios en su mayor parte del tiempo y la declaración de la visión puede cambiar en función de los objetivos y metas (pág. 5).

2.2.7 Valores Organizacionales

Según (Irene Cordero, 2021) dice que: Los valores organizacionales son aquellos que los trabajadores y la organización, en general, asumen con elevada importancia; son metas compartidas por la mayoría de las personas de un grupo que suelen dar forma a la conducta del grupo y que con frecuencia persisten en el tiempo, incluso a pesar de que cambien los miembros. Pueden significar fortalezas para la organización si la Dirección sabe emplearlos para desarrollar y ampliar comportamientos; y cuando existen diferencias entre la significación que le otorga la organización y la que le atribuyen sus miembros. (pág. 28)

Para el cumplimiento de los valores organizaciones se debe establecer y socializar cada uno de los indicadores que ayudaran a conseguir la meta deseada.

- **Compromiso:** es una obligación o un acuerdo que alguien asume ante una situación o con otras personas. Esta se considera un valor y una virtud ya que suele facilitar el éxito en proyectos y relaciones.
- **Responsabilidad**: es una cualidad que tiene una persona que cumple con sus obligaciones o promesas y asume las consecuencias de sus actos, cuando los realiza de manera consiente e inconsciente.
- **Fomento de integración y respeto:** se logra creando ambientes inclusivos, valorando la diversidad y practicando la empatía diaria entre las personas. Se basa en educar en un lenguaje de cooperación promoviendo em dialogo intercultural para asegurar que todas las personas sean tratadas con igualdad.

2.2.8 Comunicación Interna

Según (Liliana Cortés, Gabriela Martinez, Jose Torres & Maria Calvillo, 2024) expresan que: La comunicación interna corresponde a la administración del flujo de la información que refuerce las relaciones humanas en las diferentes áreas laborales y en las diferentes direcciones: vertical descendente, ascendente, horizontal, entre otras, generando un clima laboral pertinente, evitando malentendidos que pongan en riesgo el logro de los objetivos organizacionales y en contrapartida que la divulgación sea la que permite que se cumplan los planes y estrategias previamente emanadas de la estrategia global de la institución para apuntalar su proyecto organizativo. (pág. 38)

Para lograr una comunicación interna eficiente dentro de la empresa tanto entre trabajadores como con el gerente de la empresa se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Retroalimentación de reuniones:** es un proceso de comunicación donde se intercambian opiniones, observaciones y sugerencias sobre el desempeño conductas o el desarrollo de un proyecto tras una sesión de trabajo. Esto ayuda a corregir desviaciones mediante el dialogo honesto.
- **Capacitación:** es un conjunto de actividades y un proceso de aprendizaje enfocado en mejorar las habilidades, conocimientos y actitudes de los trabajadores para que realicen sus tareas de una forma eficiente.
- **Apertura al diálogo y resolución de dudas:** es la dispersión de escuchar con el fin de comprender diferentes puntos de vista mientras que la resolución de dudas es el proceso de aclarar confusiones para avanzar en una conversación

2.2.9 Liderazgo

Según (Caudillo Perez, 2024)dice que: Un líder es una persona que ejerce una mayor influencia en los demás, se le considera jefe u orientador, éste presenta la habilidad de convencer a otros de que trabajen con entusiasmo para el logro de los objetivos y metas que pueden ser personales, organizacionales, deportivas, académicas o de cualquier otra índole (pág. 93)

El liderazgo es muy importante en una persona que está guiando a la empresa a cumplir con sus objetivos, para lo cual debe tener el conocimiento y las habilidades necesarias para alcanzar la meta deseada.

- **Capacidad de motivación:** es un conjunto de factores internos y externos que impulsan, dirigen, y mantienen la conducta de una persona hacia lograr cada una de sus metas.
- **Apoyo al desarrollo profesional:** es la mejora personal en la línea de trabajo con la adquisición de nuevas habilidades y de experiencia de trabajo que ayudan a lograr un objetivo personal.
- **Gestión de dirección y toma de decisiones:** es el proceso por el cual los gerentes analizan problemas, evalúan alternativas y eligen el curso de acción más apropiada para lograr los objetivos organizacionales.

2.2.3 Definición de Calidad

"La calidad es algo fundamental dentro de una empresa ya que se debe brindar un producto o servicio de calidad y el cliente es quien tiene la potestad de poder valorarla y concluir si satisface su necesidad." (Mariela Miranda, Patricia Chiriboga, Martha Romero Ligia Tapia & Lenin Fuentes, 2021).

2.2.3.1 Definición de Servicio

Para (Rodriguez Moreno, 2022) explica que: "Un servicio consiste en el trabajo realizado por alguien (un proveedor) en beneficio de otro (cliente), ambas partes interactúan y obtienen un beneficio de la relación, intercambian información y adoptan diferentes roles durante el proceso de servicio."

2.2.3.2 Calidad del servicio al cliente

Para (Romani Alejo, Romani Alejo, & Roque Barrios, 2023) explica que: La calidad de servicio es un paradigma que aplican todas las organizaciones buscando como resultado alcanzar la percepción del cliente, incrementar sus ofertas y participar en la competitividad empresarial; es decir, la calidad de servicio se ha transformado en un factor de suma importancia para la competitividad de las entidades bancarias, es una estrategia que se comporta como un elemento diferenciador que permite cumplir con las necesidades y expectativas de sus clientes y usuarios, logrando su satisfacción. La subsistencia de este tipo de empresas en el mercado depende de la capacidad que tengan para mantener a sus clientes (pág. 25)

2.2.3.3 Fiabilidad

Según (Frias Navarro, 2025) afirman que: La fiabilidad de una escala o instrumento de medida se refiere al grado en que los resultados obtenidos con la prueba son consistentes y reproducibles. Es decir, la fiabilidad hace referencia a cuán estables o consistentes serían los resultados si la prueba se repitiera bajo las mismas condiciones, en el mismo individuo, por diferentes personas/evaluadores/clínicos o cuando es completada por el sujeto en más de una ocasión. Se considera fiable si se obtienen resultados similares cada vez que se aplica al mismo sujeto en varias ocasiones. Un instrumento de medida puede ser fiable y no ser válido, pues mide un constructo de forma consistente, pero mide de forma consistente el constructo equivocado (pág. 4).

Para conseguir la fiabilidad de los clientes se debe considerar lo siguiente:

- **Cumplimiento del servicio prometido:** si la empresa cumple con todas las promesas de venta al cliente él puede confiar en la empresa para cualquier necesidad futura con la certeza que no perderá el tiempo ni el dinero. Cumplir con las promesas genera confianza y permite optimizar su tiempo.
- **Precisión en los registros y facturación:** mantener un alto nivel de precisión en los datos garantiza que los registros de datos cumplan con los criterios de fiabilidad y confianza de modo que puedan utilizarse para respaldar cualquier problema que se presente.
- **Resolución de problemas del cliente:** es el proceso de identificar, analizar y solucionar las quejas de los usuarios mediante la escucha activa, empatía y soluciones rápidas

2.2.3.4 Capacidad de respuesta

La capacidad de respuesta en el servicio al cliente se refiere a la habilidad de una empresa para atender las solicitudes, preguntas y quejas de sus clientes de manera oportuna y eficaz. No se trata solo de velocidad: también implica la calidad de la respuesta y la disposición del equipo para resolver problemas de forma proactiva. En un entorno donde los consumidores esperan respuestas casi inmediatas, esta capacidad se ha convertido en uno de los factores más importantes para diferenciarse de la competencia y generar lealtad de marca.

Para mejorar la capacidad de respuesta se debe analizar y considerar los siguientes aspectos:

- **Rapidez en la atención:** cuanto más rápido y asertivo sea el servicio mejor será para la valoración del consumidor hacia la empresa. Para lo cual se debe contar con un equipo calificado para resolver los problemas que pueden surgir y satisfacer al consumidor.
- **Agilidad de entrega de producto:** es fundamental en el entorno dinámico actual para mantener la ventaja competitiva y responder a las expectativas del cliente.

- **Disponibilidad del personal:** esta se refiere a los días, horas y capacidad de un empleado para trabajar, incluyendo la localización fuera de la jornada habitual. Esto ayudara a entregar y atender a los clientes de una forma más eficiente.

2.2.3.5 Seguridad

La seguridad puede considerarse como un estado de ausencia de peligros y de condiciones que puedan provocar daño físico, psicológico o material en los individuos y en la sociedad en general. Por tal, se entiende a cualquier indicio de probable mal, violencia o daño futuro que pueda recibir algo o alguien. Cuando existe indicio de riesgo para personas o cosas las acciones tendientes a evitarlo buscan establecer cierto estado de seguridad. Las nociones de riesgo, daño, peligro y amenaza integran, de algún modo, la noción de seguridad. (Renoldi, Benedetti Alejandro & Brigida, 2025)

Confianza y conocimiento del personal: son los motores que al trabajar juntos transforman el rendimiento de cualquier equipo. Mientras que el conocimiento nos da la base técnica, la confianza es la que nos permite usar ese saber para tomar decisiones y colaborar de forma efectiva.

Seguridad en las transacciones y manejo de datos personales : esta busca proteger la privacidad de los clientes creando controles de acceso para evitar el mal uso de la información personal no autorizada.

2.2.3.6 Empatía

Para (Arevalo, y otros, 2022) en su libro mencionan que: La empatía es un fenómeno flexible y maleable debido a un número de factores entre los que se encuentra el as- pecto contextual de una situación dada, la información relevante, la relación entre el individuo que empatiza y el/la que es objeto de empatía, el género, la imaginación, además de la memoria y los inputs perceptuales guiados por la atención selectiva.

Atención personalizada: esta es una estrategia que adapta la interacción, productos y servicios a las necesidades y preferencias individuales de cada cliente. Esta ofrece soluciones únicas fomentando la fidelidad y las experiencias del consumidor y diferenciados de la competencia.

Comodidad y modernización: para lograr este enfoque se debe realizar la digitalización de procesos sustituyendo las tareas manuales y repetitivas por sistemas automatización liberando tiempo y reduzcan el agotamiento del personal.

2.3 Marco Conceptual

Beneficios laborales: Los beneficios laborales, también conocidos como beneficios corporativos, son incentivos que cada empresa brinda a sus empleados con la finalidad de mejorar el rendimiento laboral y la calidad de vida, los cuales están relacionados con el cuidado de la salud, la seguridad y la interacción social. Kato Vidal, 2025, citado en (Rivera Echeverria, Alvarez Garzon, & Quilumba Tumbaco, 2026)

Conocimiento: El conocimiento es una mezcla fluida de experiencias, valores, información contextual y apreciaciones expertas que proporcionan un marco para su evaluación e incorporación de nuevas experiencias e información. (Rosales, 2023)

Misión: La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización, porque define: lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer, y el para quién lo va a hacer (Rivera, 2020).

Vision: La misión de una empresa se refiere a su razón de ser, es decir, al propósito fundamental que justifica se existencia. Esta declaración describe que hace la organización para quien lo hace y como lo realiza, proporcionando una comprensión clara de su función en el mercado y en la sociedad (Jonás Sneider Calle García, Bryan Fernando Bozada Licoa, Yipsi Gisela Aguilera Martinez & Naralyn Damaris Ramírez Rebolledo, 2025).

Compromiso: Los empleados comprometidos tienen un sentido de conexión enérgica y efectiva con sus actividades laborales y se ven a sí mismos como capaces de lidiar bien con las demandas de su trabajo (Pinela Morán & Mary Armijos, 2021)**.**

Integración: La integración comprende la función a través de la cual el administrador elige y allega, de los recursos necesarios para poner en marcha las decisiones previamente establecidas para ejecutar los planes. Munch 2014 citado en (Salvador Lazcano & Sergio Fragoso, 2022).

Valores: Los valores constituyen el deber ser de la vida y la existencia de todo ser pensante, cuya reflexión debe partir de un razonamiento y discusión (Pacheco, 2022).

Apertura al dialogo: Resulta vital expresar y poner en práctica la apertura y la voluntad de dialogar, de generar una conversación desde la cual brote una perspectiva más amplia que la particular (Claudio, 2020).

Motivación: La motivación entendida como aquella predisposición, energía o fuerza de naturaleza interna y positiva es lo que mueve al sujeto a realizar un aprendizaje desarrollando sus competencias, capacidades y actitudes (Rosmery Justiano & Doris Cancino, 2024).

Trabajo en equipo: Se refiere a un conjunto de personas que comparten objetivos, metas y responsabilidades, y que realizan las actividades de forma coordinada (Fernandez Lopez, 2022).

Toma de decisiones: La toma de decisiones es un proceso intencional que combina el análisis de la información, la confrontación de alternativas, la valoración de las opciones y, finalmente, la toma de la decisión(Marta Salazar & Hilda Rodriguez, 2021).

Desarrollo Profesional: Es una práctica que motiva al personal a permanecer en ella, cuando esta práctica se realiza sistemáticamente se muestra la política de promociones como una realidad que permitirá al individuo transitar un camino desde el puesto actual hacia otros de mayor categoría y de mayor responsabilidad. (Nieves Zubullaga & Irma Cecilia, 2023)

Cliente: Se define como todo ser humano que espera que la organización o las personas que la componen den solución o respuesta a algún tipo de necesidad o inquietud y que busca un servicio o producto que se ajuste a sus deseos y expectativas. (Aldana Luzángela & Vargas Martha, 2021)

2.4 Legal

Dentro del presente tema de investigación podemos presentar las siguientes leyes, normas, y algunas regulaciones, las principales normas legales que influyen dentro de la cultura organizacional son:

2.4.1. (CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR)

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 85.- La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones:

1. Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad.
2. Sin perjuicio de la prevalencia del interés general sobre el interés particular, cuando los efectos de la ejecución de las políticas públicas o prestación de bienes o servicios públicos vulneren o amenacen con vulnerar derechos constitucionales, la política o prestación deberá reformularse o se adoptarán medidas alternativas que concilien los derechos en conflicto.
3. El Estado garantizará la distribución equitativa y solidaria del presupuesto para la ejecución de las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos.

Art. 96.- Se reconocen todas las formas de organización de la sociedad, como expresión de la soberanía popular para desarrollar procesos de autodeterminación e incidir en las decisiones y políticas públicas y en el control social de todos los niveles de gobierno, así como de las entidades públicas y de las privadas que presten servicios públicos. Las organizaciones podrán articularse en diferentes niveles para fortalecer el poder ciudadano y sus formas de expresión; deberán garantizar la democracia interna, la alternabilidad de sus dirigentes y la rendición de cuentas.

Art. 97.- Todas las organizaciones podrán desarrollar formas alternativas de mediación y solución de conflictos, en los casos que permita la ley; actuar por delegación de la autoridad competente, con asunción de la debida responsabilidad compartida con esta autoridad; demandar la reparación de daños ocasionados por entes públicos o privados; formular propuestas y reivindicaciones económicas, políticas, ambientales, sociales y culturales; y las demás iniciativas que contribuyan al buen vivir. Se reconoce al voluntariado de acción social y desarrollo como una forma de participación social.

Art. 227.- La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación.

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Art. 326.- El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios:

2. Los derechos laborales son irrenunciables e intangibles. Será nula toda estipulación en contrario.

4. A trabajo de igual valor corresponderá igual remuneración.

5. Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar.

Art. 327.- La relación laboral entre personas trabajadoras y empleadoras será bilateral y directa. Se prohíbe toda forma de precarización, como la intermediación laboral y la tercerización en las actividades propias y habituales de la empresa o persona empleadora, la contratación laboral por horas, o cualquiera otra que afecte los derechos de las personas trabajadoras en forma individual o colectiva. El incumplimiento de obligaciones, el fraude, la simulación, y el enriquecimiento injusto en materia laboral se penalizarán y sancionarán de acuerdo con la ley.

Art. 328.- La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia; será inembargable, salvo para el pago de pensiones por alimentos. El Estado fijará y revisará anualmente el salario básico establecido en la ley, de aplicación general y obligatoria. El pago de remuneraciones se dará en los plazos convenidos y no podrá ser disminuido ni descontado, salvo con autorización expresa de la persona trabajadora y de acuerdo con la ley. Lo que el empleador deba a las trabajadoras y trabajadores, por cualquier concepto, constituye crédito privilegiado de primera clase, con preferencia aun a los hipotecarios. Para el pago de indemnizaciones, la remuneración comprende todo lo que perciba la persona trabajadora en dinero, en servicios o en especies, inclusive lo que reciba por los trabajos extraordinarios y suplementarios, a destajo, comisiones, participación en beneficios o cualquier otra retribución que tenga carácter normal. Se exceptuarán el porcentaje legal de utilidades, los viáticos o subsidios ocasionales y las remuneraciones adicionales. Las personas trabajadoras del sector privado tienen derecho a participar de las utilidades líquidas de las empresas, de acuerdo con la ley. La ley fijará los límites de esa participación en las empresas de explotación de recursos no renovables. En las empresas en las cuales el Estado tenga participación mayoritaria, no habrá pago de utilidades. Todo fraude o falsedad en la declaración de utilidades que perjudique este derecho se sancionará por la ley.

Art. 330.- Se garantizará la inserción y accesibilidad en igualdad de condiciones al trabajo remunerado de las personas con discapacidad. El Estado y los empleadores implementarán servicios sociales y de ayuda especial para facilitar su actividad. Se prohíbe disminuir la remuneración del trabajador con discapacidad por cualquier circunstancia relativa a su condición.

Art. 340.- El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo.

Art. 371.- Las prestaciones de la seguridad social se financiarán con el aporte de las personas aseguradas en relación de dependencia y de sus empleadoras o empleadores; con los aportes de las personas independientes aseguradas; con los aportes voluntarios de las ecuatorianas y ecuatorianos domiciliados en el exterior; y con los aportes y contribuciones del Estado. (2008)

2.4.2 (CODIGO DEL TRABAJO)

Art. 4.- Irrenunciabilidad de derechos.- Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.

Art. 5.- Protección judicial y administrativa.- Los funcionarios judiciales y administrativos están obligados a prestar a los trabajadores oportuna y debida protección para la garantía y eficacia de sus derechos.

Art. 8.- 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. 13.- 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. 42.- Obligaciones del empleador.- Son obligaciones del empleador:

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;
2. Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad;
3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código;

8. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado;

12. Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado;

13. Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra;

15. Atender las reclamaciones de los trabajadores;

Art. 79.- Igualdad de remuneración.- A trabajo igual corresponde igual remuneración, sin discriminación en razón de nacimiento, edad. sexo, etnia, color, origen social, idioma, religión, filiación política, posición económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad, o diferencia de cualquier otra índole; más, la especialización y práctica en la ejecución del trabajo se tendrán en cuenta para los efectos de la remuneración.

Art. 97.- Participación de trabajadores en utilidades de la empresa.- El empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el quince por ciento (15%) de las utilidades líquidas.

Art. 347.- Riesgos del trabajo.- Riesgos del trabajo son las eventualidades dañosas a que está sujeto el trabajador, con ocasión o por consecuencia de su actividad. Para los efectos de la responsabilidad del empleador se consideran riesgos del trabajo las enfermedades profesionales y los accidentes.

Art. 350.- Derecho a indemnización.- El derecho a la indemnización comprende a toda clase de trabajadores, salvo lo dispuesto en el artículo 353 de este Código.

Art. 353.- Indemnizaciones a cargo del empleador.- El empleador está obligado a cubrir las indemnizaciones y prestaciones establecidas en este Título, en todo caso de accidente o enfermedad profesional, siempre que el trabajador no se hallare comprendido dentro del régimen del Seguro Social y protegido por éste, salvo los casos contemplados en el artículo siguiente. (2020)

2.4.3. (NORMA TECNICA PARA MEDICION DE CLIMA LABORAL DEL SERVICIO PUBLICO)

Art. 3.- De la Aplicación de Medición de Clima Laboral y Cultura Organizacional.- El Ministerio del Trabajo a través de la Dirección de Gestión del Cambio y Cultura Organizacional; realizará la medición de clima laboral y cultura organizacional de las instituciones contempladas en el ámbito de la presente Norma. Las Unidades de Gestión del Cambio o quien hiciere sus veces de cada una de las instituciones, serán las responsables de coordinar e implementar las estrategias de fortalecimiento y mejora del clima laboral y cultura organizacional.

Art. 4.- De la Medición de Clima Laboral y Cultura Organizacional.- La medición de clima laboral, se debe realizar anualmente de manera obligatoria, según la planificación anual establecida por la Dirección de Gestión del Cambio y Cultura Organizacional. La medición de cultura organizacional, se realizará de manera obligatoria una vez cada dos años. Estos dos tipos de mediciones se deberán llevar a cabo de manera integral, es decir, planta central y sus niveles de desconcentración, si fuere el caso.

Art. 5.- De los responsables institucionales.- Las unidades involucradas directamente en la aplicación de la medición de clima laboral y cultura organizacional en las entidades, serán:

a) Unidad de Gestión del Cambio o quien hiciere sus veces;

b) Comunicación; y,

c) Talento Humano.

La institución que va a ser intervenida con la medición de clima laboral y cultura organizacional, tendrá la obligación de entregar la base de datos de las y los servidores de la institución, la cual deberá estar depurada respetando su estructura posicional vigente.

Art. 7.- Del tiempo de Medición de Clima Laboral y Cultura Organizacional.- El proceso de medición de clima laboral y cultura organizacional en las entidades, tendrá una duración promedio de seis semanas y podría extenderse dependiendo del tamaño y/o complejidad de la entidad a intervenir, esto mediante un informe levantado en base al análisis técnico realizado por la Dirección de Gestión del Cambio y Cultura Organizacional del Ministerio del Trabajo.

Art. 8.- Del Plan de Comunicación, Sensibilización y Difusión de Campañas Informativas.- El Ministerio del Trabajo diseñará el Plan comunicacional para la medición de clima laboral y cultura organizacional. La sensibilización y difusión del Plan de Comunicación, deberá ser ejecutado directamente por las entidades intervenidas, mínimo cinco días antes del lanzamiento de la encuesta electrónica, y deberá mantenerse hasta un día después de cerrada la encuesta.

Art. 9.- Del Objetivo de la Medición de Clima Laboral.- El objetivo de la medición de clima laboral, es el conocer en forma técnica y sistemática la percepción de las y los servidores públicos acerca de su entorno laboral y condiciones de trabajo, con el objeto de elaborar planes que permitan corregir de manera priorizada los factores críticos identificados que afecten el compromiso y la productividad del servidor, esto a fin de mejorar la calidad en el servicio a la ciudadanía.

Art. 10.- Del Clima Laboral- El clima laboral es la percepción que tienen las y los servidores públicos hacia su ambiente de trabajo y que afecta directa o indirectamente a su desempeño.

Art. 11.- De los Componentes del Modelo de Medición de Clima Laboral- La medición de clima laboral estará conformado por tres componentes principales:

1. Liderazgo
2. Compromiso
3. Entorno de Trabajo.

Art. 12.- Del Liderazgo.- Este componente busca medir la percepción sobre el nivel de liderazgo que las Autoridades del Nivel Jerárquico Superior tienen en las Instituciones, en factores como: la influencia, interacción, orientación a resultados, responsabilidad y estándares asignados por los directivos a sus equipos de trabajo y, la manera cómo los apoyan y alinean con los objetivos institucionales.

Art. 14.- Del Compromiso.- Este componente mide la percepción del grado en el que un colaborador se identifica con la institución, con sus políticas y objetivos, se adapta, aporta y desea permanecer en ella, en correspondencia a la satisfacción que de ésta obtiene de sus necesidades y expectativas.

Art. 16.- Del Entorno del Trabajo.- Este componente comprende percepciones sobre los aspectos materiales y humanos que afectan el entorno en el que los colaboradores desarrollan su trabajo.

Art. 18.- De la herramienta de Medición de Clima Laboral.- El instrumento que se utilizará para la medición será una encuesta electrónica creada para medir la percepción que tienen las y los servidores públicos sobre los componentes de liderazgo, compromiso y entorno de trabajo dentro de su institución.

Art. 25.- De la Cultura Organizacional.- El objetivo de la medición de cultura organizacional es identificar cómo son percibidas las creencias, ideas, normas, costumbres, valores, ritos, actitudes y conductas que son compartidas por los integrantes de la institución.

Art. 26.- Del Modelo de Cultura Organizacional.- El Modelo de Medición de Cultura Organizacional diseñado por el Ministerio del Trabajo, está basado en cuatro tipos de culturas:

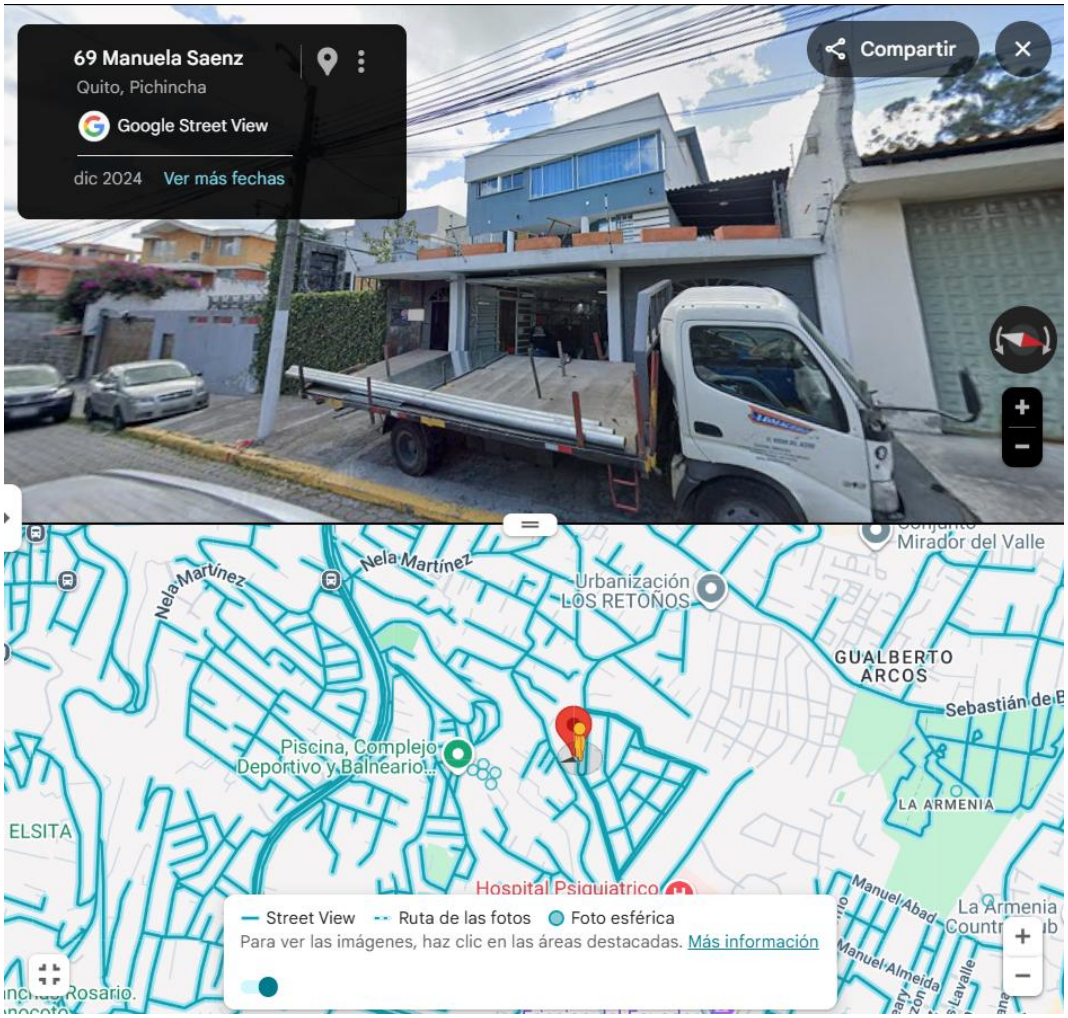
a) Cultura Servicio: La institución se orienta a resultados y está enfocada en la prestación de servicios de calidad a la ciudadanía. Las máximas autoridades son guías para la consecución de resultados. (2018)

2.5 Georreferencial

La Empresa J&G ACCESORIOS, se encuentra ubicada en la Parroquia Conocoto, Cantón Quito, Provincia Pichincha. En la calle Manuela Sáenz y Teresa Flor.

Figura 2

Ubicación de la empresa J&G ACCESORIOS



Fuente: https://maps.app.goo.gl/Hg3nYxLseE1uNh9HA

CAPÍTULO III.

METODOLOGÍA

3.1 Tipo de Investigación

Para el desarrollo de esta investigación vamos a utilizar los siguientes tipos de investigación:

Investigación descriptiva:

Para (Abbon Vásquez, Lucy Guanuchi, Rogelio Cahuana, Rosa Vera & Julio Holgado, 2023) en su libro afirma que:

> Se refiere a describir un fenómeno o situación en detalle. El objetivo principal de la investigación descriptiva es recopilar datos y analizarlos para proporcionar una descripción precisa y completa del fenómeno o situación estudiados. En este ensayo, se explorará más a fondo el concepto de investigación descriptiva, su importancia en la investigación científica y se proporcionarán ejemplos de su uso en diferentes campos y disciplinas (pág. 27).

Se utilizo este tipo de investigación ya que nos permite una descripción detallada de aspectos fundamentales sobre la cultura organizacional y su incidencia en la calidad del servicio al cliente dentro de la empresa J&G ACCESORIOS, y así obtener una investigación más concisa y clara.

Investigación bibliográfica

Según (CARBAJAL, 2020) en su libro dice que:

> "La investigación documental o bibliográfica es aquella que procura obtener, seleccionar, compilar, organizar, interpretar y analizar información sobre un objeto de estudio a partir de fuentes documentales, tales como libros, documentos de archivo, hemerografía, registros audiovisuales, entre otros." (pág. 8)

Este tipo de investigación nos ayuda a sustentar los diversos fundamentos teóricos, los cuales provienen de fuentes científicas confiables y estudios previos a nuestro tema. Esto aporta mayor credibilidad y rigor académico al estudio.

Investigación de campo:

Para (Alberto, 2017) explica:

> "La investigación de campo o trabajo de campo es la recopilación de información fuera de un laboratorio o lugar de trabajo. Es decir, los datos que se necesitan para hacer la investigación se toman en ambientes reales no controlados." (pág. 15)

Se empleó la investigación de campo para comparar información de los principios teóricos con información recopilada a través de encuestas y entrevistas previamente validadas.

3.2 Enfoque de la investigación

Investigación Cualitativa

Para (Sánchez Hernández, 2026) en su libro dicen que:

> Se enfoca en la comprensión profunda de fenómenos a través de datos no numéricos, como narraciones y observaciones. Es aquella que persigue describir sucesos complejos en su medio natural, con información preferentemente cualitativa (pág. 32).

Se escogió este tipo de investigación que nos ayuda a estudiar hechos sociales, culturales que se pone a reconocer experiencias en grupos, teniendo una intervención en actividades. este enfoque para poder señalar o identificar cuáles son los patrones culturales mediante la entrevista de manera semiestructurada, en cuanto a la satisfacción al cliente trataremos de detectar percepciones que generarán satisfacción.

Investigación cuantitativa

Es relevante señalar que (Sánchez Hernández, 2026) en su libro dicen que:

> Recoge y analiza datos numéricos para establecer patrones y generalizaciones. Es aquella que utiliza determinantemente información de tipo cuantitativo directo. (pág. 31)

Se utilizo esta investigación para la recolección de datos con el fin de comprobar de manera numérica y estadística estableciendo patrones logrando describir hechos. Ayudará a medir la cultura organizacional por medio de encuestas a los trabajadores que nos van a proporcionar un análisis que luego serán recolectados y examinados para probar una hipótesis con un margen de error.

3.3 Métodos de Investigación

Es un conjunto de tácticas y formas que se utilizan para el desarrollo de un procedimiento investigativo de manera coordinada.

Método inductivo.

Según (Jonathan Chuga & Kevin Sidel, 2023) explican que:

> El método inductivo es uno de los métodos lógicos. Consiste en aquel proceso de razonamiento que busca la explicación de las causas de los casos que van desde lo particular a lo general. La idea es observar el rasgo común existente en diversos casos particulares, pertenecientes al mismo tipo, con la finalidad de encontrar las relaciones o rasgos comunes que nos permitan formular una generalización o una ley para su explicación al momento de generalizar. (pág. 74)

Se utilizo este método para respaldar la problemática analizada, basándose en la observación de la realidad en la que se desarrolla el estudio.

Método analítico

Según (Jonathan Chuga & Kevin Sidel, 2023) explican que:

> El método analítico es uno de los métodos lógicos y consiste en el proceso que realiza nuestro cerebro para comprender totalidades complejas a partir de evaluar pequeñas partes. Como lo dice el nombre, es el análisis que se realiza por medio del discernimiento de los diversos elementos que conforman un todo, utilizando la lógica. Se realiza mediante la observación y modificación de un objeto real, para entender tanto su funcionamiento como la disposición de sus partes. (pág. 75)

Este tipo de método para nuestra investigación nos va a ayudar a entender de manera detallada los componentes de la cultura organizacional y de la calidad del servicio al cliente formando un todo.

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

La Encuesta

Para el autor (Joaquín, 2016) en su libro dice que:

> La encuesta como método de investigación científica persigue el objetivo de obtener respuestas a un conjunto de preguntas. Las preguntas se organizan de acuerdo con determinados requisitos en un cuestionario, cuya elaboración requiere un trabajo cuidadoso y, a su vez, esfuerzo y tiempo para prepararlo adecuadamente, y que sirva para despertar el interés de los sujetos que lo responderán. Despertar el interés y que los sujetos las respondan con seriedad y sinceridad tiene gran importancia, máxime cuando lo que se pregunta no tiene una significación especial en la vida laboral, de estudio, o sea, cualquier actividad futura de los sujetos investigados. (pág. 95)

Es una técnica que nos va permitir recoger datos, los cuales podremos realizar mediante un cuestionario que se estructura de manera anticipada para poder corregir alguna pregunta y así emplearlo a los trabajadores de la empresa J&G ACCESORIOS y poder obtener resultados claros y concisos.

Entrevistas

Para el autor (Joaquín, 2016) en su libro dice que:

> La entrevista como método empírico de investigación puede definirse de la siguiente forma: Es una conversación de carácter planificado entre el entrevistador y el (o los) entrevistado(s), en la que se establece un proceso de comunicación en el que intervienen de manera fundamental los gestos, las posturas y todas las diferentes expresiones no verbales tanto del que entrevista como del que se encuentra en el plano de entrevistado. (pág. 85)

Esta técnica se lleva a cabo con una conversación directa con el gerente de la empresa J&G ACCESORIOS. Esta facilitara la recopilación de opiniones y criterios personales del gerente. Que nos ayudara a conocer su perspectiva sobre la cultura organizacional de la empresa.

3.5 Universo, Población y Muestra

Según (Manuel Zambrano, Alexia Berrús & Giuliana Goncalves, 2023) explican es su libro que:

> La población, en estadística, se refiere a la recolección completa de todas las observaciones de interés para el investigador. Por ejemplo, si se desea analizar datos sobre los fumadores en Ecuador, la población sería todos los fumadores del país. Por otro lado, los parámetros son medidas que ofrecen información sobre el centro de un conjunto de datos (medidas que ofrecen central), sobre la dispersión o variabilidad (medidas de dispersión) o sobre la posición de un valor (medidas de posición como los percentiles).
> (pág. 15)

La empresa J&G ACCESORIOS cuenta con un universo de estudio de 7 trabajadores, por ello para esta investigación nos enfocaremos en los empleados y el gerente de la empresa.

3.6 Procesamiento de la Información

Para esta investigación, se empleó el software Microsoft Word teniendo como objetivo de elaborar un informe detallado de la información recopilada de las entrevistas, en cuanto a la encuesta, el análisis de los datos se llevará a cabo utilizando el programa Excel, donde se realizaron los siguientes pasos: primero, se tabularon los datos; luego, se presentaron los resultados en el programa a través de tablas y gráficos.

CAPÍTULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

Datos Generales

Género.

Tabla 3.

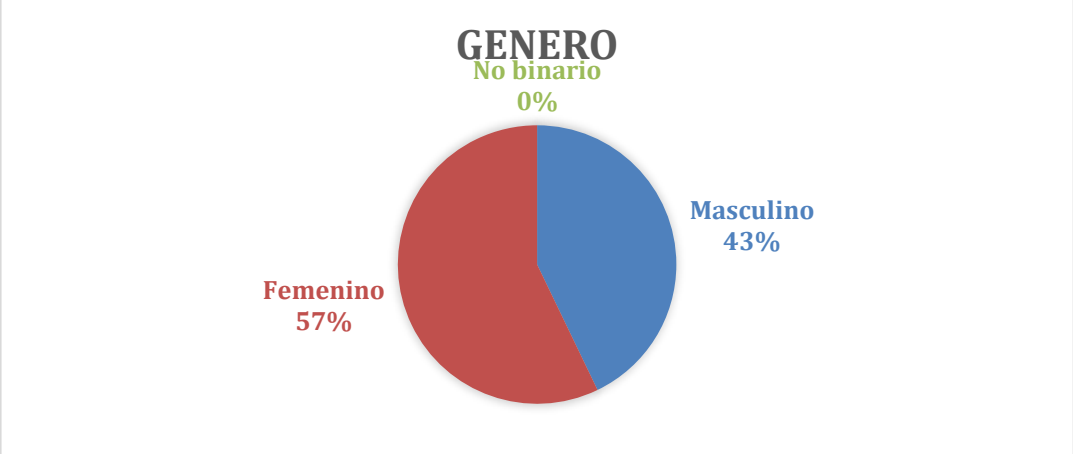
Genero

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Masculino	3	43%
Femenino	4	57%
No binario	0	0%
Total	**7**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 3.

Genero.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: Según la encuesta realiza a los empleados de la empresa se encontró que en su mayor parte del personal son de sexo femenino y con una menor presencia de trabajadores son de sexo masculino. Esto ayuda a la igualdad de derechos y oportunidades.

Edad.

Tabla 4.

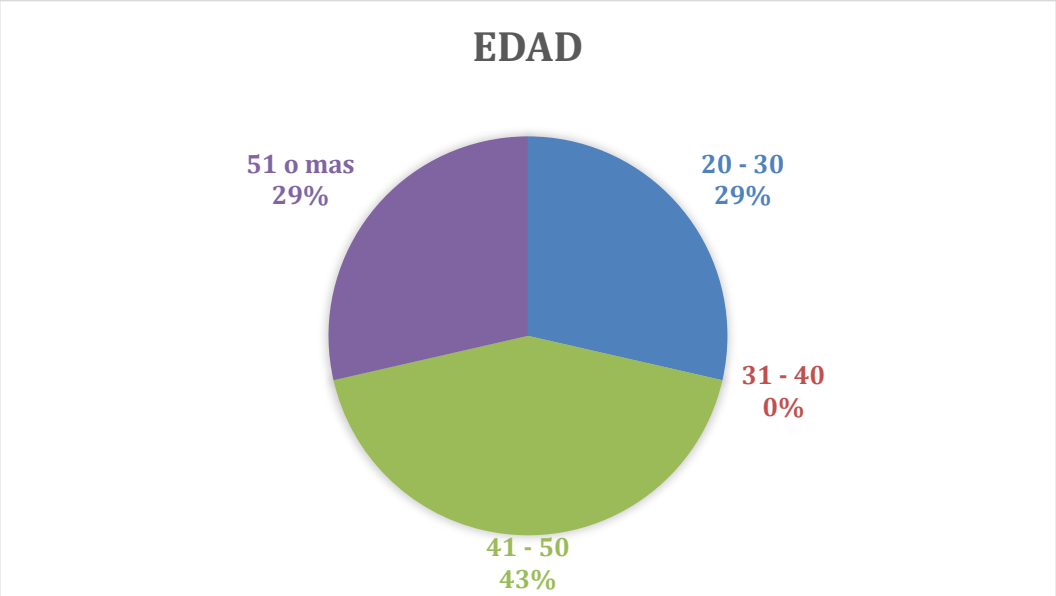
Edad

Descripción	Cantidad	Porcentaje
20 – 30	2	29%
31 – 40	0	0%
41 – 50	3	43%
51 o más	2	29%
Total	**7**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 4.

Edad.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: Con la información obtenida se puede observar que la empresa cuenta con una mayor parte de trabajadores en un rango de 41 a 50 años, estos siendo muy importante ya que dichos empleados cuentan con mayor conocimiento y experiencia en el área que laboran. Además, también cuenta con un personal joven que están entre los 20 a 30 años. Y por último con trabajadores que están entre los 51 o más años de edad.

Tiempo que labora en la empresa.

Tabla 5.

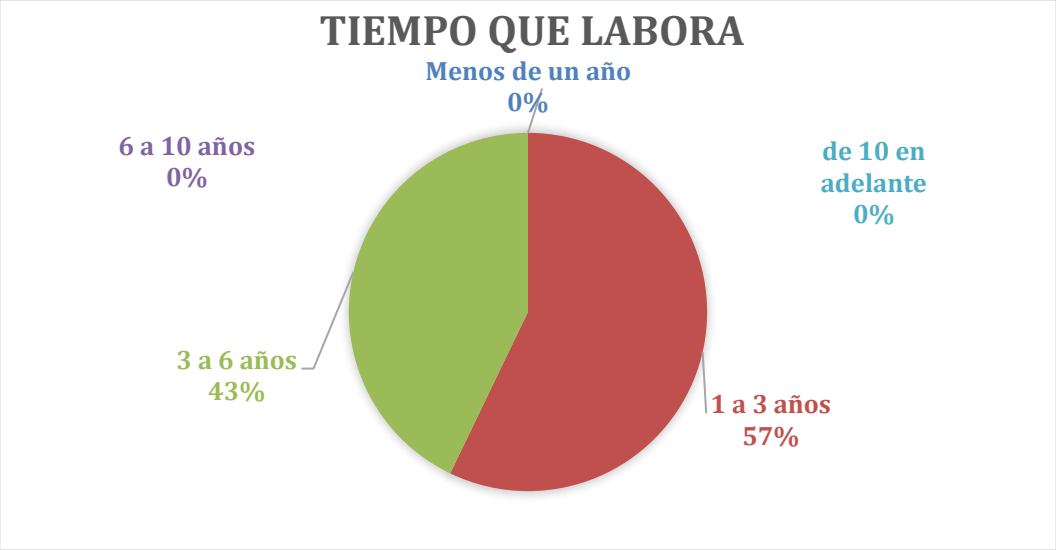
Tiempo de labor

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Menos de un año	0	0%
1 a 3 años	4	57%
3 a 6 años	3	43%
6 a 10 años	0	0%
de 10 en adelante	0	0%
Total	**7**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 5.

Tiempo que labora.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: Según los datos recolectados sobre el tiempo que laboran dentro de la empresa, nos indica que un mayor porcentaje trabaja de 1 a 3 años, es decir que cuenta con personal que no cuenta con mucho conocimiento sobre el funcionamiento de la empresa, pero si con la iniciativa de obtener las habilidades necesarias para sacar adelante a la empresa. Luego esta personal que labora de 3 a 6 años, mostrando que cuentan con mucha experiencia y capacidad para el buen desarrollo de sus funciones.

Area en que trabaja

Tabla 6.

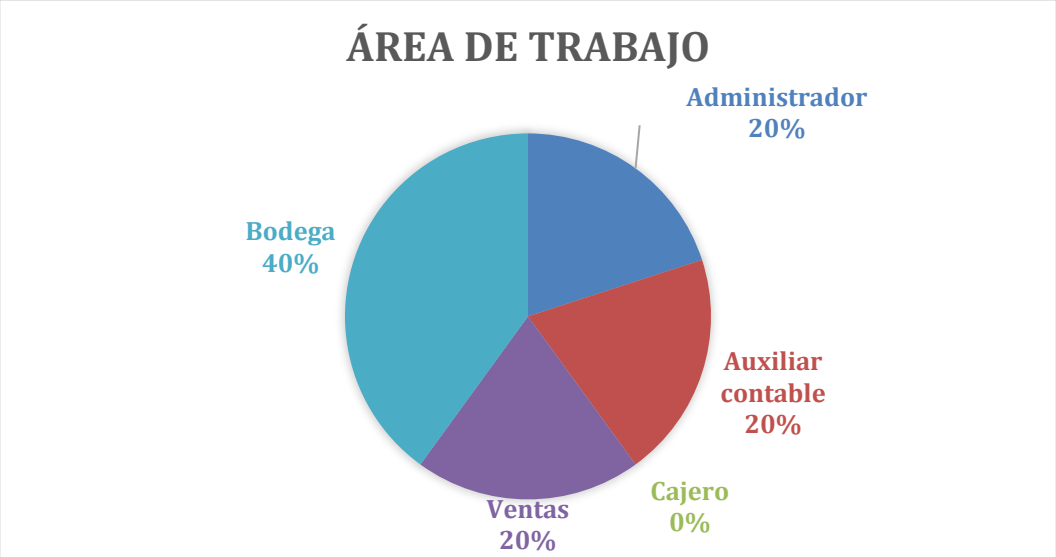
Area que trabaja.

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Administrador	1	20%
Auxiliar contable	1	20%
Cajero	0	0%
Ventas	1	20%
Bodega	2	40%
Total	**5**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 6.

Area de trabajo.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: Se evidencio mediante la herramienta usada que la empresa cuenta con un personal amplio como es un administrador, un auxiliar contable, una persona que se encarga de las ventas que realiza la empresa, dos personas en bodega que se encargan de despachar los productos. Además, cuenta con una contadora y un auxiliar de bodega.

1. **¿Conoce usted sobre la cultura organizacional?**

Tabla 7.

Conocimiento de la cultura organizacional.

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	6	86%
No	1	14%
Total	**7**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 7.

Conocimiento de la cultura organizacional.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: De acuerdo con la encuesta, se observa que en su mayoría si tiene conocimientos sobre la cultura organizacional, mientras que la menor parte desconoce del tema. Por lo cual es crucial fortalecer el entendimiento sobre cueles son los valores de la institución, con el objetivo de mejorar los resultados de la empresa y mejorar las condiciones laborales.

2. **¿Qué elementos de la cultura organizacional considera que son importantes para la empresa?**

Tabla 8.

Elementos de la cultura organizacional.

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Liderazgo y compromiso	1	14%
Cooperación y comunicación	4	57%
Valores y misión	2	29%
Total	**7**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 8.

Elementos de la cultura organizacional.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: Los hallazgos de la investigación se evidencia que la Cooperación y comunicación son elementos representativos para tener una buena cultura organizacional, donde el trabajo en equipo, el intercambio de información y la interacción entre colaboradores ayuda positivamente a la empresa. Por otro lado, los valores y la misión tienen una presencia moderada, reflejando que los colaboradores reconocen la importancia de los principios institucionales y los objetivos a alcanzar por la empresa. Y por último el liderazgo y el compromiso con menor presencia, esto indica la necesidad de fortalecer las prácticas de liderazgo y la participación del personal en la toma de decisiones.

3. **¿Usted ha recibido capacitación o formación relacionada a la cultura organizacional para su desempeño laboral en la empresa?**

Tabla 9.

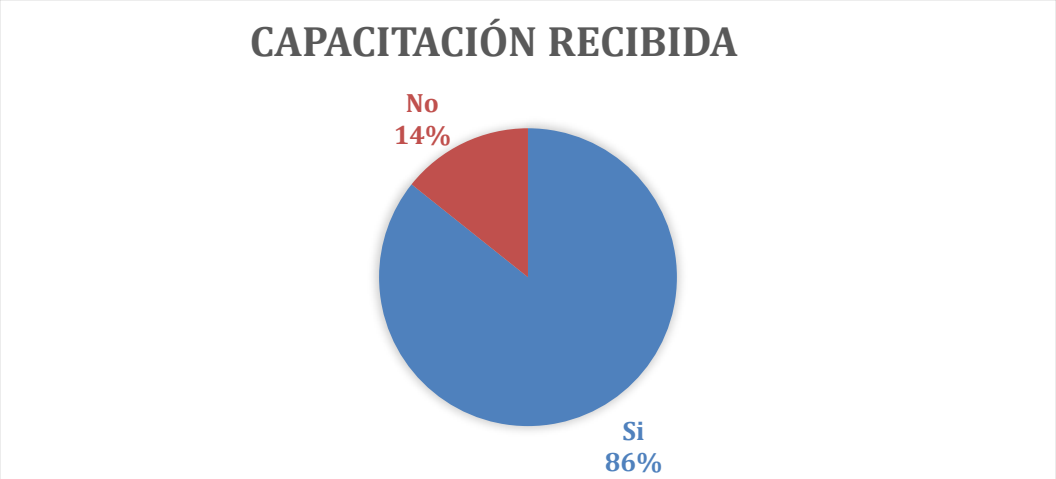
Capacitación recibida.

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	6	86%
No	1	14%
Total	**7**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 9.

Capacitación recibida.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: Al revisar los resultados se evidencio que la mayoría del personal si han recibido la debida capacitación para el buen desempeño de funciones dentro de la empresa. Por otro lado, un pequeño porcentaje no ha recibido capacitación, esto indica que es necesario ampliar para que todos los trabajadores reciban la misma información y formación sobre la cultura organizacional.

4. **Si usted en la pregunta anterior respondió si, entonces ¿Qué tipo de capacitación ha recibido el personal de la empresa?**

Tabla 10.

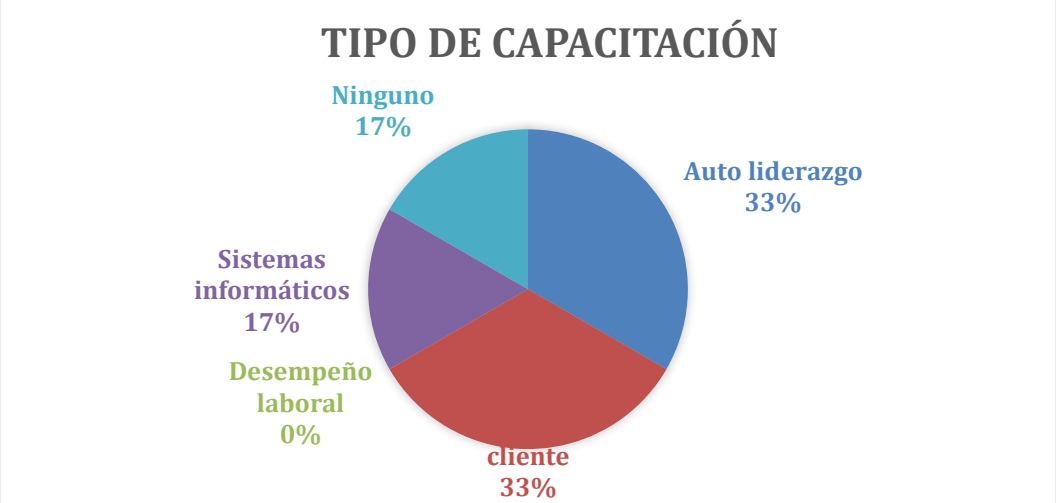
Tipos de capacitación.

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Auto liderazgo	2	33%
Atención al cliente	2	33%
Desempeño laboral	0	0%
Sistemas informáticos	1	17%
Ninguno	1	17%
Total	**6**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 10.

Tipo de capacitación.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: Según los resultados un mayor porcentaje los trabajadores han recibido capacitaciones en Auto liderazgo y en atención al cliente, esto evidencia que la empresa está comprometida en el desarrollo personal y en la calidad del servicio que se brinda a los clientes. Asimismo, un porcentaje menor manifestó que ha recibido capacitación en sistemas informáticos, esto ayuda a desarrollar habilidades tecnológicas que contribuyan a la eficiencia y modernización de los procesos de trabajo.

5. **¿La comunicación interna dentro de la empresa es efectiva para el desarrollo de sus actividades?**

Tabla 11.

Comunicación Interna.

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	4	57%
No	3	43%
Total	**7**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 11.

Comunicación interna.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos mencionan que en su mayoría la comunicación interna en la empresa es efectiva para el desarrollo de sus actividades. No obstante, un porcentaje muestra una respuesta negativa por lo cual se ve la necesidad de fortalecer las estrategias de comunicación par logar una mayor satisfacción y transmisión de información entre los diferentes niveles jerárquicos.

6. **¿La empresa fomenta un ambiente laboral de respeto y confianza entre los colaboradores?**

Tabla 12.

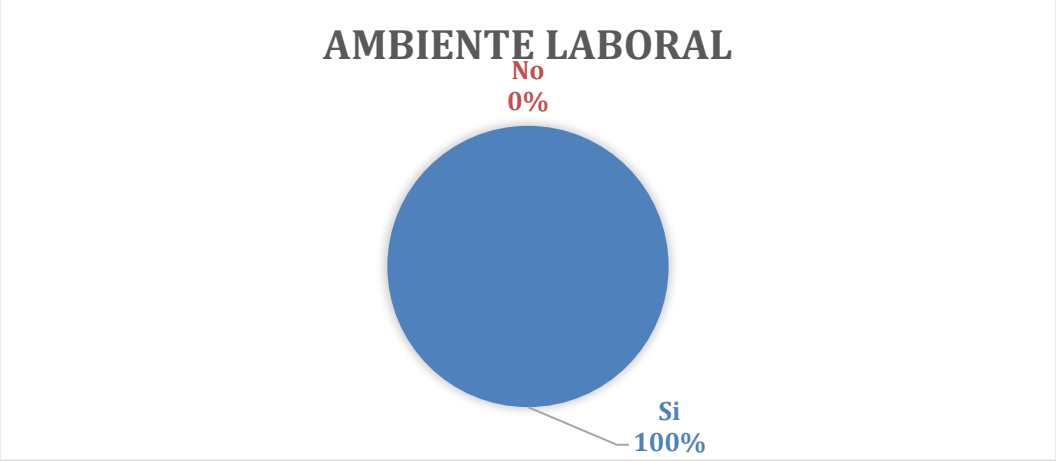
Ambiente laboral

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
Total	**7**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 12.

Ambiente laboral.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: Según los datos obtenidos en su totalidad de los encuestados mencionan que la empresa si fomenta un ambiente laboral basado en el respeto y la confianza. Esto ayuda que la cultura laboral sea positiva, creando un ambiente basado en el respeto y la confianza entre los colaboradores favoreciendo a la cooperación y el trabajo en equipo siendo fundamental para el cumplimiento eficiente de las actividades de la empresa.

7. **¿La empresa promueve el trabajo en equipo entre los trabajadores para el desarrollo correcto de sus actividades?**

Tabla 13.

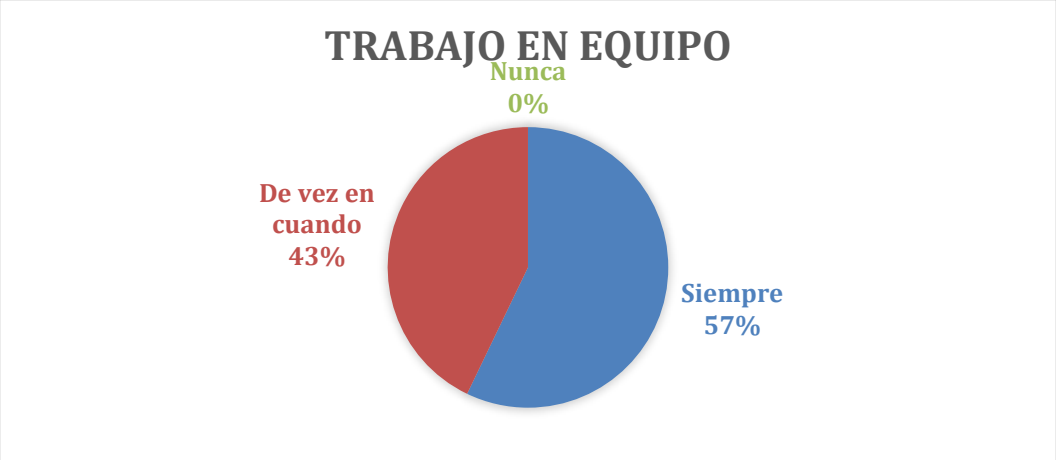
Trabajo en equipo.

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Siempre	4	57%
De vez en cuando	3	43%
Nunca	0	0%
Total	**7**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 13.

Trabajo en equipo.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: Para el desarrollo de actividades la mayoría de los trabajadores indica que siempre existe el trabajo en equipo mientras que el resto menciona que "De vez en cuando" hay el empuje en el trabajo en equipo, mostrando que el promover el trabajo en equipo ayuda al desarrollo de actividades dentro de una empresa.

8. **¿Qué tipos de incentivos percibe usted por su buen desempeño laboral?**

Tabla 14.

Incentivos.

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Bonos	4	57%
Vacaciones	0	0%
Remuneraciones económicas	2	29%
Ninguno	1	14%
Total	**7**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 14.

Incentivos.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: Los resultados obtenidos indican que la mayoría de los colaboradores perciben Bonos como incentivo por su buen desempeño laboral. Por otro lado, hay trabajadores que perciben como incentivo las remuneraciones económicas, indicando que cada colaborador tiene un tipo de incentivo diferente por su buen desarrollo laboral. Además, existe una minoría que no reciben ningún tipo de incentivo y esto afectaría a la equidad de incentivos que la empresa brinda y esto afectaría negativamente a la cultura organizacional.

9. **¿Usted se siente conforme con la remuneración que recibe por sus horas de trabajo o por el trabajo que realiza?**

Tabla 15.

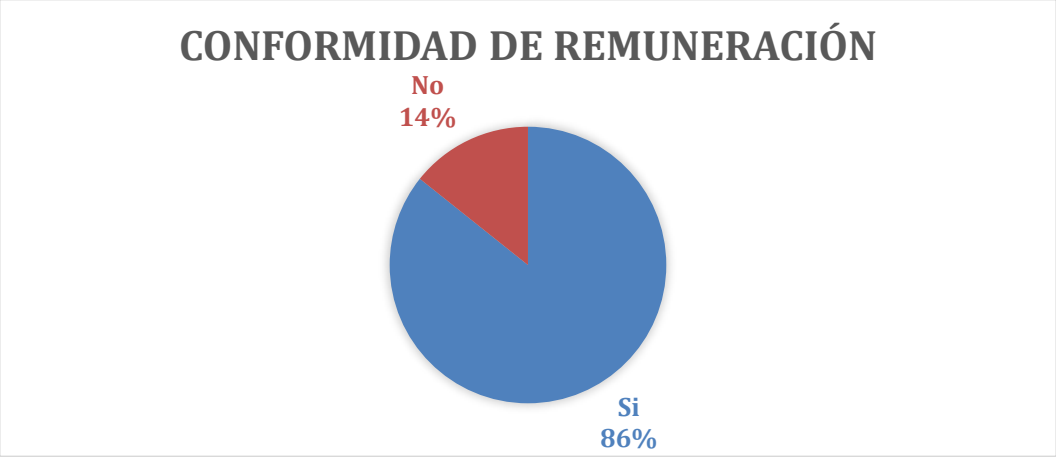
Conformidad de remuneración.

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	6	86%
No	1	14%
Total	**7**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 15.

Conformidad de remuneración.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: Según la información obtenida señala que gran parte de los trabajadores está conforme con la remuneración que percibe, en relación a sus funciones y sus responsabilidades, esto influye positivamente en su motivación, compromiso y desempeño laboral. Mientras que existe un porcentaje inconforme con el tipo de remuneraciones que recibe, esto refleja que la empresa debe evaluar las políticas salariales para mejorar la satisfacción y el compromiso de dichos trabajadores con la empresa.

10. **¿Considera que la cultura organizacional de la empresa contribuye positivamente a la atención del cliente?**

Tabla 16.

Cultura Organizacional.

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si contribuye	7	100%
No contribuye	0	0%
Total	**7**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 16.

Cultura Organizacional.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: Se observa en su totalidad en la encuesta aplicada, consideran que la cultura organizacional si contribuye positivamente en la atención al cliente, teniendo en cuenta que la cultura organizacional se enfoca en valores, principios y buenas prácticas institucionales que tiene la empresa y esto influye favorablemente al servicio al cliente**.**

11. ¿Está de acuerdo que la motivación laboral influye en la calidad del servicio al cliente?

Tabla 17.

Motivación laboral

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
Total	**7**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 17.

Motivación laboral.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: Los trabajadores consideran que la motivación laboral es factor clave para brindar un servicio de calidad, la motivación favorece a un ambiente de trabajo positivo, incrementando el compromiso y la responsabilidad para atender adecuadamente a los clientes, creando un servicio más eficiente y de mayor calidad.

12. ¿En qué ámbitos recomendaría que se realice mejoras en la empresa?

Tabla 18.

Mejoras en la empresa.

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Trato personal	1	14%
Sueldos y salarios	3	43%
Ambiente laboral	1	14%
Comunicación	2	29%
Total	**7**	**100%**

Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Figura 18.

Mejoras en la empresa.



Nota: Datos recolectados de la encuesta realiza a los trabajadores de la empresa.

Análisis e interpretación: Los resultados obtenidos muestran que hay un índice bastante grande que los colaboradores recomiendan mejorar los sueldos y salarios, así mismo hay quienes recomiendan mejorar la comunicación, que es un factor clave para la coordinación de tareas y el trabajo en equipo. Por otro lado, los trabajadores recomiendan mejorar el trato personal y el ambiente laboral, como ámbito de mejora para la empresa, aspectos que influyen en las relaciones interpersonales, el clima organizacional y el bienestar de los colaboradores.

Análisis de la entrevista

La entrevista se realizó al gerente general de la empresa y cuyos resultados se resumen a continuación:

Tras realizar la entrevista al gerente de la empresa J&G ACCESORIOS se pudo observar que la empresa si cuenta con un buen ambiente laboral ya que existe un trato digno y buen compañerismo entre los trabajadores, como la empresa no cuenta con un personal amplio existe un buen ambiente laboral, la empresa promueve entre sus trabajadores el respeto, la honestidad, la lealtad, colaboración y la transparencia que ayuda a tener un buen ambiente laboral.

El trabajo en equipo dentro de la organización no se realiza con mayor frecuencia ya que cada uno de los colaboradores tiene sus labores asignadas, y se desarrollan de forma independiente. Además, existe un sistema de capacitación, pero de forma general y no en temas específicos que se realiza una vez al año.

Se evidencia el personal recibe incentivos, bonos o remuneraciones, pero no de forma equitativa lo cual genera conflictos discusiones y malos entendidos entre los compañeros de trabajo.

La comunicación juega un papel importante dentro de la organización entre directivos y trabajadores la cual se la hace de manera directa sin ningún medio de comunicación siendo esta una forma eficiente para el manejo de la misma, por ultimo las acciones a considerar para el fortalecimiento de la cultura organizacional y una mejora de calidad de servicio al cliente, mencionan las siguientes: las capacitaciones en temas específicos, fortalecimiento del trabajo en equipo, el bienestar en el entorno laboral, las estrategias de ventas y la atención al público.

Discusión

En la empresa J&G ACCESORIOS sobre el conocimiento de la cultura organizacional un 14% del personal no conoce sobre el tema. Según (Diana Peña, Kevin Quijije, Valeria Quijije & Santana Leyther, 2023) concluyen que la cultura organizacional es importante porque es parte fundamental dentro de una organización ya que es ahí donde parten las buenas relaciones de parte de los directivos para fortalecer su equipo de trabajo y de la misma manera contribuir al buen funcionamiento de la gestión administrativa y el desarrollo de una institución.

Según el 43% de los encuestados de la empresa J&G ACCESORIOS dicen que de vez en cuando realizan un trabajo en equipo entre los colaboradores. Según (Heredia-Laura, Victor Serapio; Sullca Tapia, Pamela Jennifer, 2022) El trabajo en equipo ha obtenido importancia dentro de las empresas, en donde poco a poco se ha vuelto una necesidad debido a las exigencias de calidad, eficacia y competitividad que la sociedad espera del sector empresarial.

Para el 14% de los trabajadores de la empresa J&G ACCESORIOS no han recibido ninguna capacitación o formación relacionada sobre la cultura organizacional. Según (José Cid & Irma Baldovinos , 2025) la capacitación es un proceso esencial que no solo mejora las habilidades técnicas de los empleados, sino que también contribuye de manera significativa al desempeño laboral al optimizar la ejecución de tareas y responsabilidades. Al mejorar las competencias, actitudes y habilidades de los trabajadores, aumenta su productividad, además de favorecer un ambiente organizacional positivo, con empleados motivados y comprometidos.

Para el 43% de los trabajadores dicen que la comunicación no es muy efectiva para desarrollar sus actividades dentro de la empresa, lo que desfavorece a la coordinación de tareas y el cumplimiento de los objetivos. Para (Dulce Melgoza, 2025) destaca que la comunicación efectiva es esencial en el trabajo para asegurarse de que el mensaje sea comprendido correctamente. Para utilizar la comunicación efectiva en el trabajo, es fundamental establecer una conexión con los destinatarios, utilizar un lenguaje claro y conciso, ser preciso y sincero, y mantener una actitud abierta a la retroalimentación y la escucha activa.

CAPÍTULO V.

PROPUESTA

5.1 Tema:

Manual para el fortalecimiento de la cultura organizacional y la mejora de la calidad del servicio al cliente en la empresa J&G ACCESORIOS, en el año 2027.

5.2 Introducción:

En un entorno empresarial actual, no se puede subestimar la importancia de una cultura organizacional sólida, esta no solo influye en el comportamiento de los empleados, sino que juega un papel clave en la eficiencia y el éxito a largo plazo de las operaciones de la empresa en este contexto, presentar un manual para el fortalecimiento de la cultura organizacional para la empresa J&G ACCESORIOS para el año 2027, como una propuesta de solución el cual nos permitiera determinar prioridades y las demandas de los colaboradores.

Este manual está dirigido para fortalecer gradualmente la cultura organizacional y su incidencia en la calidad del servicio al cliente ofreciendo como una herramienta para promover valores institucionales, buenas prácticas laborales así creando una mayor eficiencia. Estas estrategias incluirán acciones concretas para fortalecer la identidad institucional, la comunicación interna, promover la colaboración y el trabajo en equipo, que impulse la eficiencia y la productividad en la organización.

Basados en la obtención de resultados de la investigación se identificaron determinadas debilidades y necesidades de mejora por lo cual se propone acciones, temáticas de capacitación y sistemas de incentivos e integración para los empleados con el fin de mejorar la organización en el trabajo y un sistema de seguimiento y evaluación que permita fortalecer la dedicación de los trabajadores y ofrecer un servicio de calidad a los clientes, así para una mejora continua.

5.3 Justificación:

Un manual de fortalecimiento nos permitirá mejorar la cultura organizacional así estableciendo acciones para el cumplimiento de los objetivos de la empresa, así actualizando las destrezas del trabajo en equipo, dando respuesta a las mejoras que los trabajadores deseen en su sector de trabajo.

El desarrollo de temáticas de capacitación permitirá desarrollar conocimientos, habilidades y competencias de los trabajadores, para así mejorar su desempeño laboral y fortalecer aspectos fundamentales como las relaciones humanas, comunicación efectiva, el liderazgo, el trabajo en equipo y la atención al cliente. Por otra parte, el establecimiento de sistemas de incentivos e integración contribuirá a incrementar los niveles de motivación, satisfacción y compromiso del personal. Cuando los colaboradores se sienten motivados y perciben el reconocimiento por su buen desempeño laboral de forma equitativa, esto genera un ambiente de trabajo armonioso y participativo.

De la misma forma el sistema de seguimiento y evaluación nos permitirá visualizar si las estrategias se están cumpliendo de forma eficiente y en los tiempos establecidos. Por ende, este manual de estrategias para el mejoramiento de la cultura organizacional en la empresa J&G Accesorios se considera una propuesta viable y necesaria, ya que permitirá fortalecer la identidad institucional, potenciar las capacidades de los colaboradores y mejorar significativamente la calidad del servicio al cliente contribuyendo a la competitividad y su clima organizacional.

5.4 Objetivos:

5.4.1 Objetivo General

Diseñar un manual para el fortalecimiento de la cultura organizacional que integre acciones de identidad institucional, comunicación interna, capacitación, reconocimiento, integración y calidad del servicio al cliente en la empresa J&G ACCESORIOS durante el año 2027.

5.4.2 Objetivos Específicos

- Establecer los lineamientos de identidad institucional y comunicación interna mediante la formulación y socialización de la misión, visión y valores de la empresa J&G Accesorios.

- Diseñar estrategias de capacitación, reconocimiento e integración laboral que fortalezcan las competencias, la motivación, el compromiso y el trabajo en equipo de los colaboradores.
- Elaborar un protocolo de atención al cliente y un sistema de seguimiento y evaluación, mediante indicadores, metas, responsables y medios de verificación que permita valorar el cumplimiento de la propuesta y calidad del servicio.

Actores y beneficiarios:

Beneficiarios directos:

Gerente y siete colaboradores.

Beneficiarios indirectos:

Cliente, proveedores y comunidad relacionada con la empresa

Diseño de un manual

El manual está estructurado con tres bloques:

- **Bloque 1.** Establecer los lineamientos de identidad institucional y comunicación interna mediante la formulación y socialización de la misión, visión y valores de la empresa J&G Accesorios.
- **Bloque 2.** Diseñar estrategias de capacitación, reconocimiento e integración laboral que fortalezcan las competencias, la motivación, el compromiso y el trabajo en equipo de los colaboradores.
- **Bloque 3.** Elaborar un protocolo de atención al cliente y un sistema de seguimiento y evaluación, mediante indicadores, metas, responsables y medios de verificación que permita valorar el cumplimiento de la propuesta y calidad del servicio.

5.5 BLOQUE 1. Formulación y socialización de Misión, Visión y Valores

Establecer los lineamientos de identidad institucional y comunicación interna mediante la formulación y socialización de la misión, visión y valores de la empresa J&G Accesorios.

Actividades:

Formular misión, visión y valores Institucionales, diseñar material de difusión; implementar reuniones internas; establecer un canal formal de comunicación

Misión

Definición de Misión.

La misión de una empresa se refiere a su razón de ser, es decir, al propósito fundamental que justifica se existencia. Esta declaración describe que hace la organización para quien lo hace y como lo realiza, proporcionando una comprensión clara de su función en el mercado y en la sociedad (Jonás Sneider Calle García, Bryan Fernando Bozada Licoa, Yipsi Gisela Aguilera Martinez & Naralyn Damaris Ramírez Rebolledo, 2025).

Misión de la empresa J&G ACCESORIOS
"Brindar soluciones integrales en maquinaria, equipos y accesorios eléctricos de alta calidad, ofreciendo a nuestros clientes productos confiables, asesoría técnica certificada y un servicio eficiente que contribuya al desarrollo de proyectos residenciales, comerciales e industriales satisfaciendo sus necesidades con seguridad e innovación."

Diseño de la misión.

Figura 19.

Diseño de la misión.



Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Visión

Definición de la Visión.

La visión empresarial es una proyección aspiracional que establece hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y qué pretende lograr en el futuro. Es una imagen idealizada del estado deseado que la organización busca alcanzar, reflejando sus sueños y ambiciones (Jonás Sneider Calle García, Bryan Fernando Bozada Licoa, Yipsi Gisela Aguilera Martinez & Naralyn Damaris Ramírez Rebolledo, 2025).

Visión de la empresa J&G ACCESORIOS.
"Ser una empresa líder en la comercialización de maquinaria y sistemas eléctricos, reconocida por la excelencia de nuestros productos, la confianza de nuestros clientes y nuestro compromiso con la innovación tecnológica, impulsando el crecimiento sostenible y el acceso a soluciones energéticas eficientes para hogares y empresas."

Diseño de la visión

Figura 20.

Diseño de la Vision.



Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Valores Institucionales

Definición de valores

"El objetivo de los valores organizacionales es que guíen a las personas en la adopción de una serie de conductas que reorienten y consigan la máxima coherencia de comportamientos responsables, conjugando así intereses personales y colectivos". (Salvia, 2021)

Valores en la Institución

Responsabilidad: La empresa asume con seriedad y compromiso de cada una de sus obligaciones comerciales, administrativas y sociales. Este se verá reflejado con el cumplimiento de los acuerdos con los clientes, proveedores y colaboradores, garantizando la entrega de productos de calidad y en los plazos establecidos.

Seguridad: La empresa promueve la comercialización de productos que cumplan con normas técnicas y estándares de seguridad. Además, se fomentará buenas prácticas de manejo e instalación.

Respeto: Todas las actividades de la empresa se desarrollarán bajo el principio del respeto hacia el cliente, colaboradores, proveedores y la comunidad. Este valor nos favorece para un ambiente laboral en armonía y relaciones interpersonales basadas en la confianza.

Confianza: Es fundamental para la empresa ya que permite fortalecer las relaciones con clientes, proveedores y colaboradores. Este valor busca crear vínculos duraderos basado en el respeto mutuo y seguridad en entender las necesidades de los clientes.

Trabajo en equipo: El éxito depende de la colaboración y participación activa de todos los trabajadores de la empresa. Se fomentará el respeto mutuo, la comunicación y la cooperación entre colaboradores para alcanzar las metas comunes.

Innovación: La empresa reconoce la importancia de adaptarse a los cambios tecnológicos y las nuevas demandas del mercado. Por lo cual se incorporará herramientas modernas y procesos de mejora continua que permitan ofrecer soluciones eficientes.

Puntualidad: La puntualidad refleja el compromiso de la empresa con el tiempo y las obligaciones adquiridas. Se representa en la atención oportuna a los clientes, el cumplimiento de horarios laborales, la entrega de productos dentro de los plazos establecidos y ejecución eficiente de las actividades empresariales.

Honestidad: Se fomentará una conducta ética y transparente en cada proceso, brindando información clara sobre los productos comercializados, precios, garantías y condiciones de venta.

Beneficios esperados

Al definir claramente la misión, visión permitirá que la empresa reconozca claramente su razón de ser, sus aspiraciones a futuro y sus principales valores que orienten su accionar. Esto fortalecerá su imagen institucional y profesionalismos con el cliente proveedores y la comunidad.

Al contar con valores institucionales definidos y socializados, los trabajadores se podrán identificar con la cultura organizacional y comprender mejor los objetivos de la empresa. Esto favorecerá a la motivación y el compromiso por el cumplimiento de cada una de las funciones que realizan.

Estrategia de socialización y comunicación

Para garantizar que estos lineamientos sean conocidos y adoptados, se establece el siguiente procedimiento.

Señalética interna:

Colocación de placas en puntos estratégicos de la empresa con cada uno de los diseños empresariales.

Socializar Misión, Visión y Valores corporativos:

Se realizará una socialización dirigida a todos los trabajadores con el fin de presentar y explicar la importancia de la identidad institucional.

Implementar canales de comunicación interna:

Se establecerán mecanismos que faciliten una comunicación efectiva. Entre estos podrán ser reuniones periódicas, grupos corporativos de mensajería, correos institucionales.

5.6 BLOQUE 2. Estrategias de Capacitación, Incentivos e integración

Diseñar estrategias de capacitación, reconocimiento e integración laboral que fortalezcan las competencias, la motivación, el compromiso y el trabajo en equipo de los colaboradores.

Actividades:

Ejecutar capacitaciones, aplicar evaluaciones, realizar actividades de integración; evaluar desempeño y trabajo en equipo.

Plan de Capacitación.

Los programas de capacitación como el propuesto deben ser de corto alcance en el tiempo, por las propias disponibilidades de tiempos operativos de los emprendedores, pero sostenidos y constantes, apoyados por materiales didácticos que sean específicos y atractivos para los capacitados y que cuenten con un seguimiento o evaluación posterior a su desarrollo para comprobar su efectividad, lo que en todo caso evidencia que la instrucción o capacitación es necesaria dentro de un proceso de profesionalización de los emprendedores, que ayude a disminuir sus riesgos de operación y les brinde una oportunidad de sobrevivir y permanecer en el tiempo (Carlos Jose Arias Ronquillo, Carolina Paola Jaramillo Bayas & Lorena Elizabeth Muquis Tituaña, 2022).

Planificación del plan de Capacitación:

Para el cumplimiento del objetivo del plan de capacitación tiene como fin poder minimizar los problemas que existen en el ámbito laboral para mejorar el nivel de eficiencia que, desempeñada los colaboradores, este plan de capacitación nos permitirá disolver los estados de ánimo negativos y la falta de conocimientos.

Por ello es necesario capacitar a cada miembro de la organización para poder desarrollar las habilidades de cada uno, dando una nueva forma a la convivencia, trato entre trabajadores y a los clientes de la organización.

Teniendo así un personal más calificado, productivo y encaminado hacia los objetivos de la institución, como punto final tras la observación de resultados obtenidos a través de los instrumentos de investigación se observó que en ciertas áreas es necesaria una capacitación por ello se ha considerado elaborar un plan de capacitación orientado al personal que se encuentra en diferentes puestos de trabajo.

Para luego poder evaluar su nivel de conocimiento y habilidades adquiridas en el programa de capacitación.

Alcance:

Esta capacitación está dirigida para todo el personal de la empresa J&G ACCESORIOS.

Recursos

Humanos

- Facilitador especializado
- Coordinador de capacitación

Materiales

- Computador
- Proyector
- Presentaciones digitales
- Material de apoyo
- Hojas de trabajo
- Sala de reuniones
- Esferos y útiles

El plan de capacitación tendrá una duración anual de forma trimestral comenzando desde el mes de enero y finalizará el mes de diciembre del 2027. Detallado a continuación:

Estrategias de capacitación.

Tabla 19. *Temáticas de Capacitación*

Temática de capacitación	Objetivo	Contenido	Metodología	Consultor	Fecha		N° de horas	Presupuesto Total	Responsable	Medio de Verificación
					Inicio	Finalización				
PRIMER TRIMESTRE										
La cultura organizacional y valores institucionales	Fortalecer el conocimiento, sentido de pertinencia y aplicación de los valores institucionales promoviendo conductas alineadas con la misión y visión	Concepto e importancia de la cultura organizacional valores institucionales y aplicación en el trabajo diario identidad y sentido de pertenecía y buenas prácticas laborares	Exposición teórica talleres prácticos lluvia de ideas Compromiso de acción.	Especialista en desarrollo organizacional o recursos Humanos	11/1/2027	18/02/2027	4 horas	$32,00	Directivos de la empresa	Lista de asistencia Informe de capacitación fotografías

Liderazgo y motivación del talento humano	Desarrollar habilidades de liderazgo y motivación en los trabajadores para fortalecer su buen desempeño, el compromiso y el trabajo en equipo contribuyendo al logro de los objetivos institucionales	Conceptos de liderazgo y motivación estilos de liderazgo, motivación laboral y compromiso organizacional. Reconocimiento y desarrollo del talento humano	Exposición teórica talleres prácticos ejercicios de liderazgo, compromiso de mejora.	Especialista en gestión de talento humano o desarrollo organizacional	20/02 /2027	30/03/ 2027	4 horas		Directivos de la empresa	Lista de asistencia. Informe de capacitación fotografías

SEGUNDO TRIMESTRE										
Trabajo en equipo y comunicación efectiva	Fortalecer las habilidades de comunicación y colaboración entre los colaboradores para mejorar las relaciones interpersonales, coordinación de actividades.	Importancia del trabajo en equipo Características de los equipos de alto desempeño roles y responsabilidades dentro del equipo manejo de conflictos y solución de problemas fortalecer la cooperación y confianza	Exposición teórica talleres prácticos, análisis de casos ejercicios de integración.	Especialista en desarrollo organizacional o comunicación organizacional	05/04/2027	15/05/2027	4 horas	$32,00	Directivos de la empresa	Lista de asistencia. Informe de capacitación fotografías

Atención y servicio al cliente	Desarrollar competencias y habilidades en los colaboradores para brindar una atención cordial eficiente y orientada a la satisfacción del cliente, fortaleciendo la imagen institucional y la calidad del servicio	Conceptos de atención y servicio al cliente Diferencias entre atención al cliente y servicio al cliente Comunicación efectiva manejo de quejas y reclamos Estrategias de fidelización y mejora continua	Exposición teórica, talleres prácticos, simulación de atención, dinámicas grupales.	Especialista en atención al cliente, relaciones humanas	20/05 /2027	30/06/ 2027	4 horas		Directivos de la empresa	Lista de asistencia. Informe de capacitación fotografías

TERCER TRIMESTRE										
Relaciones Humanas	Fortalecer las habilidades interpersonales y la convivencia laboral para promover un ambiente de trabajo armonioso y productivo. Contribuyendo a un clima organizacional positivo.	Concepto e importancia de las relaciones humanas, relaciones interpersonales en el ámbito laboral Comunicación efectiva y escucha activa Trabajo colaborativo y fortalecimiento del clima laboral	Exposición teórica, dinámicas grupales, análisis de casos, talleres y actividades de integración.	Especialista en relaciones humanas, Psicología organizacional o desarrollo organizacional.	05/07 /2027	15/08/ 2027	4 horas	$32,00	Directivos de la empresa	Lista de asistencia. Informe de capacitación fotografías

Sistemas Informáticos	Fortalecer las competencias tecnológicas de los colaboradores para el uso de sistemas informáticos institucionales optimizando los procesos administrativos y operativos.	Conceptos básicos de sistemas informáticos Componentes de Hardware y software Uso de sistemas informáticos institucionales Seguridad informática y protección de datos Solución básica de problemas informáticos	Exposición teórica, Talleres en computación, ejercicios guiados, resolución de casos prácticos y evaluación de desempeño.	Especialista en tecnologías de la información o sistemas informáticos	20/08 /2027	30/09/ 2027	4 horas		Directivos de la empresa	Lista de asistencia. Informe de capacitación fotografías

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay

Los siguientes temas tendrán una duración de cada trimestre de 8 horas con un valor de 32 dólares, el mismo valor fue tomado de la CECAP en donde se encuentra las tarifas de capacitación dentro de las empresas u organizaciones.

Tabla 20.

Temas y horas de capacitación

Temas de capacitación	# Horas	Valor Unitario	Valor Total
PRIMER TRIMESTRE			
Cultura organizacional y valores Institucionales	4 horas	$16,00	$32,00
Liderazgo y motivación del talento humano	4 horas	$16,00	
SEGUNDO TRIMESTRE			
Trabajo en equipo y colaboración efectiva	4 horas	$16,00	$32,00
Atención y servicio al cliente	4 horas	$16,00	
TERCER TRIMESTRE			
Relaciones Humanas	4 horas	$16,00	$32,00
Sistemas Informáticos	4 horas	$16,00	
TOTAL			**$96,00**

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Presupuesto de la capacitación

Se ha elaborado un presupuesto destinado a cubrir los costos de la capacitación dirigidas a los empleados de las distintas áreas de la empresa, con el fin de garantizar el desarrollo de sus competencias y conocimientos.

Tabla 21.

Presupuesto de capacitación

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Capacitadores	6	$16,00	$96,00
Proyector	1	$720,00	$720,00
Laptop	1	$480,00	$480,00
Esferos	8	$0,50	$4,00
Marcadores	2	$0,75	$1,50
Pizarra	1	$50,00	$50,00
Mesas	4	$100,00	$100,00
Sillas	8	$6,00	$48,00
Hojas	50	0.01	0.50
Carpetas	8	$0.50	$4.00
TOTAL			$1.504,00

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Cronograma del plan de Capacitación

Tabla 22.

Cronograma del plan de capacitación

TEMA TRATADO	FECHAS DE INICIO Y FINALIZACION								
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
PRIMER TRIMESTRE									
La cultura organizacional y valores institucionales	22 de enero del 2027								
Liderazgo y motivacion del talento humano		26 de febrero del 2027							
SEGUNDO TRIMESTRE									
Trabajo en equipo y comunicación efectiva				02 de abril del 2027					
Atencion y servicio al cliente					11 de junio del 2027				
TERCER TRIMESTRE									
Relaciones Humanas							16 de julio del 2027		
Sitemas Informaticos								10 de septiembre del 2027	

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Certificado de finalización del plan de capacitación.

Figura 21.

Diseño Certificado de Finalización.



Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Sistemas de incentivos e integración

Programa incentivos e integración que permita mejorar la calidad del servicio y la atención al cliente en la empresa.

Plan de incentivos

Tabla 23.

Plan de Incentivos

Objetivo	**Estrategia**	**Actividad**	**Requerimientos**	**Presupuesto**	**Responsable**
Generar nuevos y mayores incentivos económicos por el buen desempeño laboral para los trabajadores de la empresa J&G ACCESORIOS.	Mejorar los incentivos laborales en la empresa como parte del incremento competitivo organizacional.	Bono monetario anual del 20% del sueldo Mensual por: - Desempeño laboral - Puntualidad - Horas extras.	Cumplimiento eficiente de funciones, responsabilidades.	$ 95,00 Anual	Directivos de la empresa
		Bono monetario anual del 10% del sueldo mensual - Cumplimento de venta de productos estrellas. - Atención al cliente.	Optimo desempeño laboral y alcance de metas organizacionales	$ 45,00 Anual	

		Bonificación por consideración por años de servicio a la empresa	Laborar al menos 5 años dentro de la empresa.	$ 350,00 Anual	
		Incentivos como: - Días libres adicionales - Regalos en fechas festivas.(Fecha de creación de la empresa, Navidad)	Alcance de ventas y desempeño laboral.	$ 100 ,00 Anual	
Total, presupuesto del programa				**$590,00**	

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Metas e indicadores del sistema de incentivos.

Tabla 24.

Metas e Indicadores

Indicadores	**Formula**	**Metas**
Medición del desempeño laboral	(Puntaje obtenido en la evaluación de desempeño / Puntaje máximo esperado) * 100%	Obtener mayor o igual al 90% del cumplimiento de la evaluación de desempeño
Cumplimiento metas de ventas asignadas	(Ventas realizadas / meta de ventas establecidas) * 100%	Conseguir el igual o mayor del 95% de las vetas asignadas
Indicadores de fidelización de empleados	(Número de trabajadores que permanecen/ número total de trabajadores) * 100%	Mantener la permanencia laboral de igual o mayor 90% anual.
Nivel de satisfacción del trabajador	(Trabajadores satisfechos / Total de trabajadores encuestados) /100%	Obtener un nivel de satisfacción mayor o igual al 85%

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Plan de integración.

Tabla 25.

Plan de Integración

Objetivos	**Estrategias**	**Actividad**	**Requerimientos**	**Fechas de realización**	**Presupuesto**	**Responsable**
Establecer relaciones de compañerismo entre los trabajadores de la institución.	Fortalecer las relaciones laborales y la eficiencia en el cumplimiento de los objetivos y metas.	Realizar eventos, juegos y actividades para la integración de los trabajadores	Espacios adecuados, materiales para dinámicas y refrigerios	Navidad Cumpleaños del personal Dia de la madre y del padre Cuando se creó la empresa Fin de año	$ 250.00	Directivos de la empresa.
Facilitar la adaptación de los nuevos trabajadores	Implementar un plan de inducción institucional.	Presentación de la historia, misión, Vision y valores de la empresa.	Material informativo, Sala de reuniones	Inicio actividades del nuevo empleado	$ 50.00	

Fortalecer la comunicación y el trabajo en equipo	Desarrollar actividades colaborativas	Talleres de comunicación efectiva y resolución de conflictos	Material de apoyo y espacio de capacitación.	Inicio del año y a mediados del año	$ 50.00	
Total del presupuesto de integración					$ 350.00	

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Indicadores y metas del plan de integración

Indicador	**Formula**	**Meta**
Nivel de integración-	(Número de colaboradores que participan en actividades de integración / total de colaboradores) * 100%	Alcanzar una participación del 100% en actividades de integración durante el año.
Tasa de inducción completada	(Número de nuevos trabajadores que completan el proceso de inducción /Total de nuevos trabajadores) *100%	Alcanzar el 100% de cumplimiento del programa de inducción.
Participación en reuniones de trabajo	(Número de colaboradores que asistieron / Total de colaboradores) * 100%	Alcanzar una participación mínima del 95% en reuniones de coordinación.

Las diferentes estrategias que se desarrollaron en la institución surgieron para ayudar a fortalecer la cultura organizacional y su eficiencia en la calidad al servicio al cliente, esperando cumplir el objetivo planteado.

A continuación, se presenta la tabla del presupuesto total para la propuesta presentada:

Tabla 26.

Presupuesto Total de la propuesta

Ítems	**Total**
Plan de capacitación	$ 1.504,00
Plan de incentivos	$590,00
Plan de integración	$ 350.00
TOTAL	**$ 2.444.00**

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

5.7 BLOQUE 3. Atención al cliente, seguimiento y evaluación

Elaborar un protocolo de atención al cliente y un seguimiento y evaluación mediante indicadores, metas, responsables y medios de verificación que permita valorar el cumplimiento de la propuesta y calidad del servicio.

Protocolo de atención al cliente.

En este objetivo se tiene como punto realizar dos herramientas que van a hacer fundamentales para la cultura organizacional y la calidad del servicio:

- Protocolo de atención al cliente donde se estandarice la interacción del cliente con el personal.
- Sistema de evaluación y revisión que nos ayude a calcular el cumplimiento de los estándares y por ende la satisfacción del cliente.

A continuación, la matriz de protocolo de atención al cliente donde se describirá las etapas del proceso, actividades y responsables para el cumplimiento coordinado del mismo.

Tabla 27.

Protocolo de atención al cliente.

N°	Instante	Acción	Comportamiento a esperar
1	Recepción	Saludo y acompañamiento	Contacto visual Saludo verbal y cordial
2	Indagación	Identificar la necesidad	Escucha activa Tomar apuntes si es necesario
3	Asesoramiento	Ofrecimiento de producto o servicio	Detalle claro del benefició Alineación de valor de la empresa
4	Cierre	Finalizar servicio	Rapidez Agradecimiento
5	Despedida	Concluir interacción	Invitación a regresar Despedida amable

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Protocolo de la imagen y comunicación del personal:

1	Imagen	Higiene y postura corporal.
2	Leguaje verbal	El uso de frases como (“Por favor”, “Gracias”, “Con gusto”, “Vuelva pronto” y “Disculpe”) en un tono adecuado técnica y coloquial.
3	Lenguaje no verbal	Postura erguida, gestos abiertos, cruce de brazos y el uso innecesario del teléfono durante la Atención al Cliente.

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Proceso para solución de existir reclamos y situaciones difíciles:

- Escuchar sin molestar
- Reconocer el problema y pedir disculpas
- Control de emociones y control de calma
- Actuar ofreciendo soluciones
- Lograron cierre exitoso y seguido
- Archivar el incidente

Seguimiento y evaluación.

Es importante ya que permitirá realizar análisis de resultados, disponer de información que puedan determinar los problemas presentados durante la ejecución, montos de inversión efectuados, evaluación de resultados al final de cada proyecto e ir verificando el cumplimiento de los objetivos planteados, misma que servirá como insumos para que las autoridades puedan tomar las mejores decisiones presupuestarias, corregir la asignación de recursos, evitando cometer los mismos errores, así como identificar las acciones positivas que llevaron al éxito de los proyectos, también servirán de base para que los encargados de los procesos puedan desarrollar sus funciones de forma más eficiente y la gestión institucional se fortalecerá para el cumplimiento ante los entes de control dentro del sector público (Lidia Isabel Cuadrado-Martinez & Kleber Antonio Luna-Altamirano, 2022).

Modelo de seguimiento

El modelo de seguimiento contribuye al fortalecimiento del talento humano y mejoramiento continuo de la empresa mediante el desarrollo de competencias, habilidades, motivación personal y el fortalecimiento de la calidad del servicio al cliente.

A continuación, se presenta un modelo de seguimiento:

Modelo de seguimiento

Tabla 28.

Modelo de Seguimiento

Tema	**Objetivo**	**Actividad de seguimiento**	**Indicadores**	**Seguimiento**	**Responsable**
Desarrollo de Estrategias de capacitación	Fortalecer las competencias del personal	Evaluar la asistencia y resultados de las capacitaciones realizadas	Número de capacitaciones ejecutadas y participación del personal	Revisión trimestral de asistencia y resultados de evaluación de conocimientos	Directivos de la empresa
Aplicar el sistema de incentivos e integración	Incrementar la motivación y el trabajo en equipo	Revisar el cumplimiento de incentivos y actividades internas	Nivel de motivación del personal.	Revisión anual de cumplimiento de objetivos	Directivos de la empresa
Mejora de la calidad del servicio al cliente	Aumentar la satisfacción del cliente una atención eficiente y cordial	Capacitar en atención al cliente, analizar la satisfacción de los clientes y desempeño del personal	Índice de satisfacción del cliente y número de quejas	Trimestral capacitación de refuerzo	Directivos de la empresa

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Modelo de seguimiento de capacitación

Tabla 29.

Modelo de seguimiento de capacitación

EMPRESA J&G ACCESORIOS **Seguimiento de capacitación**				
Lugar y fecha:…….. Tema de la capacitación:…….. Nombre del facilitador:……				
Instrucciones Marque con una X según usted considere. 1. Muy Buena 2. Buena 3. Neutral 4. Mala				
Evaluación de contenidos				
Criterio	**1**	**2**	**3**	**4**
Claridad del contenido				
Relevancia del tema para mi cargo del trabajo				
Se alcanzo los objetivos de la capacitación				
Actualización de información				
Evaluación del facilitador				
Dominio del tema				
Claridad al momento de exponer				
Metodología Utilizada				
Capacidad para resolver las dudas				
Evaluación de la metodología				

Material entregado				
Recursos entregados (Diapositivas, Ejemplos, Videos)				
Aplicabilidad al puesto de trabajo				
Lo aprendido puedo aplicar a mis funciones				
La capacitación ayudará en mi desempeño laboral				
Nivel de satisfacción				
Satisfacción general				
Comentario o sugerencia del participante				
_____ **Firma del participante.**				

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Proceso de evaluación.

El modelo de evaluación es un conjunto de criterios, indicadores y métodos diseñados para recopilar información y emitir un criterio fundamentado. Para así tomar decisiones, detectar áreas de mejora y verificar el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Tabla 30.

Proceso de Evaluación.

N.º	Procesos	Acciones	Resultados
1	Revisión de actividad planeadas	Desarrollo de reportes o informes mensuales o trimestrales.	Reportes de resultados obtenidos.
2	Validación de hallazgos sobre las actividades planteadas.	Desarrollo de reportes de manera trimestral.	Diagnóstico del avance del proyecto.
3	Verificación de metas	Ficha de seguimiento. Ficha de metas.	Estudiar las tendencias de los indicadores de cumplimiento
4	Comprobación de objetivo	Declaración de los involucrados o entrevistas.	Medidas para la solución del problema.
5	Reconocimiento del beneficio que se generó con las actividades	Desarrollo de evaluación para la comparación de los resultados obtenidos.	La satisfacción de la comunidad.

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Modelo de Evaluación

Tabla 31.

Modelo de evaluación.

Tema	Indicadores	Instrumento de evaluación	Aplicación	Escala de valoración
Desarrollo de estrategias de capacitación	Porcentaje de personal activo que asistieron a las capacitaciones en la empresa	Encuesta para los colaboradores	Nivel de aplicación de conocimientos adquiridos en el trabajo	1= Cumple 2= Cumple parcialmente 3= No cumple
Aplicar un sistema de incentivos e integración	Nivel de motivación de los trabajadores	Encuesta para los colaboradores	Cumplimiento de metas y responsabilidades	1= Cumple 2= Cumple parcialmente 3= No cumple
Mejorar la calidad de servicio al cliente	Nivel de satisfacción de clientes	Encuesta de satisfacción y observación de reclamos	Evaluación del trato recibido por el cliente	1= Cumple 2= Cumple parcialmente 3= No cumple

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Cronograma de Evaluación del plan de capacitación.

Actividad	Mes 1	Mes 3	Mes 6	Mes 9	Mes 12
Diagnóstico inicial	X				
Seguimiento de actividades	X	X	X	X	
Encuesta al personal		X	X	X	X
Evaluación de desempeño			X	X	X
Informe de resultados					X

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Encuesta de Evaluación para trabajadores.

Tabla 32.

Encuesta de evaluación

ENCUESTA DE EVALUACIÓN
EMPRESA J&G ACCESORIOS **ENCUESTA DE TRABAJADORES**
Lugar y fecha: ……. **Cargo: …….** **Nombre del encuestado: ……**
Escala Likert Encierre con un círculo según considere. 1= Totalmente en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= Neutral 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo
1. ¿Las capacitaciones planeadas han sido recibidas en su totalidad? 1 2 3 4 5 **2. ¿Existe un ambiente de respeto y colaboración entre compañeros?** 1 2 3 4 5 **3. ¿Con los incentivos me siento más motivado para realizar mis actividades diarias?** 1 2 3 4 5 **4. ¿Las actividades de integración han fortalecido el compañerismo y trabajo en equipo entre compañeros?** 1 2 3 4 5 **5. ¿el gerente ha apoyado el desarrollo profesional y crecimiento de los trabajadores?**

1	2	3	4	5

6. **¿Después de las capacitaciones considera que su desempeño laboral ha mejorado?**

1	2	3	4	5

7. **¿Las capacitaciones recibidas han contribuido a mejorar mis competencias laborales?**

1	2	3	4	5

8. **¿La empresa fomenta buenas prácticas para una mejor atención al cliente?**

1	2	3	4	5

Sugerencias que considere necesarias para fortalecer la cultura organizacional y la calidad del servicio al cliente.

……

……

……

……

……..

Firma del participante

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Encuesta de Evaluación para clientes.

Tabla 33.

Evaluación para clientes.

ENCUESTA DE EVALUACIÓN
EMPRESA J&G ACCESORIOS **ENCUESTA DE CLIENTES**
Lugar y fecha: ……. **Cargo: …….** **Nombre del encuestado: ……**
Escala Likert Encierre con un círculo según considere. 1= Totalmente en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= Neutral 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo
1. ¿Considera que la atención recibida por parte de los trabajadores ha mejorado? 1 2 3 4 5 **2. ¿Los trabajadores brindan una atención cordial y respetuosa durante la prestación del servicio?** 1 2 3 4 5 **3. ¿El personal muestra conocimientos y seguridad al momento de atender sus necesidades?** 1 2 3 4 5 **4. ¿Considera que existe mayor rapidez y eficiencia en la atención al cliente?** 1 2 3 4 5

5. **¿El trabajo en equipo del personal influye positivamente en la calidad del servicio recibido?**

1	2	3	4	5

6. **¿Está satisfecho con la atención brindad por la empresa?**

1	2	3	4	5

7. **¿Recomendaría a la empresa a otras personas por la calidad del servicio recibido?**

1	2	3	4	5

Sugerencias que considere necesarias para fortalecer la calidad del servicio al cliente.

……

……

……

……

……..

Firma del participante

CONCLUSIONES

- La formulación y socialización de la misión, visión y valores institucionales permitirá establecer una identidad corporativa salida, alineada con los objetivos de la empresa J&G Accesorios, lo que fortalecer el sentido de pertenencia y el compromiso entre sus colaboradores. Una comunicación interna efectiva contribuirá a mejorar el flujo de información entre los trabajadores.
- La capacitación del personal es una herramienta importante dentro de cualquier empresa ya que permite mejorar el desempeño del personal. Por ello el diseño del programa de capacitación dentro de la empresa J&G Accesorios permitirá que los trabajadores desarrollen nuevas competencias, actualicen conocimientos y fortalecer sus habilidades. De igual forma los sistemas de incentivos y actividades de integración tienen un impacto en la motivación laboral y la calidad del servicio al cliente.
- Estableciendo los mecanismos de evaluación dentro de la empresa facilitara el seguimiento y control de las acciones que se van a implementar en la empresa, permitiendo identificar oportunidades de mejora y garantizar la obtención de mejores resultados. Contribuyendo a incrementar la motivación y sentido de pertenencia de los trabajadores.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda mantener procesos de socialización y fortalecimiento de la identidad institucional que permita reforzar el conocimiento, asegurando que sean comprendidos, compartidos y aplicados en las actividades diarias. Esta estrategia debe incluir actividades como talleres participativos, charlas informativas, material visual en espacios comunes y procesos de inducción.
- Se recomienda a los administradores de la empresa J&G Accesorios, asignar recursos y ejecutar el programa de capacitación con todo su personal e implementar el sistema de incentivos e integración, esto permitirá fortalecer los conocimientos, las competencias y habilidades de cada uno, con el fin de mejorar la calidad del servicio al cliente. De igual manera permitirá incrementar la motivación del personal, el bienestar de los trabajadores, el cumplimiento eficiente de sus labores, para así mejorar la calidad del servicio que se ofrece a los clientes.
- Se recomienda a la empresa implementar el manual de estrategias propuesta asegurando la participación activa de todos sus trabajadores. Desarrollando de manera periódica los programas de capacitación para el fortalecimiento de su cultura organizacional, el liderazgo, la comunicación efectiva y la atención al cliente. De la misma forma realizar las evaluaciones y el seguimiento de las mismas, para así garantizar el cumplimiento de las estrategias, el tiempo de ejecución, efectuar ajustes y la mejora continua de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Abbon Vásquez, Lucy Guanuchi, Rogelio Cahuana, Rosa Vera & Julio Holgado. (2023). MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN CIENTIFICA. Perú: Instituto Universitario de Innovacion Ciencia y Tecnologia Inudi Perú S.A.C.

Adriana Muñoz & Liliana Chaves . (08 de Julio de 2013). La empatía: ¿un concepto unívoco? 123-143. Obtenido de Empatia.

Alberto, C. (Octubre de 2017). Investigación de Campo: Caracteristicas, Tipos, Tecnicas y Etapas. Obtenido de Investigación de Campo: caracteristicas, tipos, tecnicas, y etapas.

Aldana Luzángela & Vargas Martha. (2021). Calidad y Servicio: concepto y herramientas (3a, ed). Ecoe Ediciones.

Baron Ballesteros , R. (Marzo de 2024). *CULTURA ORGANIZACIONAL: UNA REFLEXION TEORICA HACIA LA CONTRUCCION DE ORGANIZACIONES INTELIGENTES.* Obtenido de https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10585

Bejarano, Y. (2021). REVISION DE NEGOCIO, MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS. 20.

Calle Garcia, A. J., & Zambrano Zambrano, C. (10 de Agosto de 2024). *CULTURA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA COOPERATIVA DE TAXIS DÁVILA CÓRDOVA DE LA CIUDAD DE CHONE.* doi:10.21503/cyd.v27i3.2703

CARBAJAL, V. (2020). Metodologia de la Investigacion. San Salvador: ISBN.

Carlos Jose Arias Ronquillo, Carolina Paola Jaramillo Bayas & Lorena Elizabeth Muquis Tituaña. (2022). Propuesta de contenidos en plan de capacitacion administrativa para emprendimientos en Quito.

Carlos, K. J. (11 de 12 de 2017). Importancia de la vision y mision dentro de las organizaciones. 5.

Caudillo Perez, H. (2024). Liderazgo y comunicación . Mexico: Grupo Editorial Exodo.

Chamba Molina, A. M. (2024). Influencia de la cultura organizacional en la calidad de servicios ofertados en el Hospital Básico Santa Teresita de la ciudad de Santa Rosa.

Claudio, A. (2020). apertura al dialogo.

CODIGO DEL TRABAJO. (22 de Junio de 2020). CODIGO DEL TRABAJO.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2008). CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR .

Correa Daniel & Velez Leither. (10 de Enero de 2023). GESTIÓN DE CALIDAD EN SERVICIOS Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL GAD DE PORTOVIEJO. 359.

Dany Rodriguez, Ana Arista y José Cruz. (30 de 09 de 2023). Calidad de servicio y su efecto en la satisfacción y lealtad de los clientes.

Diana Peña, Kevin Quijije, Valeria Quijije & Santana Leyther. (2023). Cultura organizacional: un componente importante en la gestión administrativa. Caso gobierno autonomo descentralizado, parroquial rural de Menbrellal, Canton Jipijapa.

Dulce Melgoza, H. R. (2025). La comunicacion efectiva: estrategia para potenciar la gestion del talento humano. empresa refresquera huejutla de reyes, hidalgo.

Durán, A. (2018). Trabajo en Equipo. En A. Durán, *Trabajo en Equipo.* Elearning SL.

Ernesto Ackerman y Sergio Com. (2013). METOLOGIA DE LA INVESTIGACION. Buenos Aires: by Educiones del Aula Taller.

Frias Navarro, D. (Noviembre de 2025). *Apuntes de estimación de la fiabilidad de consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida* . Obtenido de https://www.uv.es/friasnav/AlfaCronbach.pdf

Gamarra, E. L., & Rosales Robles, E. S. (2023). CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA ATENCIÓN AL HUÉSPED DE UNA EMPRESA HOTELERA,2022. 125.

Guerrero Salazar, M. E., Pilaquinga Cantuña, V. P., & Guerrero Salazar, C. V. (2021). La revalorización de la identidad cultural: Un análisis retrospectivo de las principales culturas del Ecuador.

Heredia-Laura, Victor Serapio, sullca Tapia, Pamela Jennifer. (2022). Comunicacion, trabajo en equipo y compromiso organizacional en universidades publicas.

Irene Cordero, M. G. (20 de Marzo de 2021). LOS VALORES ORGANIZACIONALES COMPARTIDOS PARA EL EJERCICIO DE LA DIRECCION. 201-213.

James Kouzes & Barry Posner. (2024). Liderazgo y comunicación. Mexico: Grupo Editorial Exodo.

Joaquín, G. (2016). Metodologia de la investigacion para administradores. Bogota: Ediciones de la U.

Jonás Calle, Bryan Bazada, Yipsi Aguilera & Naralyn Ramírez. (2025). LA ALINEACIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS CON LA MISIÓN Y VISIÓN EMPRESARIAL: UN EMFOQUE BASADO EN RESULTADOS . 510-518.

Jonás Sneider Calle García, Bryan Fernando Bozada Licoa, Yipsi Gisela Aguilera Martinez & Naralyn Damaris Ramírez Rebolledo. (03 de Marzo de 2025). LA ALINEACIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS CON LA MISIÓN Y VISIÓN EMPRESARIAL: UN ENFOQUE BASADO EN RESULTADOS.

Jonathan Chuga & Kevin Sidel. (2023). L a investigacion en las ciencias de la salud. Quito, Ecuador: Mawil publicaciones de Ecuador,2023.

José Cid & Irma Baldovinos . (2025). Capacitación al personal y su influencia en el desempleño laboral.

Juan Silva, Barbara Macías, Edgar Tello Leal & Jesús Delgado. (Abril de 2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México.

Juan Vesga, Monica Garcia, Eliana Quiroz, Esther Castaño & Maria Aguilar. (Marzo de 2020). Cultura organizacional y cambio: reflrexiones y discusiones desde la psicología organizacional. En J. Vasga. Universidad Católica de Colombia.

Lidia Isabel Cuadrado-Martinez & Kleber Antonio Luna-Altamirano. (2022). Sistemas de Evaluacion, Monitoreo, Seguimiento y Evaluacion de Proyectos Sociales. 17. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25434w/sem5_sistemasdeevaluacion.pdf

Liliana Cortés, Gabriela Martinez, Jose Torres & Maria Calvillo. (18 de Julio de 2024). Comunicación interna en las organizaciones: factores que revelam la difucion de la informacion, la sostenivilidad social, satisfacion y la productividad. Obtenido de Comunicación interna en las organizaciones: factores que revelam la difucion de la informacion, la sostenivilidad social, satisfacion y la productividad.

Manuel Zambrano, Alexia Berrús & Giuliana Goncalves. (2023). Principios de estadistica. Samborondon-Ecuador: Natascha Ortiz Yánez.

Mariela Miranda, Patricia Chiriboga, Martha Romero Ligia Tapia & Lenin Fuentes. (27 de Agosto de 2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital.

Marta Salazar & Hilda Rodriguez. (9 de Enero de 2021). Toma de decisiones. 3.

Nieves Zubullaga & Irma Cecilia. (12 de Abril de 2023). Desarrollo profecional y puesto de trabajo. 28.

NORMA TECNICA PARA MEDICION DE CLIMA LABORAL DEL SERVICIO PUBLICO. (05 de Julio de 2018). NORMA TECNICA PARA MEDICION DE CLIMA LABORAL DEL SERVICIO PUBLICO. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2025/01/NORMA-TECNICA-PARA-LA-MEDICION-DE-CLIMA-LABORAL-DEL-SERVICIO-PUBLICO.pdf

Pacheco, L. (Marzo de 2022). Los valores humanos.

Pinela Morán & Mary Armijos. (23 de Febrero de 2021). El compromiso laboral y el comportamiento innovador de los empleados: Revision de literatura.

Polo, D. (04 de Noviembre de 2015). Beneficios Laborales. 3.

Porras H., J. L. (06 de Junio de 2024). Cultura Organizacional, Generando valor para las organizaciones. 109.

Posso, I. T. (2024). Diseño de tres manules de funcione, seis procedemientos y la elaboracion del dereccionamiento estrategico de la empresa la finca de hoy del corregimietnnto de Nueva Antioquia, Turbo.

Ramirez Mario & Sandra Mondrago. (2019). LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LAS EMPRESAS. 218-226.

Raquel Chacaltana, Lorena Flores & Sonia Gómez. (30 de Agosto de 2021). LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL DOCENTE EN EDUCACIÓN SUPERIOR: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA. 316-335.

Reinoso Lastra, J. F., Vera Calderon, J. A., & Ramirez Ramirez, E. A. (2023). Gestion de la cultura y el cambio organizacional. Ibague Tolima Colombia: Colors Editores S.A.S.

Renoldi, Benedetti Alejandro & Brigida. (25 de Noviembre de 2025). Seguridad.

Rivera, O. (14 de 08 de 2020). Los conceptos de mision, vision y proposito estrategico.

Rodriguez Moreno. (27 de Mayo de 2022). La productividad en el servicio . Editorial UPTC. Obtenido de Servicio: Qué es, características y ejemplos.

Rodriguez, E. S. (Agosto de 2021). Cultura organizacional.

Romani Alejo, G. E., Romani Alejo, N. S., & Roque Barrios, N. E. (2023). La eficiencia de la calidad de servicio al cliente de las entidades financieras. Peru: Proyecto CIDE Editorial.

Rosales, R. (1 de Abril de 2023). Gestion del conocimiento en las organizaciones.

Rosmery Justiano & Doris Cancino. (Marzo de 2024).

Russbelt, Y. H., & Almenaba Guerrero , Y. F. (30 de Septiembre de 2022). Liderazgo y cultura organizacional: influencia en la productividad en Ecuador.

Salvador Lazcano & Sergio Fragoso. (2022). INTEGRACION.

Salvia, M. P. (2021). Valores organizacionales y codigo de etico. 12.

Salvia, M. P. (Febrero de 2021). *Valores organizacionales y codigo etico*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.miesesglobal.org/wp-content/uploads/2021/02/Guia-6-Valores-y-codigos-eticos-MPANADES.pdf

Soto Nereyda, Aguilar Rosa, Feliz Jimmy & Soto Elvis. (2024). LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE, CON EL ENFOQUE DEL MODELO SERVQUAL. 44.

Yopan Fajardo, Jorge Luis; Palmero Gómez, Neysi; Santos Mejía, José Roberto. (2020). Cultura Organizacional. 265.

ANEXOS

Anexos 1.

Cronograma de Gantt.

N°	Tiempo estimado/ Actividad	Mes 1 Marzo				Mes 1 Abril				Mes 1 Mayo				Mes 1 Junio			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	**Formulación general del proyecto**																
2	Tema																
3	Descripción de problema																
4	Formulación del problema																
5	Preguntas de Investigación																
6	Objetivos: General y Específicos																
7	**Marco Teórico**																
8	Antecedente																
9	Científico																
10	Conceptual																
11	legal																
12	Georreferencial																
13	**Metodología**																
14	Tipos de investigación																
15	Enfoque de investigación																
16	Método de investigación																

17	Técnicas e instrumentos de obtención de datos																	
18	Población																	
19	Muestra																	
20	Procesamiento de datos																	
21	**Resultados y Discusión**																	
22	Tabulación de datos																	
23	Análisis y discusión																	
24	**Propuesta**																	

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Anexos 2.

Presupuesto Ejecutado.

DETALLE	COSTO UNITARIO	TIEMPO	COSTO TOTAL
Movilización	$ 3,50	4 meses	$ 14,00
Copias	$ 0,25	4 meses	$ 1,00
Impresiones	$ 4,00	4 meses	$ 16,00
Alimentación	$ 5,00	4 meses	$ 20,00
Computadora	$ 10,00	4 meses	$ 40,00
Resma de Hojas	$ 3,50	4 meses	$ 14,00
Anillados	$ 4,50	4 meses	$ 18,00
Esferos	$ 0,45	4 meses	$ 1,80
Internet	$ 20,00	4 meses	$ 80,00
Arriendo	$ 65,00	4 meses	$ 260,00
TOTAL			**$ 464,80**

Elaborado por: Jenrry Palomo y Iris Paguay.

Anexos 3.

Encuesta.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática

Administración de empresas

Encuesta dirigida a los empleados de la empresa J&G ACCESORIOS con el objetivo de conocer el nivel de conocimiento de la cultura organizacional dentro de la empresa.

Instrucciones: Escoja la opción que usted mejor considere**.**

ENCUESTA

Genero:

a. Masculino: ( )
b. Femenino: ( )
c.

Edad:

a) 20-30 ( )
b) 31-40 ( )
c) 41-50 ( )
d) 51 o más ( )

Tiempo que labora en la empresa:

a. Menos de un año ( )
b. 1 a 3 años ( )
c. 3 a 6 años ( )
d. 6 a 10 años ( )
e. De 10 en adelante ( )

Area que trabaja

a. Administrador ( )
b. Auxiliar contable ( )
c. Cajero ( )
d. Ventas ( )
e. Bodega ( )

f. Otros …….

1. **¿Conoce usted sobre la cultura organizacional?**
   a. Si
   b. No
2. **¿Qué elementos de la cultura organizacional considera que son importantes para la empresa?**
   a. Liderazgo y compromiso
   b. Cooperación y comunicación
   c. Valores y misión
   d. Otros ¿Cuáles?

      ……..
3. **¿Usted ha recibido capacitación o formación relacionada a la cultura organizacional para su desempeño laboral en la empresa?**
   a. Si
   b. No
4. **Si usted en la pregunta anterior respondió si, entonces ¿Qué tipo de capacitación ha recibido el personal de la empresa?**
   a. Auto liderazgo
   b. Atención al cliente
   c. Desempeño laboral
   d. Sistemas informáticos
   e. Ninguno
   f. Otros ¿Cuáles?

      ……..
5. **¿La comunicación interna dentro de la empresa es efectiva para el desarrollo de sus actividades?**
   a. Si
   b. No
6. **¿La empresa fomenta un ambiente laboral de respeto y confianza entre los colaboradores?**
   a. Si
   b. No

7. **¿La empresa promueve el trabajo en equipo entre los trabajadores para el desarrollo correcto de sus actividades?**
   a. Siempre
   b. De vez en cuando
   c. Nunca
8. **¿Qué tipos de incentivos percibe usted por su buen desempeño laboral?**
   a. Bonos
   b. Vacaciones
   c. Remuneraciones económicas
   d. Ninguno
   g. Otros ¿Cuáles?

      ……..

9. **¿Usted se siente conforme con la remuneración que recibe por sus horas de trabajo o por el trabajo que realiza?**
   a. Mucho
   b. Medianamente
   c. Poco
   d. Nada

10. **¿Considera que la cultura organizacional de la empresa contribuye positivamente a la atención del cliente?**
    a. Si contribuye
    b. No contribuye

11. **¿Está de acuerdo que la motivación laboral influye en la calidad del servicio al cliente?**
    a. Si
    b. No
12. **¿En qué ámbitos recomendaría que se realice mejoras en la empresa?**
    a. Trato personal
    b. Sueldos y salarios

c. Ambiente laboral
d. Comunicación
h. Otros ¿Cuáles?

……..

Gracias por su colaboración.

Anexos 4.

Entrevista

FORMATO DE LA ENTREVISTA AL GERENTE

Objetivo: Recopilar información sobre la cultura organizacional y su incidencia en la calidad del servicio al cliente en la empresa J&G ACCESORIOS.

Datos del Entrevistado

Nombre:

Cargo:

Tiempo en la empresa:

1. **¿Cree usted que existe un buen ambiente laboral entre todo el personal de la empresa? ¿Por qué?**

……
……
……
…….

2. **Según lo anterior ¿Por qué cree que existe dichos inconvenientes con el personal?**

……
……
……
……

3. **¿Cuáles son los valores y principios que promueve la empresa entre sus colaboradores para su bien desempeño laboral?**

……
……
……
…….

4. **¿Se realiza actividades o programas en la empresa para fortalecer el clima laboral y la integración del equipo?**

……
……

……
…….

5. **¿Cada cuánto tiempo se realiza dichos programas? ¿A considera en motivar mediante bonos, vacaciones o remuneraciones extras para que se involucren de mejor manera todos los compañeros de trabajo, para un mejor desempeño laboral?**

   ……
……
……
…….

6. **¿Cómo se maneja la comunicación interna entre los directivos y trabajadores de la empresa? ¿Mediante correo o directamente?**

   ……
……
……
…….

7. **¿Qué acciones considera necesarias para fortalecer la cultura organizacional y mejorar la calidad del servicio al cliente dentro de la empresa?**

   ……
……
……
…….

Anexos 5.

Fotografías



Nota: Aplicación de entrevista.



Nota: Aplicación de encuesta.



Nota: Aplicación de encuesta.



Nota: Aplicación de encuesta.

Anexos 6.

Matrices

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIPO DE INVESTIGACIÓN	MÉTODO	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	ACTIVIDADES	CRONOGRAMA (FECHAS)	EVIDENCIAS	RESPONSABLES
¿Cómo influye la cultura organizacional en la calidad del servicio al cliente en la empresa J&G ACCESORIOS?	Determinar la incidencia de la cultura organizacional en la calidad del servicio al cliente en la Empresa J&G ACCESORIOS, Parroquia Conocoto, Cantón Quito, Provincia Pichincha	• Diagnosticar la situación actual de la cultura organizacional y la calidad de servicio al cliente dentro de la empresa J&G ACCESORIOS.	Investigación descriptiva de campo con enfoque cuantitativo.	Método inductivo-deductivo y analítico-sintético.	Encuesta	Cuestionario estructurado con escala Likert dirigido a trabajadores y clientes.	Elaboración, validación y aplicación de encuestas para conocer la percepción sobre cultura organizacional y servicio al cliente.	Marzo - Abril 2026	Encuestas aplicadas, resultados tabulados y análisis de datos.	Iris Paguay Jenrry Palomo
		• Identificar los componentes principales de la cultura organizacional presentes en la empresa J&G ACCESORIOS , parroquia Conocoto, cantón Quito, provincia Pichincha.	Investigación bibliográfica y documental.	Método analítico-sintético.	Revisión documental	Fichas bibliográficas y matriz de análisis documental.	Búsqueda, recopilación y análisis de información científica en libros, artículos académicos y fuentes relacionadas con las variables de estudio.	Marzo - Abril 2026	Marco teórico elaborado y referencias bibliográficas recopiladas.	Iris Paguay Jenrry Palomo
		• Proponer estrategias de mejoramiento de la cultura organizacional encaminados a mayor eficiencia en la calidad del servicio al cliente en la empresa J&G ACCESORIOS.	Investigación propositiva.	Método deductivo.	Análisis de resultados	Matriz de estrategias, plan de acción y presupuesto.	Elaboración de estrategias de capacitación, incentivos e integración laboral; estructuración del manual de estrategias.	Mayo - Junio 2026	Manual de fortalecimiento, propuesta de mejora y cronograma de implementación	Iris Paguay Jenrry Palomo

TEMA: "LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA J&G ACCESORIOS, PARROQUIA CONOCOTO, CANTÓN QUITO, PROVINCIA PICHINCHA, AÑO 2025"								
Variables	**Definición conceptual**	**Definición operacional**	**Dimensiones**	**Método**	**Técnicas**	**Índice**	**Ítems**	**Opcional**
Variable independiente (Cultura Organizacional)	La cultura organizacional es considerada hoy como uno de los activos o recursos intangibles más importantes de las organizaciones, por lo que se realizan numerosas investigaciones sobre su configuración, tanto en empresas como en instituciones educativas.	La cultura organizacional se medirá mediante la aplicación de una encuesta estructurada al personal de la empresa J&G ACCESORIOS, las relaciones con el ambiente de laboral, la comunicación interna y la identidad de la empresa utilizando una escala tipo Likert.	Identidad InstitucionalValores Organizacionales Comunicación interna Liderazgo	Analítico – Descriptivo	Encuesta - Entrevista	Nivel de cultura organizacional	¿Considera que la cultura organizacional de la empresa fortalece el compromiso, comunicación y desempeño de los trabajadores?	
Variable dependiente (Calidad del servicio al cliente)	La calidad en el servicio se considera una alternativa para que las empresas puedan obtener una ventaja competitiva y sostenible en un entorno económico globalizado. Las pequeñas y medianas empresas deben ofrecer una mayor calidad en el servicio que las empresas grandes, y así obtener la preferencia de los clientes. (Juan Silva, Barbara Macías, Edgar Tello Leal & Jesús Delgado, 2021)	Se medirá mediante encuestas dirigidas a clientes, considerando aspectos relacionados con la atención recibida, cumplimiento del servicio, rapidez, confianza y trato personalizado.	Fiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía	Analítico – Descriptivo	Encuesta Cuestionario	Nivel de calidad del servicio al cliente	¿Considera que la atención y servicio brindado por la empresa cumple con sus expectativas y necesidades?	

No.	Tipo de fuente consultada	Tema	Autor(es)	Año	Aspectos del documento que aporta a la investigación	Tipo de cita	Citación normas APA	Opcional
1	Artículo de investigación	Cultura organizacional: un componente importante en la getión administrativa. Caso gorbierno autónomo descentralizado, parroquia rural de Membrillal,cantón Jipijapa	Diana Katiuska Peña-Ponce Kevin Rodolfo Quijije-Holguin Valeria Stefania Quijije-Sornoza Soledispa Santana Leyther-Mariuxi	2023	Cultura organizacional: un componente importante en la getión administrativa.	Paráfrasis	(Diana Peña, Kevin Quijije, Valeria Quijije & Santana Leyther, 2023)	Cultura Organizacional
2	Artículo científico	Comunicación, trabajo en equipo y compromiso organizacional en universidades publicas.	Heredia-Laura,Victor Serapio Sullca-Tapia, Pamela Jennifer	2022	Comunicación, trabajo en equipo y compromiso organizacional	Paráfrasis	(Heredia-Laura, Victor Serapio, Sullca-Tapia, Pamela Jennifer, 2022)	Comunicación, trabajo en equipo y compromiso organizacional
3	Artículo científico	Capacitación al personal y su influencia en el desempeño laboral	Jose Ernesto Cid Sabas; Irma Baldovinos Leyva	2025	Capacitación al personal	Paráfrasis	(Jose Cid & Irma Baldovinos, 2025)	Capacitación al personal
4	Artículo científico	La Comunicación Efectiva: estrategia para potencializar la Gestión del Talento Humano. Empresa Refresquera Huejutla de Reyes, Hidalgo	Dulce María Melgoza Mendoza; Higor Rodríguez Vite; Laura Ethel Pérez Ramírez	2025	Determina la relación entre la comunicación efectiva y la gestión del talento humano en el efecto productivo	Paráfrasis	(Dulce Melgolza, 2025)	Comunicación Efectiva

Anexos 7.

Carta de aceptación de la empresa.

CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA

Quito 05 de marzo del 2026

Ing. Gina Jaqueline Alarcón Quinatoa

Coordinadora de la Unidad de Integración Curricular

Carrera de Administración de Empresas

Universidad Estatal de Bolivar

Presente. –

Tengo el agrado de dirigirme a usted, con la finalidad de hacer de su conocimiento que la Srta. **Iris Cristina Paguay Ocampo** con ID: **1754130910** y el Sr. **Jenrry Alexander Palomo Guallco** con ID: **1851017887**, estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal de Bolivar, han sido admitidos para poder realizar el ***Trabajo de Integración Curricular*** en nuestra empresa, teniendo en cuenta la fecha del periodo académico Marzo-Julio.

Aprovecho para anticipar mi agradecimiento.

Atentamente:

Ing. Jorge Washington Arévalo Mejia

Gerente General

J&G ACCESORIOS

Anexos 8.

Certificado compilation

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

DR.LUIS RICARDO VILLACIS MONAR EN CALIDAD DE DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR

CERTIFICA

Que el trabajo de integración curricular denominado: **"LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA J&G ACCESORIOS, PARROQUIA CONOCOTO, CANTÓN QUITO, PROVINCIA PICHINCHA, AÑO 2025"** presentado por los estudiantes **JENRRY ALEXANDER PALOMO GUALLCO Y IRIS CRISTINA PAGUAY OCAMPO** estudiantes de la **Carrera de Administración de Empresas**, paso por el análisis de coincidencia no accidental en la herramienta Compilatio Magister reflejando un **porcentaje de similitud 10%** como se puede evidenciar en el documento adjuntado

Guaranda, 25 de junio del 2026

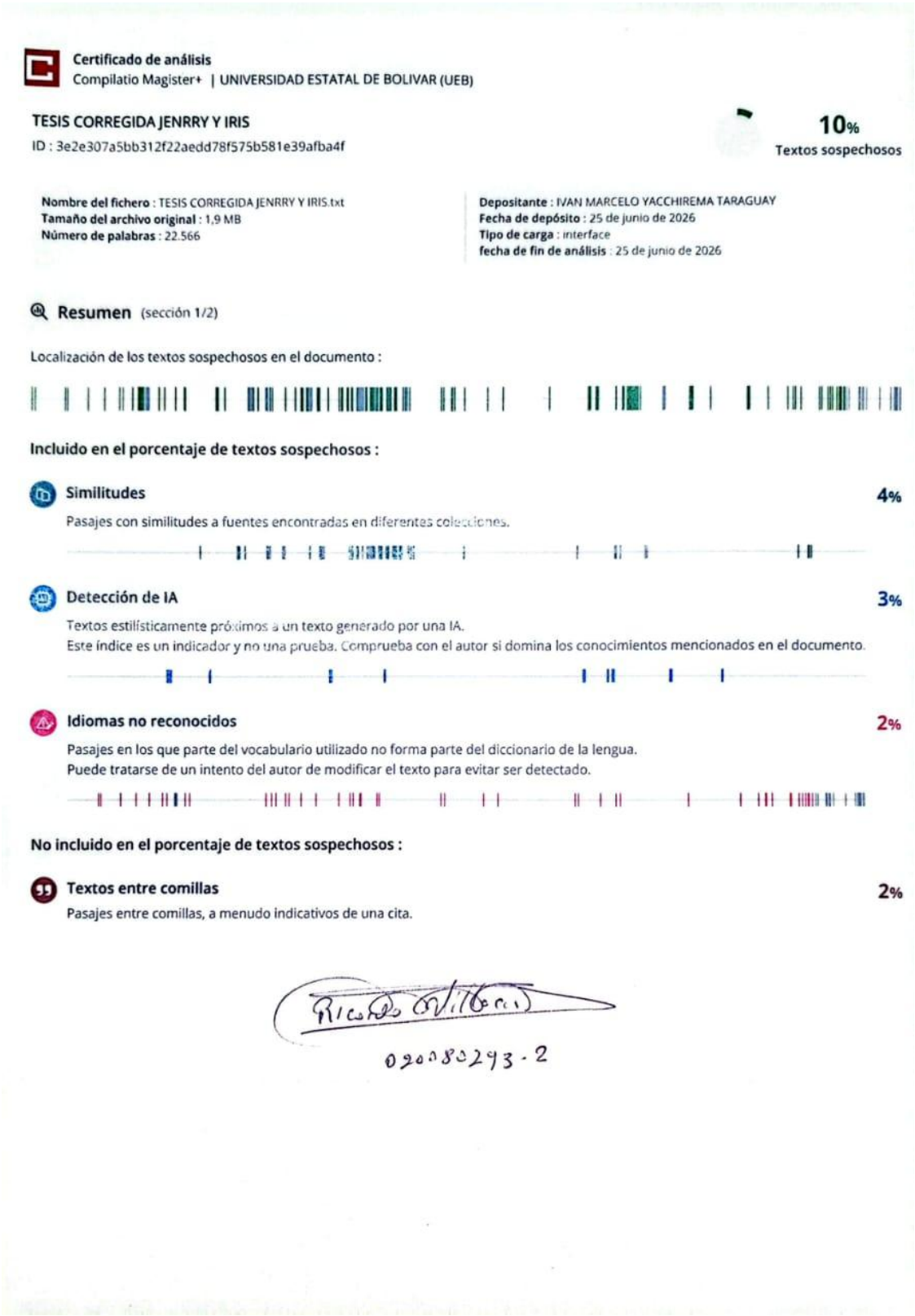
Atentamente

Dr. Luis Ricardo Villacis Monar
Director

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

Anexos 9.

Captura.



Certificado de análisis
Compilatio Magister+ | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR (UEB)

TESIS CORREGIDA JENRRY Y IRIS
ID : 3e2e307a5bb312f22aedd78f575b581e39afba4f

10%
Textos sospechosos

Nombre del fichero : TESIS CORREGIDA JENRRY Y IRIS.txt
Tamaño del archivo original : 1,9 MB
Número de palabras : 22.566

Depositante : IVAN MARCELO YACCHIREMA TARAGUAY
Fecha de depósito : 25 de junio de 2026
Tipo de carga : interface
fecha de fin de análisis : 25 de junio de 2026

Resumen (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :

Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Similitudes 4%
Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.

Detección de IA 3%
Textos estilísticamente próximos a un texto generado por una IA.
Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.

Idiomas no reconocidos 2%
Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua.
Puede tratarse de un intento del autor de modificar el texto para evitar ser detectado.

No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Textos entre comillas 2%
Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.

0200802793-2



MANUAL DE FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL

J&G ACCESORIOS
VENTA DE MATERIAL ELECTRICO DE MEDIA Y BAJA TENSION

Correo electrónico: [correo electrónico aquí]
Sitio web: [sitio web aquí]

Tel.: [teléfono]
Dirección, ciudad, provincia y código postal

TABLA DE CONTENIDO

Presentacion. 3

Objetivo General 3

Objetivos específicos 3

Actores Beneficiario 4

IDENTIDAD INSTITUCIONAL 5

Misión 6

Visión 7

Valores Institucionales. 8

ESTRATEGIAS DE CAPACITACION 9

Recursos 9

Cronograma de las estrategias de capacitación 16

Presupuesto para la capacitación. 17

Programa de incentivos e integracion 19

Plan de Incentivos 19

Metas e indicadores 20

Plan de integración 22

Metas e indicadores 23

Presupuesto total de la propuesta 24

PROTOCOLO DE ATENCION AL CLIENTE, SEGUIMIENTO Y EVALUACION. 25

Protocolo de atención al cliente 25

Seguimiento y evaluación 27

Modelo de seguimiento 27

Diseño de seguimiento de actividades propuestas 31

Modelo de evaluación. 33

Diseño de la encuesta para la evaluación las actividades propuestas. 36

Conclusiones: 40

PRESENTACION.

La cultura organizacional es muy importante dentro de las organizaciones ya que son un conjunto de Valores, creencias, normas y comportamiento compartidos que orientan la forma en que una empresa y sus colaboradores actúan, se relacionan y toman decisiones. Cuando una cultura esta alineada con la orientación al cliente, se convierte en el principal motor de la calidad y la eficiencia del servicio.

El presente manual ofrece un conjunto de estrategias prácticas, dirigidas a fortalecer la cultura organizacional de la empresa con un enfoque en mejorar la eficiencia y la calidad del servicio al cliente. Su propósito es servir como guía de referencia para directivos, y equipos de talento humano en el diseño, implementación y seguimiento.

Objetivo General

Diseñar un manual para el fortalecimiento de la cultura organizacional que integre acciones de identidad institucional, comunicación interna, capacitación, reconocimiento, integración y calidad del servicio al cliente en la empresa J&G ACCESORIOS durante el año 2027.

Objetivos específicos

- Establecer los lineamientos de identidad institucional y comunicación interna mediante la formulación y socialización de la misión, visión y valores de la empresa J&G Accesorios.
- Diseñar estrategias de capacitación, reconocimiento e integración laboral que fortalezcan las competencias, la motivación, el compromiso y el trabajo en equipo de los colaboradores.
- Elaborar un protocolo de atención al cliente y un seguimiento y evaluación mediante indicadores metas, responsables y medios de verificación que permita valorar el cumplimiento de la propuesta y calidad del servicio.

Actores Beneficiario

Beneficiarios directos:

Gerente y siete trabajadores

Beneficiarios indirectos:

Clientes, proveedores y comunidad relacionada con la empresa.

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

La identidad institucional es un conjunto de característica, valores, principios y elementos visuales que distinguen a una institución y permiten su reconocimiento ante la comunidad. Esta constituye la esencia de la organización, reflejando su propósito, cultura y compromiso por los intereses de los clientes.

Beneficios esperados

Al definir claramente la misión, visión permitirá que la empresa reconozca claramente su razón de ser, sus aspiraciones a futuro y sus principales valores que orienten su accionar. Esto fortalecerá su imagen institucional y profesionalismos con el cliente proveedores y la comunidad.

Al contar con valores institucionales definidos y socializados, los trabajadores se podrán identificar con la cultura organizacional y comprender mejor los objetivos de la empresa. Esto favorecerá a la motivación y el compromiso por el cumplimiento de cada una de las funciones que realizan.

Estrategia de socialización y comunicación

Para garantizar que estos lineamientos sean conocidos y adoptados, se establece lo siguiente procedimiento

Señalética interna:

Colocación de placas en puntos estratégicos de la empresa con cada uno de los diseños empresariales.

Socializar Misión, Visión y Valores corporativos:

Se realizará socialización dirigidas a todos los trabajadores con el fin de presentar y explicar la importancia de la identidad institucional.

Implementar canales de comunicación interna:

Se establecerán mecanismos que faciliten una comunicación efectiva. Entre estos podrán ser reuniones periódicas, grupos corporativos de mensajería, correos institucionales.

Misión

Misión de la empresa J&G ACCESORIOS
"Brindar soluciones integrales en maquinaria, equipos y accesorios eléctricos de alta calidad, ofreciendo a nuestros clientes productos confiables, asesoría técnica certificada y un servicio eficiente que contribuya al desarrollo de proyectos residenciales, comerciales e industriales satisfaciendo sus necesidades con seguridad e innovación."

Diseño para la misión empresarial que se ubicara en espacios comunes dentro de la empresa



Visión

Visión de la empresa J&C ACCESORIOS.
"Ser una empresa líder en la comercialización de maquinaria y sistemas eléctricos, reconocida por la excelencia de nuestros productos, la confianza de nuestros clientes y nuestro compromiso con la innovación tecnológica, impulsando el crecimiento sostenible y el acceso a soluciones energéticas eficientes para hogares y empresas."

Diseño para la visión empresarial que se ubicara en espacios comunes dentro de la empresa.



Valores Institucionales.

A continuación, se presenta los valores institucionales:

Responsabilidad: La empresa asume con seriedad y compromiso de cada una de sus obligaciones comerciales, administrativas y sociales. Este se verá reflejado con el cumplimiento de los acuerdos con los clientes, proveedores y colaboradores, garantizando la entrega de productos de calidad y en los plazos establecidos.

Seguridad: La empresa promueve la comercialización de productos que cumplan con normas técnicas y estándares de seguridad. Además, se fomentará buenas prácticas de manejo e instalación.

Respeto: Todas las actividades de la empresa se desarrollarán bajo el principio del respeto hacia el cliente, colaboradores, proveedores y la comunidad. Este valor nos favorece para un ambiente laboral en armonía y relaciones interpersonales basadas en la confianza.

Confianza: Es fundamental para la empresa ya que permite fortalecer las relaciones con clientes, proveedores y colaboradores. Este valor busca crear vínculos duraderos basado en el respeto mutuo y seguridad en entender las necesidades de los clientes.

Trabajo en equipo: El éxito depende de la colaboración y participación activa de todos los trabajadores de la empresa. Se fomentará el respeto mutuo, la comunicación y la cooperación entre colaboradores para alcanzar las metas comunes.

Innovación: La empresa reconoce la importancia de adaptarse a los cambios tecnológicos y las nuevas demandas del mercado. Por lo cual se incorporará herramientas modernas y procesos de mejora continua que permitan ofrecer soluciones eficientes.

Puntualidad: La puntualidad refleja el compromiso de la empresa con el tiempo y las obligaciones adquiridas. Se representa en la atención oportuna a los clientes, el cumplimiento de horarios laborales, la entrega de productos dentro de los plazos establecidos y ejecución eficiente de las actividades empresariales.

Honestidad: Se fomentará una conducta ética y transparente en cada proceso, brindando información clara sobre los productos comercializados, precios, garantías y condiciones de venta.

ESTRATEGIAS DE CAPACITACION

Diseñar estrategias de capacitación, reconocimiento e integración laboral que fortalezcan las competencias, la motivación, el compromiso y el trabajo en equipo de los colaboradores.

Recursos

Humanos

- Facilitador especializado
- Coordinador de capacitación

Materiales

- Computador
- Proyector
- Presentaciones digitales
- Material de apoyo
- Hojas de trabajo
- Sala de reuniones
- Esferos y útiles

El plan de capacitación tendrá una duración anual de forma trimestral comenzando desde el mes de enero y finalizará el mes diciembre del 2027. Detallado a continuación:



Tema 1. La cultura Organizacional y valores Institucionales



Objetivo:

Fortalecer el conocimiento, sentido de pertinencia y aplicación de los valores institucionales promoviendo conductas alineadas con la misión y visión

Contenido:

Concepto e importancia de la cultura organizacional, valores institucionales y aplicación en el trabajo diario, identidad y sentido de pertenecía y buenas prácticas laborares.

Metodología:

Exposición teórica

Talleres prácticos, lluvia de ideas

Compromiso de acción.

Consultor:

Especialista en desarrollo organizacional o recursos Humanos

Fecha de inicio y finalización:

Inicia el 11/01/2027 y finaliza el 18/02/2027

Número de horas

4 horas.

Responsable:

Directivos de la empresa

Presupuesto:

$ 16 dólares

Medio de verificación:

Lista de asistencia, Informe de capacitación y Fotografías

Tema 2. Liderazgo y motivación del talento humano



Objetivo:

Desarrollar habilidades de liderazgo y motivación en los trabajadores para fortalecer su buen desempeño, el compromiso y el trabajo en equipo contribuyendo al logro de los objetivos institucionales.

Contenido:

Conceptos de liderazgo y motivación estilos de liderazgo, motivación laboral y compromiso organizacional. Reconocimiento y desarrollo del talento humano

Metodología:

Exposición teórica

Talleres prácticos

Ejercicios de liderazgo

Compromiso de mejora.

Consultor:

Especialista en gestión de talento humano o desarrollo organizacional.

Fecha de inicio y finalización:

Inicia el 20/02/2027 y finaliza el 30/03/2027

Número de horas

4 horas.

Responsable:

Directivos de la empresa

Presupuesto:

$ 16 dólares

Medio de verificación:

Lista de asistencia, Informe de capacitación y Fotografías

Tema 3. Trabajo en equipo y comunicación efectiva



Objetivo:

Fortalecer las habilidades de comunicación y colaboración entre los colaboradores para mejorar las relaciones interpersonales, coordinación de actividades.

Contenido:

Importancia del trabajo en equipo, características de los equipos de alto desempeño, roles y responsabilidades dentro del equipo, manejo de conflictos y solución de problemas, fortalecer la cooperación y confianza.

Metodología:

Exposición teórica

Talleres prácticos,

Análisis de casos ejercicios de integración.

Consultor:

Especialista en desarrollo organizacional o comunicación organizacional

Fecha de inicio y finalización:

Inicia el 05/04/2027 y finaliza el 15/05/2027

Número de horas

4 horas.

Responsable:

Directivos de la empresa

Presupuesto:

$ 16 dólares

Medio de verificación:

Lista de asistencia, Informe de capacitación y Fotografías.

Tema 4. Atención y servicio al cliente



Objetivo:

Desarrollar competencias y habilidades en los colaboradores para brindar una atención cordial eficiente y orientada a la satisfacción del cliente, fortaleciendo la imagen institucional y la calidad del servicio

Contenido:

Conceptos de atención y servicio al cliente, diferencias entre atención al cliente y servicio al cliente, comunicación efectiva manejo de quejas y reclamos, estrategias de fidelización y mejora continua

Metodología:

Exposición teórica, talleres prácticos, simulación de atención, dinámicas grupales.

Consultor:

Especialista en atención al cliente, relaciones humanas

Fecha de inicio y finalización:

Inicia el 20/05/2027 y finaliza el 30/06/2027

Número de horas

4 horas.

Responsable:

Directivos de la empresa

Presupuesto:

$ 16 dólares

Medio de verificación:

Lista de asistencia, Informe de capacitación y Fotografías.

Tema 5. Relaciones Humanas



Objetivo:

Fortalecer las habilidades interpersonales y la convivencia laboral para promover un ambiente de trabajo armonioso y productivo. Contribuyendo a un clima organizacional positivo.

Contenido:

Concepto e importancia de las relaciones humanas, relaciones interpersonales en el ámbito laboral Comunicación efectiva y escucha activa, trabajo colaborativo y fortalecimiento del clima laboral

Metodología:

Exposición teórica, dinámicas grupales, análisis de casos, talleres y actividades de integración.

Consultor:

Especialista en relaciones humanas, Psicología organizacional o desarrollo organizacional

Fecha de inicio y finalización:

Inicia el 05/07/2027 y finaliza el 15/08/2027

Número de horas

4 horas.

Responsable:

Directivos de la empresa

Presupuesto:

$ 16 dólares

Medio de verificación:

Lista de asistencia, Informe de capacitación y Fotografías.

Tema 6. Sistemas Informáticos



Objetivo:

Fortalecer las competencias tecnológicas de los colaboradores para el uso de sistemas informáticos institucionales optimizando los procesos administrativos y operativos.

Contenido:

Conceptos básicos de sistemas informáticos Componentes de Hardware y software Uso de sistemas informáticos institucionales Seguridad informática y protección de datos Solución básica de problemas informáticos

Metodología:

Exposición teórica, Talleres en computación,

Ejercicios guiados, resolución de casos prácticos y evaluación de desempeño.

Consultor:

Especialista en tecnologías de la información o sistemas informáticos

Fecha de inicio y finalización:

Inicia el 20/08/2027 y finaliza el 30/09/2027

Número de horas

4 horas.

Responsable:

Directivos de la empresa

Presupuesto:

$ 16 dólares

Medio de verificación:

Lista de asistencia, Informe de capacitación y Fotografías

TEMA TRATADO	FECHAS DE INICIO Y FINALIZACION								
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
PRIMER TRIMESTRE									
La cultura organizacional y valores institucionales	22 de enero del 2027								
Liderazgo y motivacion del talento humano		26 de febrero del 2027							
SEGUNDO TRIMESTRE									
Trabajo en equipo y comunicación efectiva				02 de abril del 2027					
Atencion y servicio al cliente					11 de junio del 2027				
TERCER TRIMESTRE									
Relaciones Humanas							16 de julio del 2027		
Sitemas Informaticos								10 de septiembre del 2027	

Presupuesto para la capacitación.

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Capacitadores	6	$16,00	$96,00
Proyector	1	$720,00	$720,00
Laptop	1	$480,00	$480,00
Esferos	8	$0,50	$4,00
Marcadores	2	$0,75	$1,50
Pizarra	1	$50,00	$50,00
Mesas	4	$100,00	$100,00
Sillas	8	$6,00	$48,00
Hojas	50	0.01	0.50
Carpetas	8	$0.50	$4.00
TOTAL			$1.504,00

CERTIFICADO
DE FINALIZACIÒN

OTORGADO A

Ing. Jorge Arevalo

Por haber completado satisfactoriamente el "Programa de capacitacion de la Cultura Organizacional y su incidencia en la calidad del servicio al clente" dentro de la empresa J&G ACCESORIOS.
Su compromiso con el crecimiento personal y la excelencia ha sido verdaderamente inspirador.

Fecha:

Director del programa

Gerente de la empresa

PROGRAMA DE INCENTIVOS E INTEGRACION

Plan de Incentivos

Objetivo:

Generar nuevos y mayores incentivos económicos por el buen desempeño laboral para los trabajadores de la empresa J&G ACCESORIOS.

Estrategia

Mejorar los incentivos laborales en la empresa como parte del incremento competitivo organizacional.

Actividad:

Bono monetario anual del 20% del sueldo Mensual por:

- Desempeño laboral
- Puntualidad
- Horas extras.

Bono monetario anual del 10% del sueldo mensual

- Cumplimento de venta de productos estrellas.
- Atención al cliente.

Bonificación por consideración por años de servicio a la empresa

Remuneración justa basada en la carga de trabajo

- Ascensos.
- Area de trabajo de mayor esfuerzo

Incentivos como:

- Días libres adicionales
- Regalos en fechas festivas (Creación de la empresa, Navidad)

Requerimientos:

Optimo desempeño laboral y alcance de metas organizacionales

Laborar al menos 5 años dentro de la empresa.

Remuneración justa al trabajador de acuerdo a su puesto y área que labora.

Alcance de ventas anuales

Presupuesto Total:

$ 590 dólares Anuales

Responsable:

Directivos de la empresa

Metas e indicadores

Indicador 1.

Medición del desempeño laboral

Formula:

$$medicion\ de\ desempeño = \frac{Puntaje\ obtenido\ en\ la\ evaluacion\ de\ desempeño}{\text{Puntaje maximo esperado}} * 100\%$$

Meta:

Obtener mayor o igual al 90% del cumplimiento de la evaluación del desempeño

Indicador 2.

Medición del desempeño laboral

Formula:

$$\text{Cumplimiento de ventas} = \frac{Ventas\ realizadas}{\text{Meta de ventas establecidad}} * 100\%$$

Meta:

Conseguir el igual o mayor del 95% de la venta asignada.

Indicador 3.

Indicador de fidelización de empleados

Formula:

$$Fidelizacion\ de\ empelados = \frac{Numero\ de\ trabajadores\ que\ permanecen}{\text{Numero total de trabajadores}} * 100\%$$

Meta:

Mantener la permanencia laboral de igual o mayor del 90% anual

Indicador 4.

Nivel de satisfacción del trabajador

Formula:

$$Nivel\ de\ satisfaccion = \frac{Trabajadores\ satisfechos}{\text{Total de trabajadores encuestados}} * 100\%$$

Meta:

Obtener un nivel de satisfacción de mayor o igual al 90%.

Plan de integración

Objetivos

Establecer relaciones de compañerismo entre los trabajadores de la institución.

Facilitar la adaptación de los nuevos trabajadores

Fortalecer la comunicación y el trabajo en equipo

Estrategias

Fortalecer las relaciones laborales y la eficiencia en el cumplimiento de los objetivos y metas.

Implementar un plan de inducción institucional.

Desarrollar actividades colaborativas

Actividades

Realizar eventos, juegos y actividades cada 6 meses para la integración de los trabajadores

Presentación de la historia, misión, Vision y valores de la empresa

Talleres de comunicación efectiva y resolución de conflictos

Requerimientos:

Espacios adecuados, materiales para dinámicas y refrigerios.

Material informativo, Sala de reuniones

Material de apoyo y espacio de capacitación.

Presupuesto total:

$ 150 dólares

Responsable:

Directivos de la empresa

Metas e indicadores

Indicador 1.

Nivel de integración

Formula:

$$Nivel\ de\ integración = \frac{Número\ de\ colaboradores\ que\ participan\ en\ actividades\ de\ integración}{Total\ de\ colaboradores} * 100\%$$

Meta:

Alcanzar una participación del 100% en actividades de integración durante el año.

Indicador 2.

Tasa de inducción completa

Formula:

$$Tasa\ de\ inducción = \frac{Número\ de\ nuevos\ trabajadores\ que\ completan\ el\ proceso\ de\ inducción}{Total\ de\ nuevos\ trabajadores} * 100\%$$

Meta:

Alcanzar el 100% de cumplimiento del programa de inducción.

Indicador 3.

Participación en reuniones de trabajo

Formula:

$$Participación\ en\ reuniones\ de\ trabajo = \frac{Número\ de\ colaboradores\ que\ asistieron}{Total\ de\ colaboradores} * 100\%$$

Meta:

Alcanzar una participación mínima del 95% en reuniones de coordinación.

Las diferentes estrategias que se desarrollaron en la institución surgieron para ayudar a fortalecer la cultura organizacional y su eficiencia en la calidad al servicio al cliente, esperando cumplir el objetivo planteado.

Presupuesto total de la propuesta

A continuación, se presenta la tabla del presupuesto total para la propuesta presentada:

Presupuesto Total de la propuesta

Ítems	**Total**
Plan de capacitación	$ 1.504,00
Plan de incentivos	$590,00
Plan de integración	$ 350.00
TOTAL	**$ 2.444.00**

PROTOCOLO DE ATENCION AL CLIENTE, SEGUIMIENTO Y EVALUACION.

Protocolo de atención al cliente

En este objetivo se tiene como punto realizar dos herramientas que van a hacer fundamentales para la cultura organizacional y la calidad del servicio:

- Protocolo de atención al cliente donde se estandarice la interacción del cliente con el personal.
- Sistema de evaluación y revisión que nos ayude a calcular el cumplimiento de los estándares y por ende la satisfacción del cliente.

A continuación, la matriz de protocolo de atención al cliente donde se describirá las etapas del proceso, actividades y responsables para el cumplimiento coordinado del mismo.

N°	Instante	Acción	Comportamiento a esperar
1	Recepción	Saludo y acompañamiento	Contacto visual Saludo verbal y cordial
2	Indagación	Identificar la necesidad	Escucha activa Tomar apuntes si es necesario
3	Asesoramiento	Ofrecimiento de producto o servicio	Detalle claro del benefició Alineación de valor de la empresa
4	Cierre	Finalizar servicio	Rapidez Agradecimiento
5	Despedida	Concluir interacción	Invitación a regresar Despedida amable

Protocolo de la imagen y comunicación del personal:

1	Imagen	Higiene y postura corporal.
2	Leguaje verbal	El uso de frases como (“Por favor”, “Gracias”, “Con gusto”, “Vuelva pronto” y “Disculpe”) en un tono adecuado técnica y coloquial.
3	Lenguaje no verbal	Postura erguida, gestos abiertos, cruce de brazos y el uso innecesario del teléfono durante la Atención al Cliente.

Proceso para solución de existir reclamos y situaciones difíciles:

- Escuchar sin molestar
- Reconocer el problema y pedir disculpas
- Control de emociones y control de calma
- Actuar ofreciendo soluciones
- Lograron cierre exitoso y seguido
- Archivar el incidente

Seguimiento y evaluación

Modelo de seguimiento

El modelo de seguimiento contribuye al fortalecimiento del talento humano y mejoramiento continuo de la empresa mediante el desarrollo de competencias, habilidades, motivación personal y el fortalecimiento de la calidad del servicio al cliente.

A continuación, se presenta el modelo de seguimiento:



Actividad: Desarrollo de estrategias de capacitación.



Objetivo:

Fortalecer los conocimientos y las competencias del personal

Actividades de seguimiento:

Evaluar la asistencia

Resultados de las capacitaciones realizadas

Indicadores:

Numero de capacitaciones ejecutadas

Participación activa del personal

Seguimiento:

Revisión Trimestral de asistencia

Resultados de evaluación de conocimientos.

Responsable:

Directivos de la empresa

Actividad: Aplicar el sistema de incentivos e integración.



Objetivo:

Incrementar la motivación y el trabajo en equipo.

Actividades de seguimiento:

Revisar el cumplimiento de incentivos

Actividades internas desarrollados

Indicadores:

Nivel de motivación del personal

Participación activa del personal

Seguimiento:

Revisión Anual de cumplimiento de objetivos

Responsable:

Directivos de la empresa

Actividad: Mejora de la calidad del servicio al cliente



Objetivo:

Aumentar la satisfacción del cliente con una atención eficiente y cordial.

Actividades de seguimiento:

Capacitar en atención al cliente

Analizar la satisfacción de los clientes y desempeño del personal

Indicadores:

Índice de satisfacción del cliente

Número de quejas recibidas

Participación activa del personal

Seguimiento:

Revisión Trimestral de capacitación.

Resultados de evaluación de conocimientos.

Responsable:

Directivos de la empresa

Diseño de seguimiento de actividades propuestas

EMPRESA J&G ACCESORIOS

Seguimiento de capacitación

Lugar y fecha:……..

Tema de la capacitacion:……..

Nombre del facilitador:……

Instrucciones

Marque con una X según usted considere.

1. Muy Buena
2. Buena
3. Neutral
4. Mala

Evaluación de contenidos				
Criterio	**1**	**2**	**3**	**4**
Claridad del contenido				
Relevancia del tema para mi cargo del trabajo				
Se alcanzo los objetivos de la capacitación				
Actualización de información				
Evaluación del facilitador				
Dominio del tema				
Claridad al momento de exponer				
Metodología Utilizada				
Capacidad para resolver las dudas				
Evaluación de la metodología				
Material entregado				

Recursos entregados (Diapositivas, Ejemplos, Videos)				
Aplicabilidad al puesto de trabajo				
Lo aprendido puedo aplicar a mis funciones				
La capacitación ayudara en mi desempeño laboral				
Nivel de satisfacción				
Satisfacción general				
Comentario o sugerencia del participante				
_____ **Firma del participante.**				

Modelo de evaluación.

El modelo de evaluación es un conjunto de criterios, indicadores y métodos diseñados para recopilar información y emitir un criterio fundamentado. Su propósito es proporcionar información objetiva para tomar decisiones detectar áreas de mejora y verificar el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Componente 1.

Desarrollo de estrategias de capacitación



Objetivo:

Determinar el impacto de las capacitaciones en el desarrollo de conocimientos, habilidades y competencias de los colaboradores.

Indicadores:

Porcentaje del personal activo que asistieron a las capacitaciones en la empresa.

Instrumentos de evaluación:

Encuesta para los colaboradores

Aplicación:

Nivel de aplicación de conocimiento adquiridos en el trabajo.

Escala de valoración:

1= Cumple

2= Cumple parcialmente

3= No cumplo

Componente 2.

Aplicar un sistema de incentivos e integración



Objetivo:

Evaluar la influencia de los incentivos y actividades de integración en la motivación el compromiso y el clima laboral.

Indicadores:

Nivel de motivación de los trabajadores.

Instrumentos de evaluación:

Encuesta para los colaboradores

Aplicación:

Cumplimiento de metas y responsabilidades.

Escala de valoración:

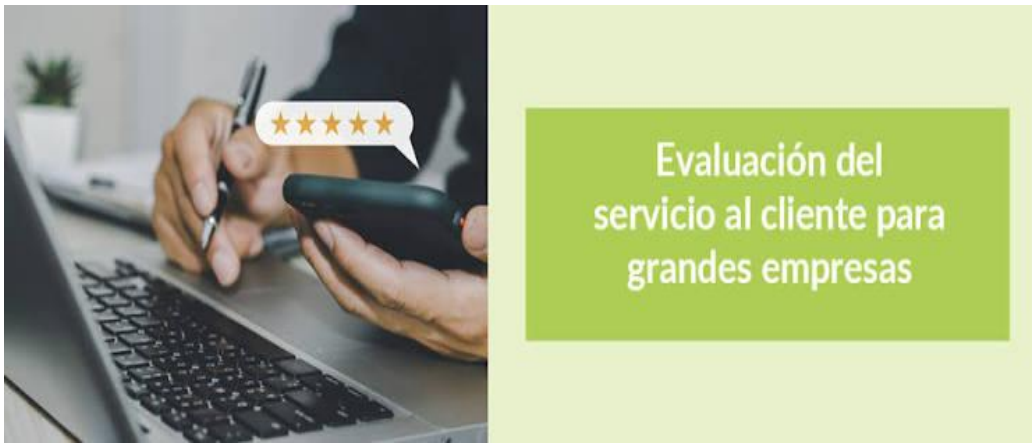
1= Cumple

2= Cumple parcialmente

3= No cumplo

Componente 3.

Mejorar la calidad del servicio al cliente.



Objetivo:

Medir el impacto de las acciones implementadas para mejorar la atención y satisfacción de los clientes.

Indicadores:

Nivel de satisfacción de clientes.

Instrumentos de evaluación:

Encuestas de satisfacción y observación de reclamos.

Aplicación:

Evaluación del trato recibido por el cliente

Escala de valoración:

1= Cumple

2= Cumple parcialmente

3= No cumplo

Cronograma de evaluación

Actividad	Mes 1	Mes 3	Mes 6	Mes 9	Mes 12
Diagnóstico inicial	X				
Seguimiento de actividades	X	X	X	X	
Encuesta al personal		X	X	X	X
Evaluación de desempeño			X	X	X
Informe de resultados					X

Diseño de la encuesta para la evaluación las actividades propuestas.

Diseño de encuesta para trabajadores

ENCUESTA DE EVALUACIÓN

EMPRESA J&G ACCESORIOS

ENCUESTA DE TRABAJADORES

Lugar y fecha: …….

Cargo: …….

Nombre del encuestado: ……

Escala Likert

Encierre con un círculo según considere.

1= Totalmente en desacuerdo

2= En desacuerdo

3= Neutral

4= De acuerdo

5= Totalmente de acuerdo

1. **¿Las capacitaciones planeadas han sido recibidas en su totalidad?**

1	2	3	4	5

2. **¿Existe un ambiente de respeto y colaboración entre compañeros?**

1	2	3	4	5

3. **¿Con los incentivos me siento más motivado para realizar mis actividades diarias?**

1	2	3	4	5

4. **¿Las actividades de integración han fortalecido el compañerismo y trabajo en equipo entre compañeros?**

1	2	3	4	5

5. **¿el gerente ha apoyado el desarrollo profesional y crecimiento de los trabajadores?**

1	2	3	4	5

6. **¿Después de las capacitaciones considera que su desempeño laboral ha mejorado?**

1	2	3	4	5

7. **¿Las capacitaciones recibidas han contribuido a mejorar mis competencias laborales?**

1	2	3	4	5

8. **¿La empresa fomenta buenas prácticas para una mejor atención al cliente?**

1	2	3	4	5

Sugerencias que considere necesarias para fortalecer la cultura organizacional y la calidad del servicio al cliente.

……

……

……

……

……..

Firma del participante

Diseño de encuesta para clientes

ENCUESTA DE EVALUACIÓN

EMPRESA J&G ACCESORIOS

ENCUESTA DE CLIENTES

Lugar y fecha: …….

Cargo: …….

Nombre del encuestado: ……

Escala Likert

Encierre con un círculo según considere.

1= Totalmente en desacuerdo

2= En desacuerdo

3= Neutral

4= De acuerdo

5= Totalmente de acuerdo

1. **¿Considera que la atención recibida por parte de los trabajadores ha mejorado?**

1	**2**	**3**	**4**	**5**

2. **¿Los trabajadores brindan una atención cordial y respetuosa durante la prestación del servicio?**

1	**2**	**3**	**4**	**5**

3. **¿El personal muestra conocimientos y seguridad al momento de atender sus necesidades?**

1	**2**	**3**	**4**	**5**

4. **¿Considera que existe mayor rapidez y eficiencia en la atención al cliente?**

1	**2**	**3**	**4**	**5**

5. **¿El trabajo en equipo del personal influye positivamente en la calidad del servicio recibido?**

1	2	3	4	5

6. **¿Está satisfecho con la atención brindad por la empresa?**

1	2	3	4	5

7. **¿Recomendaría a la empresa a otras personas por la calidad del servicio recibido?**

1	2	3	4	5

Sugerencias que considere necesarias para fortalecer la calidad del servicio al cliente.

……

……

……

……

……..

Firma del participante

Conclusión:

El fortalecimiento de la cultura organizacional es una condición indispensable para alcanzar de manera sostenible la eficiencia y la calidad en el servicio al cliente. Las estrategias propuestas en este manual requieren del compromiso conjunto de la alta dirección y todos los colaboradores para tener resultados concretos. El modelo permitirá medir de forma sistemática el impacto de las capacitaciones, incentivos laborales y las acciones de mejora en la atención al cliente, facilitando la toma de decisiones y la mejora continua de la organización.

Recomendación:

Se recomienda a la empresa implementar esta propuesta para el fortalecimiento de la cultura organizacional al promover una mayor participación y compromiso de los colaboradores con los objetivos de la empresa. Además, permitirá mejorar las habilidades y competencias del personal mediante la capacitación, incrementando la calidad del servicio al cliente. Asegurando un crecimiento sostenible y una ventaja competitiva dentro del mercado.