



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE, CASO  
ASOCIACIÓN DE CEVICHEROS DE LA COMUNA MONTAÑITA, PROVINCIA DE  
SANTA ELENA, AÑO 2023**

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

**AUTOR:**

**Isabela Johanna Rosales Villao**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2024**

## Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “**Comportamiento organizacional y atención al cliente, caso Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2023**”, elaborado por el Srta. **Isabela Johanna Rosales Villao**, egresado(a) de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



---

**Ing. José Palacios Meléndez; Mgtr.**


**Profesor tutor**

### **Autoría del trabajo**

El presente Trabajo de Titulación denominado “**Comportamiento organizacional y Atención al cliente, caso Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Isabela Johanna Rosales Villao** con cédula de identidad número **2450474255** declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena

Atentamente

f. .....

**Rosales Villao Isabela Johanna**

**C.C. No: 245047425-5**

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por su constante presencia en mi vida, es quién renueva mis fuerzas cada día y me da la determinación para avanzar. Saber que él siempre permanece, llena mi corazón de gratitud profunda. A mis padres, por sus consejos y aliento incondicional. Su apoyo ha sido el pilar que me permitió superar adversidades. Sé que detrás de cada logro están sus oraciones y sacrificios, por tal razón siempre estaré agradecida. A mis hermanos, por su apoyo. Me siento orgullosa de ser un ejemplo para ellos. Sabemos que, con esfuerzo y confianza en Dios, todo es posible. A mis abuelitos, cuyo amor y sabiduría han sido fundamentales en mi vida, han estado conmigo en cada paso del camino y me han animado para seguir y no rendirme. A mis docentes, por su dedicación y compromiso. Sus conocimientos y tiempo han sido esenciales para mi aprendizaje y desarrollo académico. Y a todos aquellos que estuvieron presentes en todo proceso, gracias por animarme e impulsarme a seguir adelante. Este trabajo es el resultado de cada esfuerzo y sacrificio, y cada esfuerzo tiene su recompensa.

*Rosales Villao Isabela Johanna*

## **Dedicatoria**

A Dios, por darme la oportunidad de continuar y mostrarme su fidelidad en cada etapa de mi vida. A mis padres Jorge Rosales Palomino y Johanna Villao Clemente por su esfuerzo diario, sus oraciones, sus consejos y aliento inquebrantable. Y a mis abuelos Baudilio Villao y Julia Clemente por su amor y consejos durante todo el proceso de mi vida

*Rosales Villao Isabela Johanna*

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

.....  
**Lic. José Tomalá Uribe, MSc.**  
**Director de la Carrera**

.....  
**Eco. Félix Tigrero González, MSc.**  
**Profesor Especialista**

.....  
**Ing. José Palacios Meléndez, MSc.**  
**Profesor Tutor**

.....  
**Ing. Sabina Villón Perero, Mgs.**  
**Profesor Guía de la UIC**

.....  
**Lic. Julissa González González**  
**Secretaria de la Carrera**

## Índice General

Resumen.....	12
Abstract.....	13
Introducción.....	14
Capítulo I.....	20
Marco referencial.....	20
Revisión de la literatura.....	20
Desarrollo de teorías y conceptos.....	23
<i>Comportamiento organizacional</i> .....	23
<i>Atención al cliente</i> .....	26
Fundamentos legales.....	29
Capitulo II.....	34
Metodología.....	34
Diseño de la investigación.....	34
Métodos de la investigación.....	34
Población y muestra.....	36
Muestra.....	36
Recolección y Procesamiento de datos.....	37
Validación de instrumentos.....	38
Capitulo III.....	39
Resultados de discusión.....	39
Análisis de datos.....	39
Análisis de datos de entrevista.....	39
Análisis de datos de las encuestas.....	42
Discusión.....	63
<i>Propuesta</i> .....	67
Conclusiones.....	71
Recomendaciones.....	72
Bibliografía.....	73

Apéndice ..... 77



## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Población.....	37
<b>Tabla 2</b> Género de los encuestados .....	42
<b>Tabla 3</b> Edad de los encuestados .....	43
<b>Tabla 4</b> Valores .....	44
<b>Tabla 5</b> Estilo de liderazgo .....	45
<b>Tabla 6</b> Comunicación de la directiva .....	46
<b>Tabla 7</b> Comunicación interna .....	47
<b>Tabla 8</b> Precisión y entrega de pedidos .....	48
<b>Tabla 9</b> Precisión en el pedido .....	49
<b>Tabla 10</b> Amabilidad del personal.....	50
<b>Tabla 11</b> Soluciones satisfactorias.....	51
<b>Tabla 12</b> Capacitaciones para mejorar el servicio.....	52
<b>Tabla 13</b> Brindar capacitaciones .....	53
<b>Tabla 14</b> Género de los encuestados .....	54
<b>Tabla 15</b> Edad de los clientes encuestados.....	55
<b>Tabla 16</b> Clientes.....	56
<b>Tabla 17</b> Calidad del servicio .....	57
<b>Tabla 18</b> Amabilidad .....	58
<b>Tabla 19</b> Precisión en el pedido .....	59
<b>Tabla 20</b> Solución.....	60
<b>Tabla 21</b> Efectividad de respuesta.....	61
<b>Tabla 22</b> Satisfacción ante la solución .....	62

## Índice de figura

<b>Figura 1</b> Género de los encuestados .....	42
<b>Figura 2</b> Edad de los encuestados .....	43
<b>Figura 3</b> Valores .....	44
<b>Figura 4</b> Estilo de liderazgo .....	45
<b>Figura 5</b> Comunicación de la directiva .....	46
<b>Figura 6</b> Comunicación interna.....	47
<b>Figura 7</b> Precisión y entrega de pedidos .....	48
<b>Figura 8</b> Precisión en el pedido.....	49
<b>Figura 9</b> Amabilidad del personal.....	50
<b>Figura 10</b> Soluciones satisfactorias.....	51
<b>Figura 11</b> Capacitaciones para mejorar el servicio .....	52
<b>Figura 12</b> Brindar capacitaciones .....	53
<b>Figura 13</b> Género de los encuestados .....	54
<b>Figura 14</b> Edad de los clientes encuestados.....	55
<b>Figura 15</b> Clientes.....	56
<b>Figura 16</b> Calidad del servicio .....	57
<b>Figura 17</b> Amabilidad .....	58
<b>Figura 18</b> Precisión en el pedido.....	59
<b>Figura 19</b> Solución.....	60
<b>Figura 20</b> Efectividad de respuesta .....	61
<b>Figura 21</b> Satisfacción ante la solución .....	62

**Apéndice**

<b>Apéndice 1</b> Matriz de consistencia.....	77
<b>Apéndice 2</b> Solicitud de aprobación del tema .....	78
<b>Apéndice 3</b> Solicitud de validación de instrumentos .....	79
<b>Apéndice 4</b> Informe de validación de instrumentos - encuesta.....	80
<b>Apéndice 5</b> Informe de validación de instrumentos - entrevista.....	81
<b>Apéndice 6</b> Certificado de validación de instrumentos.....	82
<b>Apéndice 7</b> Guía de Entrevista.....	83
<b>Apéndice 8</b> Encuesta a los socios.....	85
<b>Apéndice 9</b> Encuesta a clientes .....	90
<b>Apéndice 10</b> Encuesta realizada a los socios .....	93
<b>Apéndice 11</b> Encuesta realizada a los clientes .....	93
<b>Apéndice 12</b> Certificado de Antiplagio.....	94
<b>Apéndice 13</b> Cronograma.....	96



## **Comportamiento organizacional y atención al cliente, caso Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2023**

**AUTOR:**

Rosales Villao Isabela Johanna

**TUTOR:**

Ing. José Palacios Meléndez, Mgtr.

### **Resumen**

El presente trabajo de investigación se centra en el comportamiento organizacional y atención al cliente de la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita provincia de Santa Elena. El problema principal radica en identificar cómo la dinámica interna y la gestión de la organización impactan la calidad del servicio brindado a los clientes. El propósito de la investigación es analizar de qué manera el comportamiento organizacional impacta en la atención al cliente en la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita. Para lograr este objetivo se utilizaron métodos de investigación deductivos, inductivos, bibliográficos y estadísticos. La recolección de datos se realizó a través de encuestas realizadas a 20 miembros de la Asociación, entrevistas a los principales miembros de la directiva de la asociación y encuestas a una muestra de 376 clientes. Con estos métodos permitieron obtener una visión integral de la situación actual y las percepciones de los diferentes actores involucrados. Los resultados revelaron que la mayoría de los socios y clientes calificaron la calidad del servicio como buena, aunque se encontraron áreas de mejora en la comunicación interna y el desarrollo de habilidades específicas de los socios. También se encontró que la falta de programas de capacitación formal limita el desarrollo profesional y la mejora continua de los servicios a los miembros de la asociación. El estudio confirmó que el comportamiento organizacional positivo tiene un impacto directo y significativo en la atención al cliente. Se recomienda implementar estrategias para mejorar la comunicación interna, establecer programas de desarrollo a los socios y capacitación continua, y fomentar una cultura organizacional basada en valores como el respeto, la honestidad y el trabajo en equipo. Estas acciones contribuirán no sólo al crecimiento económico de la asociación, sino también a su sostenibilidad y éxito.

**Palabras claves:** comportamiento, liderazgo, acciones, cliente, calidad



**Organizational Behavior and Customer Service, case of the Association of Cevicheros of the Montañita commune, province of Santa Elena, year 2023**

**AUTOR:**

Rosales Villao Isabela Johanna

**TUTOR:**

Ing. José Palacios Meléndez, Mgtr.

**Abstract**

This research work focuses on the organizational behavior and customer service of the Association of Cevicheros of the Montañita commune, province of Santa Elena. The main problem lies in identifying how the internal dynamics and management of the organization impact the quality of the service provided to customers. The purpose of the research is to analyze how organizational behavior impacts customer service in the Association of Cevicheros of the Montañita commune. To achieve this objective, deductive, inductive, bibliographic and statistical research methods were used. Data collection was carried out through surveys carried out with 20 members of the Association, interviews with the main members of the association's board of directors and surveys with a sample of 376 customers. With these methods, they made it possible to obtain a comprehensive view of the current situation and the perceptions of the different actors involved. The results revealed that the majority of partners and customers rates the quality of service as good, although areas for improvement were found in internal communication and the development of partner-specific skills. It was also found that the lack of formal training programs limits professional development and continuous improvement of services to association members. The study confirmed that positive organizational behavior has a direct and significant impact on customer service. It is recommended to implement strategies to improve internal communication, establish partner development programs and continuous training, and Foster an organizational culture based on values such as respect, honesty, and teamwork. These actions will contribute not only to the economic growth of the association, but also to its sustainability and success.

**Keywords:** behavior, leadership, actions, client, quality

## Introducción

El comportamiento organizacional y atención al cliente son factores indispensables, por medio del cual se pueden comprender las dinámicas internas de una organización, las motivaciones y comportamientos de sus miembros, así como la calidad de la atención que brindan a sus clientes. Resulta esencial para el éxito continuo de la organización.

La relevancia de este estudio es que aborda dos elementos clave para el funcionamiento efectivo de cualquier organización, el cual es el comportamiento organizacional y atención al cliente. Por una parte, el comportamiento organizacional se centra en comprender cómo interactúan los individuos y los grupos dentro de una organización, cómo se toman las decisiones, cómo se resuelven los conflictos y cómo se motiva al personal. Al estudiar estos aspectos facilita identificar áreas de mejora en la gestión interna, fortalecer la cultura organizacional y optimizar el desempeño del equipo.

Por otro lado, la atención al cliente es el factor que determina la satisfacción y fidelidad del cliente, ya que una buena experiencia genera una mayor afluencia, un crecimiento continuo de las ventas y una imagen positiva para la organización. Al evaluar la calidad de la atención brindada por los miembros, se puede identificar debilidades en el proceso de atención, mejorar las habilidades de comunicación del personal y desarrollar estrategias para brindar un servicio excepcional.

En la actualidad, el comportamiento organizacional tiene gran importancia a nivel global y se ha convertido en un indicador fundamental que refleja la interacción entre los empleados, el liderazgo, la dirección, la toma de decisiones y el ambiente de trabajo. Esta dinámica tiene una dimensión globalizada que permite prever el desarrollo de modelos y patrones de comportamiento en los lugares de trabajo en un futuro.

Además, los avances tecnológicos y los cambios significativos debido a la digitalización y globalización han obligado a las organizaciones a adaptar y optimizar sus prácticas de gestión del comportamiento organizacional. De tal manera que, crear un ambiente de trabajo que promueva comportamientos saludables, justos y motivadores se ha convertido en una parte integral de las empresas que buscan no sólo retener su talento, sino también atraer e involucrar a sus empleados.

Esta estrategia es fundamental para afrontar los retos de un mercado cada vez más competitivo y en constante cambio. Es por eso, que el buen comportamiento organizacional

impulsa la productividad, la innovación y el compromiso de los empleados, lo que genera mejores resultados para las organizaciones y la oportunidad de alcanzar sus objetivos importantes.

En Ecuador, la investigación en estos campos adquiere relevancia para impulsar el sector empresarial, disminuir la informalidad, mejorar la atención al cliente en el ámbito público y gestionar el talento en un ambiente multicultural. Es importante examinar el comportamiento organizacional y atención al cliente para comprender las dinámicas relacionadas con estas áreas y desarrollar estrategias para mejorarlas. Esto permite fortalecer el sector empresarial, en el que se cree un mejor ambiente de trabajo, mejorar la experiencia del cliente y ayudar a impulsar el desarrollo económico y social.

En la provincia de Santa Elena este estudio en profundidad puede contribuir significativamente al desarrollo económico y social de la provincia. Santa Elena tiene una estructura empresarial diversa, que va desde emprendimientos locales hasta empresas más grandes, cada una con sus propias características y desafíos organizacionales. Una comprensión profunda de las dinámicas de comportamiento es que a estos entornos laborales puede facilitar información valiosa para mejorar la gestión y el desempeño de las empresas locales.

En el entorno actual, el éxito de una organización depende en gran medida de su capacidad para comprender y gestionar el comportamiento y la atención del cliente. La Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, juegan un papel esencial porque existe una fuerte conexión entre los servicios que brindan y las necesidades de los clientes del sector donde se ubica, por tal razón entender y abordar las dinámicas del comportamiento organizacional y atención al cliente de los miembros es un aspecto fundamental, por lo que es un factor que implica el comportamiento, la gestión, la productividad y la eficiencia en los socios, además de la calidad de los servicios brindados a los clientes.

El presente trabajo de investigación está inducido al estudio del comportamiento organizacional y atención al cliente de la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, donde es indispensable analizar este tema y la necesidad de conocer las diferentes perspectivas de los socios ante este tema que afectan a muchas asociaciones en la actualidad.

El **planteamiento del problema** es presentado por la magnitud de entender la importancia del comportamiento organizacional y la atención al cliente en las organizaciones y como afecta directa e indirectamente el desarrollo de las actividades diarias de los empleados.

En el entorno global, el comportamiento organizacional y la atención al cliente se ha convertido en aspectos clave para el éxito organizacional. Por tal razón, comprender la dinámica interna de la empresa, la motivación de los empleados, las estrategias de liderazgo y las expectativas de los clientes es esencial para impulsar la competitividad, el crecimiento sostenible y el bienestar en el lugar de trabajo en un entorno empresarial que está en constante cambio.

En Ecuador, el comportamiento organizacional y el servicio al cliente son panoramas que han logrado importantes avances en los últimos años, pero también desafíos que deben superarse para alcanzar niveles óptimos en estas áreas. Un factor decisivo es la necesidad de las empresas ecuatorianas de mantener su capital humano, el cual es considerado un activo importante para alcanzar sus objetivos. De tal manera, tener un personal motivado, comprometido y satisfecho son esenciales para impulsar productividad, innovación y crecimiento en las organizaciones.

En la provincia de Santa Elena, hay empresas, asociaciones, emprendimientos, como muchas otras, que luchan por sobrevivir en el mercado altamente competitivo actual. Sin embargo, no todas las organizaciones crean el mejor ambiente de trabajo, y esto se refleja en sus resultados y en su nivel de productividad.

Uno de los mayores desafíos que enfrentan se debe a la falta de un buen ambiente laboral. Estos factores como la falta de comunicación efectiva, la falta de liderazgo dinámico y la falta de un sistema de valores compartidos conducen a un desempeño deficiente y una mayor rotación de personal. Es por eso, que en varios mercados existen cuestiones relacionadas con la motivación y la satisfacción laboral, que son importantes para mantener empleados capacitados y comprometidos.

Las empresas que no mantienen un ambiente de trabajo saludable tienen dificultades para competir y permanecer en el mercado. Si bien es cierto, existen factores más directos y complejos que afectan el éxito empresarial, como la economía y la competencia, por ello el factor humano sigue siendo importante para el crecimiento de las empresas en diversos sectores. Por tal razón, la clave para mejorar la situación es centrarse en el comportamiento organizacional y crear una cultura organizacional sólida y positiva.

En la asociación, el comportamiento organizacional juega un papel esencial en su eficacia y eficiencia. Lo que incluye diversos aspectos como la cultura organizacional, el



liderazgo, la comunicación interna y otros factores que influyen en el comportamiento y las actitudes de los miembros de la organización.

La Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, es una sociedad dedicada a la preparación y venta de ceviche, el cual es un plato característico de la comunidad. Como cualquier organización, enfrenta desafíos relacionados con la gestión del comportamiento organizacional y la atención al cliente.

Por tal motivo, es necesario analizar como el comportamiento organizacional de la Asociación influye en la calidad del servicio y la atención brindada a los clientes. Entre los cuales, los valores, el estilo de liderazgo, la comunicación interna y la resolución de problemas pueden influir en la experiencia del cliente, y de igual manera en el éxito de la organización.

Este estudio tiene como objetivo comprender como el comportamiento organizacional dentro de la Asociación de Cevicheros impacta en la atención al cliente, con la finalidad de poder identificar áreas que deben mejorarse y proponer acciones para mejorar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes.

Para lograr una indagación más clara sobre esta problemática se plantea la **formulación del problema** que se da por medio de la siguiente interrogante para conocer sobre estas variables que son muy importantes para las organizaciones: ¿De qué manera el comportamiento organizacional impacta en la atención al cliente de la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena?

También se realiza la **sistematización del problema** con las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es la situación actual del comportamiento organizacional y atención al cliente en la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita?
- ¿Cuáles son los elementos que impactan en el comportamiento organizacional y la atención al cliente en la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita?
- ¿Qué acciones se pueden implementar para mejorar el comportamiento organizacional y la atención al cliente en la Asociación de Cevicheros?

De esta forma, el estudio tiene como **objetivo general**: Analizar de qué manera el comportamiento organizacional impacta en la atención al cliente en la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena.

Y, con el propósito de lograr esto, se plantean los siguientes **objetivos específicos**:

- Diagnosticar la situación actual del comportamiento organizacional y atención al cliente en la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita.
- Identificar los elementos que impactan el comportamiento organizacional y atención al cliente en la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena
- Determinar las acciones que se pueden implementar para mejorar el comportamiento organizacional y atención al cliente en la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita

El presente trabajo tiene su respectiva **justificación teórica**, en el que se evidencia la importancia de este trabajo de investigación. Se utilizaron fuentes de autores que demuestran la relevancia del comportamiento organizacional y atención al cliente en las organizaciones, teniendo como base artículos científicos de estudios realizados sobre estas variables. Además, se exponen trabajos académicos que ofrecen apoyo y fundamento para la investigación.

La siguiente investigación se justifica en que el comportamiento organizacional y atención al cliente son aspectos importantes para que las organizaciones alcancen el éxito deseado, lo que promueve la necesidad de fomentar el buen comportamiento de los miembros para generar un ambiente de trabajo idóneo donde aporten sus conocimientos y compromiso en la asociación.

Como base para la **justificación práctica** el realizar este estudio es pertinente para identificar el comportamiento organizacional y atención al cliente de la asociación, porque permite evaluar y mejorar el ambiente laboral de los miembros, debido a que tiene un impacto significativo en la eficiencia y eficacia de la asociación en estudio, promoviendo así resultados mutuamente beneficiosos.

De igual manera, evaluar el comportamiento organizacional y atención al cliente permitirá mejorar aquellos procesos que se han visto afectados, que se reflejan en las situaciones que ocurren y que pueden impactar los resultados de la organización. Las actividades de la asociación serán mejores cuando sus miembros sientan que, trabajando en un ambiente adecuado habrá un compromiso por parte de los integrantes, asegurando que las metas y objetivos se alcancen en beneficio de la asociación.

Considerando lo anterior, se plantea la siguiente **idea a defender**: *“Un buen comportamiento organizacional mejora las relaciones internas, dinámica organizacional, el*

*ambiente laboral y la atención al cliente de la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena.”*

Basado al tema que se ha estructurado sobre estas variables de gran importancia para las organizaciones. Esta idea se sustenta de la relevancia de mantener y promover una dinámica organizacional positivo dentro de la asociación, esto permitirá a los asociados sentir un ambiente prospero para desempeñarse en su trabajo y contribuir al progreso de la asociación.

El trabajo de investigación está estructurado por la introducción que describe el planteamiento, formulación y sistematización del problema, así como el objetivo general y específicos, la justificación, la idea a defender y, finalmente el mapeo. Además, consta del siguiente mapeo, el cual abarca tres capítulos que se detallan a continuación:

El **capítulo I**, denominado marco referencial, indica la revisión de la literatura de temas que ya han sido tratados en el pasado, ya sean artículos científicos, tesis u otros, que respaldan este trabajo sobre el comportamiento organizacional y atención al cliente. De igual manera, muestra el desarrollo de teorías y conceptos donde se despliegan aquellas dimensiones e indicadores que fueron parte esencial de la implementación de este proyecto de investigación. Este trabajo también está sustentado en fundamentos legales, lo cual es un mayor apoyo en el proceso de ejecución.

El **capítulo II**, señala la metodología utilizada en el desarrollo de esta investigación, en la que se introduce detalladamente el diseño de investigación, los métodos de investigación y, la población y muestra. De igual forma, la recolección y procesamiento de datos para obtener la información necesaria que permita conocer diferentes aspectos de la asociación donde se llevó a cabo la investigación, al igual que poner en marcha los instrumentos para el levantamiento de información.

El **capítulo III**, presenta los resultados y discusión recopilados en la investigación, por medio del análisis de datos e instrumentos utilizados previamente, que incluye los resultados que se encontraron y para los cuales se realizó este trabajo. Luego, el siguiente documento presenta las conclusiones y recomendaciones que se encontraron y desarrollaron durante la realización y desarrollo de este estudio con base en los objetivos planteados desde un inicio.

## Capítulo I

### Marco referencial

#### Revisión de la literatura

Para el trabajo de investigación es esencial realizar la revisión de la literatura, lo que implica la búsqueda y selección de información relevante, con el fin de destacar lo más importante y verificar las investigaciones previas. En este caso, se basaría en las similitudes entre el tema que se quiere tratar, ya sea en libros, artículos y tesis que brinden información sobre la investigación.

Según varios estudios, el comportamiento organizacional de los miembros y empleados de una organización tiene un impacto significativo en la calidad del servicio al cliente brindado.

En el desarrollo investigativo en el contexto global, el autor Espinoza (2019) en su trabajo de titulación *“El comportamiento organizacional y la atención al cliente del mercado Virgen de las Mercedes”* realizado en la ciudad de Juliaca, tuvo como objetivo establecer la relación entre el comportamiento organizacional y la atención al cliente. En el periodo de análisis, esta metodología contribuyó a estructurar y orientar la investigación sobre la relación entre el comportamiento gerencial y el servicio al cliente en el mercado Virgen de las Mercedes. El autor concluye que, los hallazgos muestran una relación significativa entre el comportamiento gerencial y el servicio al cliente en el mercado Virgen de las Mercedes durante el periodo de estudio. Y de acuerdo con el análisis de la prueba de calificación Rho de Spearman, el coeficiente de calificación positiva promedio mostró una relación moderada entre estas dos variables, dicho de otra manera, cuanto mejor sea el comportamiento organizacional, mejor será el desempeño del cliente y viceversa. Además, indicó que hay pocas posibilidades de que estos resultados se cumplan, lo que significa que la hipótesis de que el comportamiento organizacional influye en la calidad del servicio al cliente en el Mercado Virgen de la Mercedes.

El estudio que se elaboró sobre el comportamiento organizacional y la atención al cliente en el mercado Virgen de las Mercedes de Juliaca, reveló que algunos elementos clave influyen en la calidad del servicio brindado, incluyendo las relaciones interpersonales entre comerciantes y clientes, las condiciones físicas del área de trabajo, el nivel de organización dentro del mercado y la capacitación en técnicas. Utilizando la prueba de correlación de Rho Spearman, se encontró una evaluación media positiva entre variables, y el nivel de significancia

confirmó que el comportamiento organizacional tiene una relación con la atención al cliente en este mercado. Esto enfatiza la importancia de abordar los aspectos interpersonales, como la organización interna y la infraestructura, para mejorar el servicio al cliente.

Por otra parte, Alvarado (2021) en su trabajo de investigación titulada "*Clima organizacional y satisfacción del cliente interno de los trabajadores, Grupo ARES – 2020*" el objetivo de esta investigación fue conocer la relación de estas dos variables, en el que su propósito consistió en identificar si el ambiente organizacional influye en el desempeño laboral de los trabajadores del Grupo ARES. La metodología que aplicó para el estudio proporcionó un marco sólido, se fundamentó en un enfoque cuantitativo, empleando el método científico para examinar las respuestas de 58 trabajadores de la empresa, en el que se utilizó la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario, tomando como base el modelo SERVQUAL para la satisfacción del cliente y el modelo de Litwin y Stringer para el clima organizacional. Los resultados mostraron una correlación positiva entre un ambiente de trabajo positivo y la satisfacción del cliente interno, como un valor del estadístico rho Spearman de 0,60, lo que es significativo a un nivel por debajo del 5%. Esto indica que la satisfacción del cliente dentro de la empresa puede aumentar con mejoras en el ambiente organizacional.

El autor destacó que un ambiente de trabajo agradable y motivador conduce a un mejor desempeño de los colaboradores, como lo sugieren los resultados, en el que se muestra una evaluación positiva y significativa entre el clima organizacional y el desempeño de los trabajadores. El estudio demostró la importancia de mantener un ambiente laboral positivo para aumentar la satisfacción de los empleados y, por lo tanto, mejorar el servicio a los clientes internos. Estos hallazgos también sirven como base para la gestión efectiva de ambas teorías en la empresa.

En el desarrollo investigativo en el contexto ecuatoriano, en su tesis realizada por Chévez (2024) con el tema "*El Comportamiento organizacional y atención al cliente de la Asociación de trabajadores Autónomos Mario Falconi Yépez del cantón Jipijapa*" destaca que el comportamiento organizacional es importante, ya que puede ayudar mejorar el rendimiento de las organizaciones, dado que enseña a los administradores la relación entre las actitudes y conducta de los trabajadores, y la atención al cliente. El objetivo del trabajo que se realizó fue analizar cómo afecta el comportamiento organizacional en la atención al cliente de dicha asociación, ya que reflejaba una serie de inconsistencias respecto al tema. La metodología que se aplicó fue el método inductivo, bibliográfico y estadístico, esto le permitió al autor

determinar la muestra de habitantes. Tras este trabajo de investigación observó que el presidente de la Asociación carecía de conocimiento y obtuvo como resultado que algunos miembros no estaban de acuerdo sobre el ambiente físico y la ubicación del área que les toca cubrir, de tal manera que creó una propuesta que incluyó las acciones que deben implementarse para mejorar el comportamiento organizacional que permita brindar un mejor servicio a los clientes.

A través de este estudio, se logró analizar el impacto del comportamiento organizacional en la atención al cliente de la Asociación de trabajadores Autónomo Mario Falconi Yépez. La autora utilizó métodos inductivos, bibliográficos y estadísticos para la muestra de 382 residentes. Entre los principales hallazgos fueron el desconocimiento por parte del presidente de la asociación y el descontento de algunos integrantes sobre el ambiente físico y la ubicación de sus locales. Por medio de este trabajo de investigación se pudieron conocer las acciones para mejorar el comportamiento organizacional y el servicio al cliente de la asociación.

Del mismo modo, el trabajo realizado por Gómez (2022) que lleva como título “*El Comportamiento organizacional y atención al cliente caso Asociación de propietarios de triciclos 23 de septiembre, 2021*” tuvo como objetivo analizar el comportamiento organizacional y la atención al cliente de la asociación, para identificar indicadores de comportamiento y garantizar la satisfacción del cliente, de manera que se determinen estrategias de mejora del servicio al cliente. La metodología que se empleó en este estudio fue un enfoque descriptivo cualitativo y cuantitativo para recolectar datos significativos, los métodos incluyeron deductivo, inductivo, bibliográfico y estadístico, con técnicas como observación directa, encuestas y entrevistas. A través de esto, se identificaron las mejoras estrategias para aplicar y así cambiar procesos para optimizar la excelencia en el servicio al cliente de la asociación. Este estudio demostró que la teoría del comportamiento organizacional se puede utilizar en la práctica, además, la estrategia que se implementó fue efectiva para mejorar la satisfacción del cliente en la Asociación de propietarios de triciclos.

Por medio de esta investigación, el autor muestra que el comportamiento organizacional y la atención al cliente están alineados con los resultados del desarrollo económico y organizacional. Se enfatizó la importancia de la motivación y el compromiso de los empleados para mejorar la productividad y la satisfacción del cliente. Asimismo, se presentó una estrategia competitiva para el crecimiento económico de la asociación.

## **Desarrollo de teorías y conceptos**

### ***Comportamiento organizacional***

Existen varios autores que han desarrollado diferentes teorías acerca del comportamiento organizacional. Romero (2011) indica que, el comportamiento organizacional es una ciencia social, conocido como comportamiento organizacional, se enfoca en los desafíos del siglo y examina el comportamiento de los individuos y grupos en las organizaciones. La globalización, la competencia, la diversidad y el avance tecnológico son alguno de ellos. Para mejorar las organizaciones y comprender como estos factores afectan su desempeño, el autor destaca que el CO utiliza conocimiento de la psicología, la antropología y la sociología.

El autor del libro se centra en temas como la motivación, la cultura organizacional, el liderazgo, el trabajo en equipo y la responsabilidad social, proporcionando estrategias para que las organizaciones superen estos desafíos y tengan éxito en un entorno dinámico. En pocas palabras, el CO es una herramienta valiosa para las organizaciones que buscan impulsar la productividad, mejorar el ambiente de trabajo y afrontar los desafíos actuales.

Por otra parte, Serrano (2022) señala que, este campo es descrito como el estudio del comportamiento individual y grupal en las organizaciones y su influencia en todas las actividades en su libro “Comportamiento Organizacional”. El autor explora factores como valores, características personales y motivaciones de los empleados, fuerza del equipo, comunicación y liderazgo, de igual manera sus métodos, la estructura, tecnologías y el proceso de gestión que aplican. Sostiene que los gerentes y líderes que buscan mejorar el rendimiento organizacional deben comprender estos comportamientos.

En consecuencia, se logrará mejores objetivos organizacionales, así como mejorar el ambiente de trabajo, promover una comunicación efectiva y tomar decisiones estratégicas. Serrano enfatiza que comprender estos comportamientos es esencial para los gerentes y líderes que buscan mejorar el desempeño organizacional.

### **Cultura organizacional**

López (2016) presenta su libro como una herramienta útil para comprender la complejidad de la cultura organizacional en un mundo cada vez más global y diverso. Y para ayudar a comprender como estas dinámicas culturales afectan el éxito y el fracaso organizacional, López ofrece un marco conceptual para identificar y analizar las dinámicas culturales que subyacen a las organizaciones. Además, la autora muestra a través de un análisis

minucioso y extenso, como las culturas individualistas y colectivistas se reflejan en distintas maneras en la toma de decisiones, la comunicación, la motivación, el liderazgo, la resolución de conflictos y la gestión del rendimiento.

La cultura organizacional entre el individualismo y el colectivismo es un recurso esencial para gerentes, líderes, consultores y estudiantes interesados en comprender y navegar las complejidades de la cultura organizacional en un contexto globalizado, donde la interculturalidad juega un papel cada vez más significativo.

Por otra parte, Quiroz et al. (2020), en su libro mencionan la importancia de la cultura y el cambio organizacional en la dinámica de las empresas. Este es una herramienta útil para comprender como la cultura de una organización puede influir en la aceptación o rechazo del cambio y la gestión directa. El libro es el resultado de un proyecto institucional que pretende aportar ideas e incidir en la cultura organizacional y el cambio como factor importante en la dinámica organizacional. Incluye una descripción general de la cultura organizacional y considera varios temas para comprender la relación entre la cultura organizacional y otras variables, y para identificar el cambio organizacional como área que tiene un impacto significativo en las organizaciones.

La cultura organizacional se refiere a las normas, valores, creencias y prácticas que se comparten dentro de una organización. Se trata de la actitud, a través de ella la empresa se ve influenciada en el desempeño, la toma de decisiones y el comportamiento de los empleados. Además, el cambio organizacional se refiere a cambios planificados en la estructura, procesos o estrategias de la organización. De tal manera, la cultura influye en la aceptación o resistencia al cambio de la organización.

### ***Valores***

Torres (2022), explora la importancia de establecer valores como base para una cultura organizacional exitosa. En su libro llamado el *“El poder de los valores”* cubre el proceso de definir, implementar y vivir los valores organizacionales, reflejando el definir, comunicar y alinear con la estrategia, además, la selección de empleados, evaluar el desempeño y el liderazgo ejemplar. El autor da a conocer que construir una cultura basada en valores es un proceso continuo que requiere el compromiso y la cooperación de todos. Poner en práctica los valores y que estos den como resultado positivo a la organización, nos da a conocer cuán importante es aplicarlos, ya que sirve como guía para líderes que desean crear un ambiente de trabajo positivo y productivo que se alinee con los valores de su organización.



Los valores son como una brújula que sirve como guía a una organización y los lleva hacia el éxito. Toda organización requiere tener líderes y compañeros de trabajo que trabajen juntos para crear un ambiente de trabajo positivo y productivo, que sea consistente con los valores. A través del libro nos recuerda que los valores no son simples palabras, se trata de principios importantes que hay que aplicarlos en todo tiempo y vivirlos, ya que estos tienen el poder de transformar una organización y llevarlos a nuevas rutas, nuevos comienzos y conocer nuevas experiencias.

### **Liderazgo**

El liderazgo para Ruiz (2017) se presenta como una guía completa para líderes, tanto aspirantes como experimentados y proporciona datos útiles sobre el arte de motivar, inspirar y guiar a otros hacia el logro de objetivos comunes. Destaca la importancia del autoconocimiento, el crecimiento personal, la inteligencia emocional y las buenas habilidades comunicativas.

Este libro explora los principios del liderazgo a través de ejemplos históricos y situaciones de la vida real y proporciona las lecciones necesarias para evitar el fracaso y desarrollar las cualidades que conducen al éxito. De la misma manera, sirve como una guía útil para quienes buscan desarrollar sus habilidades de liderazgo.

### ***Estilo de liderazgo***

Según Cañeque (2017), en su libro ofrece un novedoso estilo de liderazgo basado en aspectos de la mentalidad femenina tanto en hombres como en mujeres. Mediante su enfoque, el cual se basó en investigaciones y entrevistas con 200 líderes exitosos, se destaca por la empatía, la comunicación, el desarrollo del talento, la colaboración, la flexibilidad y el equilibrio. Para Cañeque la capacidad de conectar con las personas, fomentar el desarrollo y crear un ambiente positivo son claves para el crecimiento y la innovación. Sostiene que este nuevo liderazgo es esencial para el éxito de las organizaciones en un mundo en constante cambio.

Este estilo de liderazgo, no limitado a un solo género, es la capacidad de conectar con las personas, de fomentar el desarrollo del talento, de crear un ambiente positivo y colaborativo y de adaptarse a los cambios del entorno. Ya que estamos en un mundo de constante cambio, es por tal razón que sirve como una guía fundamental para los líderes que desean superar las adversidades y motivar a su equipo para lograr objetivos importantes.

## **Comunicación**

La comunicación según Marín (2015) define el término como una nueva forma de comunicación basada en el entendimiento mutuo, la empatía y la búsqueda del entendimiento de los interlocutores. Según el autor, el objetivo es promover un diálogo genuino, donde se escucha activamente a la otra persona, se respeta su punto de vista y, en un lugar de establecer posiciones o crear un enfrentamiento, se busca un tono común.

Esta nueva comunicación mejora las relaciones interpersonales, facilita la resolución de conflictos y promueve una convivencia más armoniosa, permitiendo a las personas expresarse sin juicios, comprender diferentes perspectivas y encontrar soluciones comunes que beneficien a todos los involucrados.

### ***Comunicación interna***

Según Roca et al. (2014), su libro se centra en cómo comunicarse en una empresa. Menciona que dentro de la sociedad académica la acumulación de información es importante, ya que si la información no se presenta correctamente pierde su valor. Los autores abordan claramente las cuestiones de gestión y comunicación desde una perspectiva integral. A través de su libro, insta a los lectores a pensar en las relaciones que llevarán a la empresa al éxito o al fracaso en todo momento. Este es un gran recurso para los directivos de empresas, especialmente para la gestión de recursos humanos, ya que muestra el núcleo de estos principios empresariales. Además, proporciona las herramientas para comprender y mejorar este componente clave en el entorno laboral.

La comunicación interna en la empresa se centra en la comunicación eficaz dentro de una organización. Es importante saber que a través de ella se proporcionan herramientas que sirven para comprender y mejorar el entorno laboral. Pues es un recurso invaluable para quienes desean comprender y optimizar la información de su organización.

### ***Atención al cliente***

La autora Ramos (2010) en su libro Atención al cliente, enfatiza la importancia de ofrecer un servicio excepcional para el éxito de una organización. El enfoque va desde definir el servicio al cliente como un concepto de negocio hasta implementar un modelo de servicio completo con componentes definidos y modelos globales. Comprende la relevancia del capital humano y el desarrollo de habilidades y capacidades para ofrecer un servicio de alta calidad.

En este sentido, resalta la necesidad de crear una cultura orientada al cliente donde todos los empleados trabajen duro para completar la satisfacción del cliente.

Este libro es un recurso esencial que sirva para ayudar a las empresas que intentan lograr la excelencia en la atención al cliente, fomentando así el crecimiento y la rentabilidad de las actividades comerciales.

Para Pérez (2022) en su libro “Calidad de servicio y Atención al cliente”, proporciona recomendaciones prácticas para que las compañías mejoren la calidad del servicio y atención al cliente, adaptándose a las exigencias del mercado y las necesidades de los consumidores actuales. La autora desarrolla conceptos, herramientas y técnicas clave en el campo del marketing, centrándose en mejorar la calidad del servicio y la experiencia del cliente.

Este libro ayuda a las empresas a comprender las expectativas de los clientes actuales, identificar y evaluar diversos aspectos de la calidad del servicio e implementar estrategias efectivas para mejorar el servicio al cliente, adaptar métodos a las nuevas condiciones del mercado y ser un líder práctico para ayudar a la sostenibilidad del negocio y lograr un nivel de calidad. Es un recurso esencial para cualquier organización que busca alcanzar la excelencia en este campo, aumentando el crecimiento y persiguiendo el resultado final.

### **Calidad del servicio**

Para Vargas (2014), la calidad y servicio se centra en la importancia del servicio y calidad como factores diferenciadores de las organizaciones. En su libro proporciona orientación teórica y práctica para la planificación, implementación y evaluación de procesos de calidad y servicio en empresas. Es una herramienta valiosa para comprender y mejorar la gestión de la calidad y el servicio en un entorno empresarial.

Por otro lado, Mateos (2019) su libro ofrece una guía completa para implementar la gestión de la calidad total en las organizaciones públicas. Enfatiza cuán importante es adaptar la gestión de calidad total a las circunstancias específicas del sector público, con la satisfacción de los ciudadanos como objetivo principal. El autor presenta estudios de casos que ilustran implementaciones exitosas de GCT en una variedad de organizaciones públicas, por tal razón es una herramienta esencial para gestores, funcionarios y estudios públicos que buscan poder mejorar la vida de los ciudadanos mediante la prestación de servicios públicos.

### ***Precisión en el pedido***

Georg (2023) considera que es muy importante tener precaución para que todas las acciones sean correctas. Al centrar su mente en los detalles del pedido, minimizar las distracciones y ser constante, puede reducir los errores y las equivocaciones. El autor menciona que el enfoque no es una habilidad interna, sino una habilidad que se desarrolla a través del aprendizaje y la práctica. Además, la precisión del pedido es entendida como la capacidad de explicar y comunicar con precisión los detalles de un producto o servicio al proveedor, el cual es un aspecto clave en el mundo empresarial. Ya que lograr aquello no solo optimizara los procesos internos y reducirá los errores, sino que también fortalecerá las relaciones con los proveedores y garantizará la satisfacción del cliente.

Aplicar principios de cuidado, control y entrega a los pedidos son más que solo precisión. Da que, al desarrollar una mente enfocada y presente, se crea un ambiente de trabajo más armonioso y productivo, donde se favorece la colaboración y la resolución de problemas.

### **Empatía y trato personal**

Según Stein (2023) revela la empatía como un proceso complejo que implica internalizar las experiencias y sentimientos del otro. Stein indica que no significa sentir igual que otra persona, sino entrar en un mundo subjetivo con tacto y respeto, entendiendo sus opiniones, pensamientos y sentimientos. La autora manifiesta que comprender las diferentes formas de expresar la empatía, permite poder brindar un buen trato, al igual que resonar con alegría e inquietudes de los demás.

Es esencial saber que la empatía tiene límites, aunque es una comprensión compleja, debido a que cada individuo tiene una visión del mundo única y singular. Sin embargo, aquello no significa que se debe abandonar la empatía, sino se reconozca como un punto clave hacia la conexión humana, pues se trata de un espacio de encuentro, en el que nos acercamos a la realidad del otro, aunque nunca nos fusionemos con ella.

### ***Amabilidad del personal***

Gómez (2009), en su libro “*Como conservar más cliente (la amabilidad es la clave)*” profundiza la importancia de la amabilidad como aspecto clave en la fidelización del cliente. Con amplia experiencia en el mundo empresarial, el autor sostiene que ser amable se trata de no sólo tener una actitud deseable sino también una estrategia importante para el éxito a largo plazo de cualquier organización.

Tratar a los clientes con amabilidad no es sólo una obligación ética, sino también una estrategia inteligente que hace que las empresas sean rentables, ya que aumenta la satisfacción y la lealtad del cliente. Además, ayuda a crear una buena imagen, atraer nuevos clientes y mejorar su reputación. La amabilidad es una inversión que vale la pena en el mundo empresarial.

### **Resolución de problemas**

Vilanova (2004) se centra en estrategias para adquirir y retener clientes rentables, haciendo hincapié en la importancia de fidelizar, encontrar y recuperar clientes perdidos, tratando de identificar las necesidades del cliente e implementarlas en la fidelización y el papel que desempeña la organización. El autor profundiza el uso del CRM (Customer Relationship Management) como herramienta central para una excelente gestión de relaciones con los clientes. La resolución eficaz de problemas es un requisito esencial para el éxito empresarial, ya que ayuda a identificar y corregir obstáculos, mejorando los procesos y optimizando los recursos.

### ***Efectividad de los problemas***

Zabala (2021) en su libro, se centra en las estrategia y experiencias que llevaron al autor a convertirse en un empresario exitoso en la industria mexicana Oil & Gas. El autor menciona varios consejos y herramientas que sirven para el desarrollo profesional y personal, en donde enfatiza la importancia de habilidades como la creatividad y la toma de decisiones. Más allá de la estrategia empresarial, el autor anima a los lectores a centrarse en el crecimiento personal y profesional continuo. Su libro brinda inspiración y orientación para aspirantes a líderes y emprendedores, y proporciona ejemplos basados en las experiencias de líderes empresariales reales.

### **Fundamentos legales**

La siguiente investigación tiene una base legal que es de mucha importancia para fundamentar este trabajo y para las organizaciones donde enfatiza lo siguiente:

La **Constitución de la República del Ecuador** (2011) donde se toma en consideración el siguiente artículo:

### ***Personas usuarias y consumidoras***

**Art. 52.-** Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

**Art. 54.-** Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

**Art. 326.-** El derecho al trabajo se sustenta en el principio:

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

### ***Formas de trabajo y retribución***

**Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos a los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

### ***Deberes y responsabilidades***

**Art. 83.-** Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la Ley:

11. Asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad, de acuerdo con la ley.

### ***Comunicación e información***

**Art. 16.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

### ***Derecho de libertad***

**Art. 66.-** Se reconoce y garantizará a las personas:

25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

### ***Política económica***

**Art. 284.-** La política económica tendrán el siguiente objetivo:

8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.

De la **Ley Orgánica de Defensa del Consumidor** (2011) se consideraron los siguiente:

### ***Derechos y obligaciones de los consumidores***

**Art. 4.-** Derechos del consumidor:

2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.

4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieran presentar.

5. Derecho de un trato transparente, equitativo y no discriminado o abusivo por parte de los proveedores de bienes y servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precios, peso y medida.

### ***Responsabilidades y obligaciones***

**Art. 18.-** Entrega del Bien o Prestación del servicio. – Todo proveedor están en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición y otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

**Art. 27.-** Servicios profesionales. - Es deber del proveedor de servicios profesionales, atender a sus clientes con calidad y sometiendo estricto a la ética profesional, la ley de su profesión y otras conexiones.

### ***Prácticas prohibidas***

**Art. 55.-** Constituyen prácticas abusivas de mercado, y están absolutamente prohibidas al proveedor, entre otras, la siguiente:

4. Aprovecharse dolosamente de la edad, salud, instrucción o capacidad del consumidor para venderle determinado bien o servicio.

### ***Infracción y servicios***

**Art. 78.-** Cobro durante la suspensión del servicio. – El proveedor de servicios públicos o privados, no podrá efectuar cobro alguno por el mismo, durante el tiempo en que se encuentre interrumpido y, en todo caso, estará obligado a descontar o reembolsar al consumidor el valor del servicio pagado y no devengado.

De la **Ley Orgánica Economía Popular y Solidaria** (2011):

Art. 4.- Principios de la participación. – La participación de la ciudadanía en todos los asuntos de interés público en un derecho que se ejercerá a través de los mecanismos de la democracia representativa, directa y comunitaria.

b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.

g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas

**Ley Orgánica de Comunicación** (2019):



Art. 71.- Responsabilidades comunes: La información y la comunicación son derechos que deberán ser ejercidos con responsabilidad, respetando lo establecido en los instrumentos internacionales de derechos humanos, la Constitución y la Ley.

## Capítulo II.

### Metodología

El diseño metodológico correspondiente al siguiente estudio examina la variedad de procesos llevados a cabo para obtener la información necesaria. Este estudio se fundamentó en técnicas adaptadas para comprender el problema. Además, en este capítulo se muestra el diseño de investigación, el alcance, los métodos, la población y muestra seleccionada para el siguiente trabajo. Igualmente, el uso de instrumentos y técnicas en el conjunto de datos correspondientes sobre el comportamiento organizacional y atención al cliente de la comuna Montañita.

#### Diseño de la investigación

El diseño desarrollado en la presente investigación corresponde al diseño **no experimental y transversal**, ya que se describió su relación y examinaron las variables sin manipulación en un momento determinado. La investigación no experimental es sistemática y empírica, se realiza cuando el investigador no puede controlar, manipular o alterar a los sujetos durante el estudio, sino que se basa en la interpretación de las observaciones para llegar a una conclusión.

La metodología utilizada de la investigación tiene un **enfoque mixto**, debido a la combinación cualitativo-cuantitativo en el que se describe el tema específico, de la misma forma que consiste en recopilar información para poder obtener más conocimientos en consecuencia de la elaboración del presente proyecto, por otra parte, según su tipo de investigación es descriptivo en efecto se recopiló datos de la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2023.

El presente trabajo de investigación es de **alcance descriptivo** visto que ha servido para comprender como incide el comportamiento organizacional y la atención al cliente en la capacidad de ofrecer un servicio de calidad mediante la excelente atención al cliente en la Asociación de cevicheros de la comuna Montañita, del mismo modo ayuda a describir e interpretar las variables para implementar el uso de las estrategias en la mejora y crecimiento de la Asociación.

#### Métodos de la investigación

Los métodos por emplear en este estudio son:

### **Método deductivo**

Para Faustino y Cárdenas (2015), el método deductivo permite establecer las características de una realidad concreta llevando resultados individuales o independientes a conclusiones lógicas. Esto se debe a que es conveniente lograr los objetivos de la investigación mediante la comparación y el análisis.

El método deductivo ayudó a encontrar conclusiones lógicas y encontrar soluciones para comprender los problemas asociados a diferentes cambios en el caso de estudio “Asociación de cevicheros de la comuna Montañita”. Además, estudiar los factores relacionados con el comportamiento organizacional y la atención al cliente para obtener resultados confiables.

### **Método inductivo**

Según Dávila (2012), el método inductivo permite trasladar eventos particulares a los fundamentos generales, donde se describen como el estudio de observar experiencias o hechos particulares que incorporan el razonamiento inductivo con el fin de obtener conclusiones posteriores. En este estudio, el método inductivo es importante para realizar la investigación y lograr los objetivos. Por lo tanto, cada hecho en la “Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita” serán examinados cuidadosamente para tomar mejores decisiones.

### **Método bibliográfico**

El método bibliográfico para Gómez et al. (2014) se basa en la consulta de fuentes bibliográficas relacionadas con el tema a estudiar. Por ello, este es uno de los puntos importantes para cualquier investigación sobre la selección de fuentes de información.

El método bibliográfico servirá para la selección y recopilación de información confiables a través de la lectura en fuentes bibliográficas para obtener datos relacionados con el caso Asociación de cevicheros de la comuna Montañita.

### **Método estadístico**

Según Crespo (2017) ,el método estadístico se basa en un conjunto de pautas para el uso de datos de investigación cualitativos y cuantitativos. No obstante, es una forma de procesar datos estadísticos que se utiliza para sacar conclusiones.

Por lo tanto, el método estadístico sirve para sintetizar los resultados de la Asociación de cevicheros de la comuna Montañita, en el que los resultados se presentan en tablas, gráficos.

## Población y muestra

La población de la presente investigación de estudio es la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, la misma que está conformada por un total de 20 socios. Estos son fundamentales para entender el comportamiento organizacional y su impacto en la atención al cliente.

Asimismo, la directiva de la asociación está compuesta por los principales líderes y tomadores de decisiones. Por lo tanto, para obtener una perspectiva integral sobre las estrategias implementadas, se entrevistó a los miembros de la directiva.

La Asociación de Cevicheros atiende a una base de clientes amplia y diversa de aproximadamente 15.000 personas al mes. Por tal motivo, este grupo es clave para evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Debido al gran tamaño de esta población, se utilizó un muestreo para seleccionar un subconjunto representativo para la encuesta.

## Muestra

En este estudio, se seleccionaron dos principales miembros de la directiva de la asociación para la entrevista y a los socios y clientes para llevar a cabo las encuestas.

Se utilizó el muestreo probabilístico aleatorio, con un tamaño de la muestra total de 376 participantes que ayudó a la recolección de datos para el trabajo investigativo:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

De dónde:

**n** es igual al tamaño de la muestra.

**N** es igual a la población o universo (15000)

**Z $\alpha$**  es igual al nivel de desconfianza (95% o 1.96)

**p** es igual a la probabilidad de que se cumpla la hipótesis (0,5)

**q** la probabilidad de que no se cumpla (0,5)

**e** es el margen de error muestral (5% o 0,05)

Por lo tanto, al reemplazar se obtiene que:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0,5 * 0,5 * 15000}{(0,05)^2 * (15000 - 1) + (1.96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 376$$

El tamaño de la **muestra** según la fórmula general estableció que la encuesta debe ser aplicada a 376 clientes que otorguen datos esenciales para la resolución de la problemática de estudio.

**Tabla 1** Población

Descripción	Población
Socios	20
Clientes	376
<b>Total</b>	<b>396</b>

*Nota:* Población

## Recolección y Procesamiento de datos

### *Técnicas de investigación*

En la respectiva recolección de información se utilizó la **entrevista** la cual fue dirigida a los dos principales miembros de la directiva, lo cual se entrevistó al presidente y vicepresidente de la Asociación de Cevicheros. Este método permitió obtener información detallada y contextual sobre estrategias y percepciones de los miembros de la directiva sobre el comportamiento organizacional y atención al cliente.

Por consiguiente, se utilizó la **encuesta** como una técnica de investigación orientada a los miembros de la asociación y a una muestra representativa de clientes, para obtener las diferentes percepciones y situaciones en base al comportamiento organizacional y atención al cliente, oportunidades y experiencias dentro de la organización. Las encuestas permitieron recopilar datos cuantitativos sobre las percepciones de la calidad del servicio, la eficiencia en la atención y otros aspectos clave del comportamiento organizacional.

### *Instrumentos*

Para el primer paso se implementó una **guía de entrevista** en el que constan 10 preguntas abiertas que serían aplicadas al presidente y vicepresidente de la asociación, para conocer las diferentes situaciones que han sido planteadas en este estudio, desde la situación actual dentro de la asociación de cevicheros. Por otro lado, el respectivo **cuestionario** de la encuesta contiene preguntas que son netamente cerradas en base a la escala de Likert, para determinar las perspectivas de cada encuestado.

### ***Medios***

Para el respectivo análisis de resultados de los datos, se utilizó el programa estadístico **SPSS (Statistical Package for Social Sciences)**, debido a que es una herramienta muy fácil de usar, además de proporcionar datos ingresados sistemáticamente y sus respectivas tabulaciones, facilitando el proceso de recolección y el manejo de la información recopilada en este proceso.

Para la recolección de información y posterior análisis de la población que ha sido objeto en este estudio, se utilizó **Forms** que es una herramienta digital de Google, el cual permitió elaborar y desarrollar las encuestas de manera online, basándose en una plantilla en la que se colocó el cuestionario respectivo para obtener información sobre el objeto de estudio, el que se aplicó directamente a la población.

### **Validación de instrumentos**

Los instrumentos para la recolección de información fueron sometidos a la revisión necesario por parte de los expertos especializados en el tema de investigación requerido, quien en base a sus conocimientos ratificaron el cumplimiento de estos materiales y la relación con el estudio, además de uso del cuestionario de la encuesta y la respectiva guía de entrevista para su posterior aplicación.

## Capítulo III.

### Resultados de discusión

#### Análisis de datos

##### Análisis de datos de entrevista

Una vez que han sido aplicados los instrumentos para la recolección de información, se muestra el resultado de la entrevista realizada al presidente y vicepresidente, principales miembros de la Directiva de la Asociación de Cevicheros, ubicada en la comuna de Montañita, provincia de Santa Elena.

**1. ¿Cuáles son los valores y principios que guían el actuar de la Asociación? ¿Cómo se promueven estos valores entre los asociados?**

Los entrevistados mencionaron que, los valores y principios que guían el actuar de la Asociación son el respeto y la disciplina. Para promover estos valores entre los asociados, indicaron que integran estos y otros valores en el proceso de inducción, de tal modo, asegurando de que todos los nuevos miembros comprendan y se comprometan con estos principios desde el inicio y si en algún caso cometen alguna falta se les llama la atención.

**2. Desde su punto de vista, ¿Cuál es el estilo de liderazgo que predomina en la asociación? ¿Cómo se toman las decisiones importantes?**

Mencionaron que, el estilo de liderazgo que predomina es colaborativo y participativo, pues involucrar a todos los socios en el proceso de la toma de decisiones es importante para asegurar que cada voz es escuchada. Para tomar decisiones primero escuchan la opinión y punto de cada socio, de tal manera poder llegar a un acuerdo y que no haya ningún inconveniente o malentendidos, sino que juntos puedan buscar una solución y poder llegar a un acuerdo.

**3. ¿Qué mecanismos de comunicación interna se utilizan para informar a los asociados sobre aspectos operativos, objetivos, cambios, etc.? ¿Considera que la comunicación es efectiva?**

Para informar a los asociados utilizan varias medidas importantes para mejorar la comunicación interna de la asociación, una de ellas es realizar reuniones periódicas para discutir temas importantes, metas, estrategias, etc. Aquellas reuniones dan un punto positivo, ya que permite tener una comunicación cara a cara con los socios y el intercambio directo de

ideas y opiniones. Además, utilizan plataformas digitales como WhatsApp para informar a los socios sobre eventos, decisiones, entre otros, siendo así que les permite tener un entorno abierto donde los socios pueden compartir ideas y comentarios constantemente. Indicaron que esta herramienta es útil para la comunicación diaria, ya que los miembros de la asociación están informados en tiempo real.

**4. ¿De qué manera le da seguimiento al estilo de liderazgo individual de los socios?**

Realizan un seguimiento de cada socio en función de las acciones que realiza para evaluar el trabajo en equipo y la satisfacción interpersonal. Además, sus actitudes y comportamientos también son observados y evaluados durante la asistencia a las reuniones mensuales para crear un ambiente de trabajo con una buena visión para mejorar.

**5. ¿Qué acciones o iniciativas han implementado para promover una cultura de servicio al cliente y mejorar la atención brindada?**

Indicaron que implementan medidas como reuniones regulares para discutir y evaluar la calidad del servicio al cliente. Por medio de estas reuniones, los socios tienen la oportunidad de compartir experiencias y aportar ideas de cómo mejorar la atención. Asimismo, ha habido ocasiones en las que han invertido en la mejora de la infraestructura de las carretas de barquitos, de esa forma buscan la manera de estar presentables y limpias. A través de estas mejoras proporcionan una experiencia efectiva.

**6. ¿Cuáles son las principales fortalezas y debilidades de la asociación en cuanto al comportamiento organizacional y la atención al cliente?**

Las principales fortalezas es que la Asociación promueve valores como el respeto y la disciplina, lo cuales tratan de que estos se reflejen en la cultura organizacional, también las reuniones regulares que sirven para mantener una buena comunicación y que todos se mantengan informados y por último la mejora de las carretas para que los clientes tengan una experiencia agradable y cómoda. Sin embargo, las debilidades que se reflejan son que, aunque se realizan las reuniones, la falta de capacitación puede limitar al progreso continuo de los socios, de igual manera los retos en la evaluación continua, aunque se realizan las reuniones, la evaluación continua y sistemática puede ser un desafío, limitando la capacidad para identificar manejar problemas de manera proactiva.

**7. ¿De qué manera le dan seguimiento y control a la precisión de los pedidos para el mejoramiento del servicio?**



Para mejorar continuamente los servicios, escuchan activamente los comentarios de sus clientes e identifican áreas de mejora. A través de esa información les ayuda a ajustar sus procesos y procedimientos para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de sus clientes. De esa manera se pueden adaptar rápidamente y asegurar una buena experiencia en la interacción con sus clientes.

**8. ¿Qué tipo de capacitaciones o programas de desarrollo se brindan a los asociados para mejorar sus habilidades de atención al cliente?**

Actualmente no realizan capacitaciones formales o programas de desarrollo específicos para mejorar las habilidades de los socios, por el momento solo implementan las reuniones periódicas y a través de ellas comparten sus experiencias y consejos para poder mejorar la interacción, aprendiendo unos de otros en un ambiente colaborativo.

**9. ¿Cómo se fomentan valores como el trabajo en equipo, el respeto y la colaboración entre los miembros de la asociación?**

Mencionaron que, a través de las reuniones, espacios de diálogo abierto y apoyo mutuo sirven para crear un ambiente positivo y productivo dentro de la Asociación, en el que los valores son vividos y se aplican diariamente por todos los miembros.

**10. ¿Qué retos o desafíos enfrenta actualmente la directiva en cuanto a la gestión del comportamiento organizacional y la mejora de la atención al cliente?**

Revelaron que los retos y desafíos que enfrentan incluye la falta de capacitaciones formales, la consistencia en la implementación de protocolos, establecer un sistema eficaz y continuo para evaluar el comportamiento, en ciertas ocasiones la adaptación al cambio, los recursos limitados y en ocasiones el compromiso de los socios.

## Análisis de datos de las encuestas

A continuación, se describen los resultados de la encuesta realizada virtualmente a los socios y clientes de la Asociación de Cevicheros mediante el enlace correspondiente que se brinda a cada uno de ellos, después de aplicar el respectivo instrumento de recolección de información. Además, se obtuvo información relevante para sostener este trabajo de investigación.

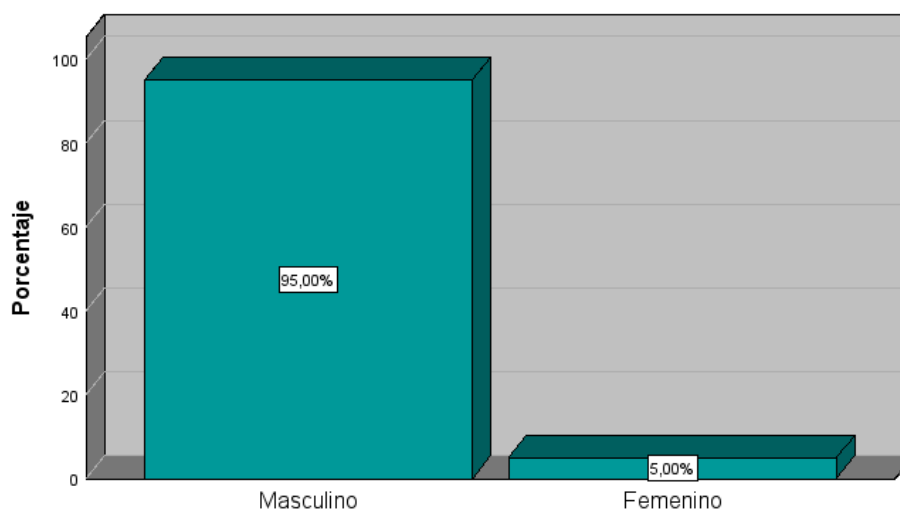
### 1. Género

**Tabla 2** *Género de los encuestados*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	19	95%
Femenino	1	5%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Identificación de género de los socios encuestados

**Figura 1** *Género de los encuestados*



*Nota:* Identificación de género de los socios encuestados

Mediante la información obtenida de la encuesta realizada, se puede observar que la **tabla 2** y **figura 1** muestran los datos de identificación de género de los socios, los cuales indican que el 95% son de género masculino y el 5% son de género femenino, aquellos son quienes pertenecen a la asociación de cevicheros de la comuna Montañita,

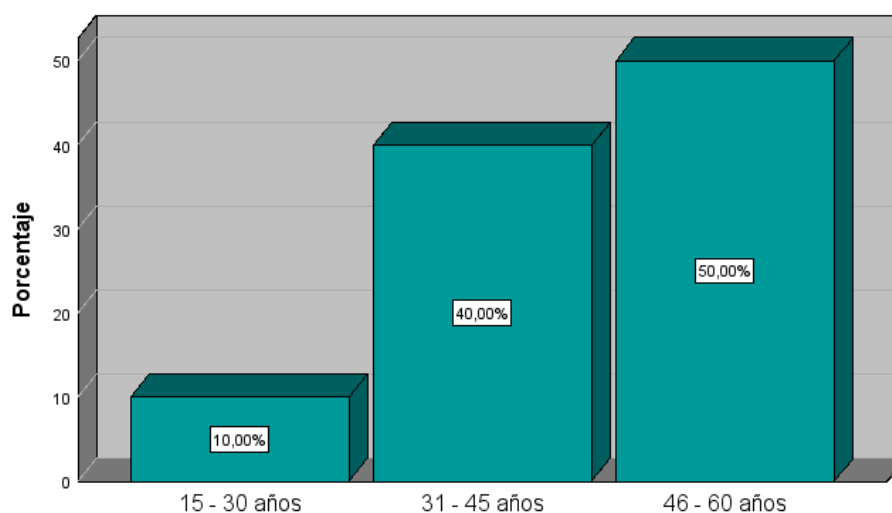
## 2. Edad

**Tabla 3** Edad de los encuestados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
15 - 30 años	2	10%
31 - 45 años	8	40%
46 - 60 años	10	50%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información de los socios

**Figura 2** Edad de los encuestados



*Nota:* Información en porcentaje de los socios

De acuerdo con la información proporcionada por la **tabla 3** y **figura 2**, la mayoría de los participantes encuestados se encuentran en el intervalo de edades comprendido entre 46 a 60 años contando con el 50%, seguido por el 40% lo que corresponde al intervalo de edades de 31 a 45 años, siendo así que en el intervalo de edades entre 15 a 30 años está interpretado por el 10%, lo que nos da a entender que gran parte de los socios que pertenecen a la Asociación de Cevicheros cuentan con la edad de entre 46 a 60 años.

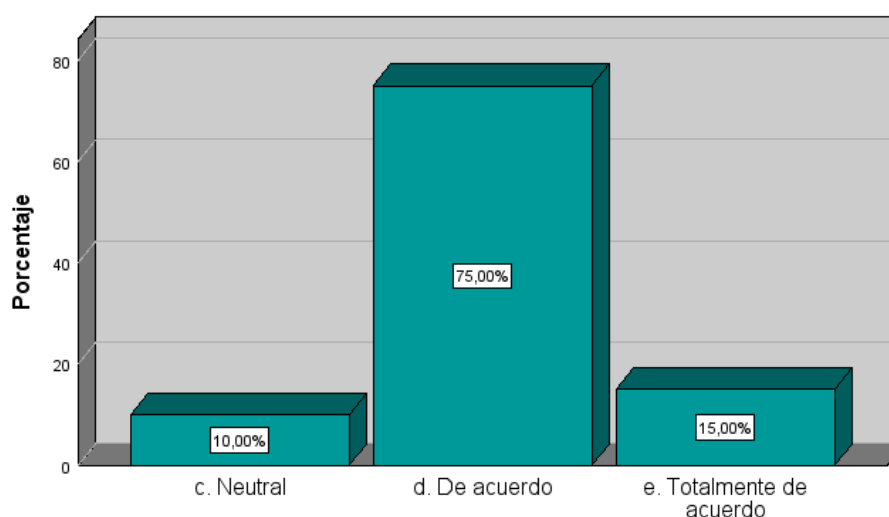
**3. ¿Considera usted que la asociación promueve valores como el respeto, la honestidad y el trabajo en equipo?**

**Tabla 4** Valores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Neutral	2	10%
De acuerdo	15	75%
Totalmente de acuerdo	3	15%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información de la encuesta realizada a los socios

**Figura 3** Valores



*Nota:* Información en porcentajes de la encuesta realizada a los socios

De acuerdo con la información proporcionada por la **tabla 4** y **figura 3**, los resultados muestran que hasta el 90% de los encuestados, entre 75% de acuerdo y 35% totalmente de acuerdo, indican que la mayoría de los socios sienten que la asociación promueve valores fundamentales como el respeto, la honestidad y el trabajo en equipo, lo que significa que las iniciativas y prácticas actuales para inculcar estos valores están funcionando bien y son visible para la mayoría de los miembros. Sin embargo, el 10% se mostró neutral, indicando áreas potenciales de mejora, lo que sirve como señal de que hay áreas donde la asociación puede mejorar o reforzar sus esfuerzos para asegurar que todos los asociados sientan que los valores están siendo promovidos consistentemente.

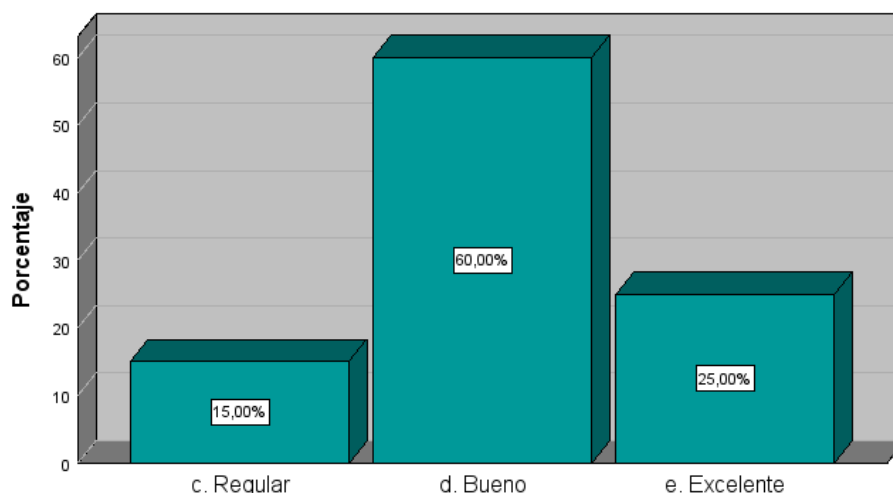
#### 4. ¿Cómo calificaría el estilo de liderazgo ejercido por la directiva de la asociación?

**Tabla 5** *Estilo de liderazgo*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Regular	3	15%
Bueno	12	60%
Excelente	5	25%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información de encuesta realizada a los socios

**Figura 4** *Estilo de liderazgo*



*Nota:* Datos en porcentajes de la encuesta realizada a los socios

Mediante la información proporcionada por la **tabla 5** y **figura 4**. Los resultados muestran una valoración positiva del estilo de liderazgo por parte de la directiva, en el que el 60% lo califica como muy bueno y el 25% excelente, lo que muestra que hay un alto nivel de satisfacción y aprobación general. Indicando que la directiva cumple con sus funciones de manera efectiva, lo que infunde confianza y motivación en los miembros de la asociación. Por otro lado, un 15% lo califica como regular, lo que pueden indicar que algunos socios sienten que la gestión podría mejorar en ciertas áreas, o que no tienen una opinión firme sobre el tema. De igual manera, que puede deberse a una falta de visibilidad de la gestión sobre las acciones o a la percepción de que ciertas áreas necesitan más atención.

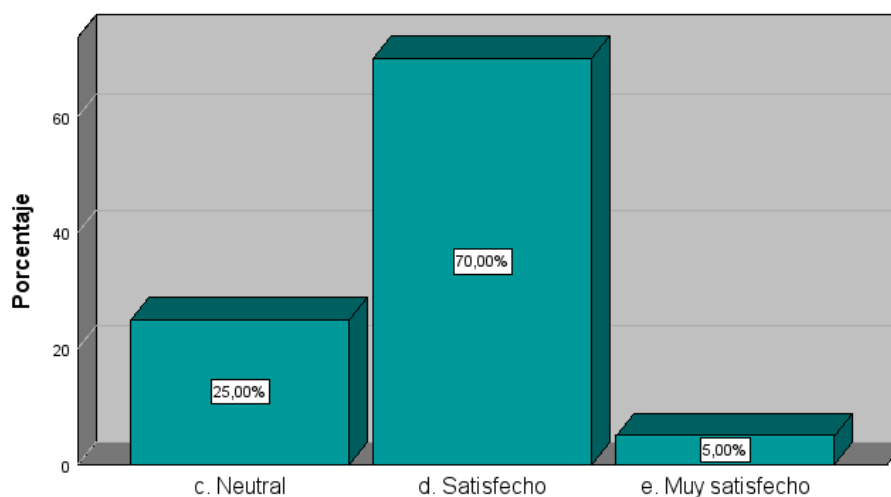
**5. ¿Qué tan satisfecho está con la capacidad de la Junta Directiva para involucrar a los socios en el proceso de toma de decisiones?**

**Tabla 6** *Comunicación de la directiva*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Neutral	5	25%
Satisfecho	14	70%
Muy satisfecho	1	5%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información acerca de la capacidad de la Junta Directiva

**Figura 5** *Comunicación de la directiva*



*Nota:* Datos en porcentajes de la encuesta realizada a los socios

De acuerdo con la información proporcionada por la **tabla 6** y **figura 5**. Los resultados muestran que una parte de los socios con un 70% están satisfechos, y por otro lado con un 5% están muy satisfechos, lo que indica que la Junta Directiva involucra a los socios en el proceso de toma de decisiones. Sin embargo, un 25% se mantuvo neutral en su evaluación, lo que indica áreas de mejora en la participación de los miembros y la consideración de decisiones que impactan a la Asociación.

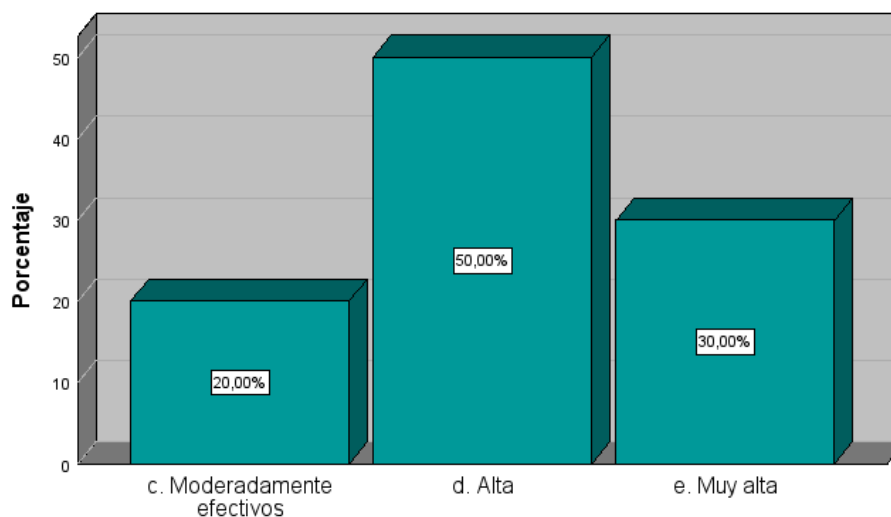
**6. ¿Qué tan efectivos son los canales de comunicación interna para mantener a los socios informados sobre actividades, eventos y toma de decisiones importantes?**

**Tabla 7** Comunicación interna

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Moderadamente efectivos	4	20%
Alta	10	55%
Muy alta	6	35%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información acerca de la comunicación interna

**Figura 6** Comunicación interna



*Nota:* Datos en porcentajes acerca de la comunicación interna

A través de la información proporcionada por la **tabla 7** y **figura 6**. Los resultados muestran que el 80% de los encuestados, entre el 50% y 30% indican que es positivo para informar a los socios sobre actividades, eventos y decisiones importantes. Aunque el 20% las califica como moderadamente efectivas, lo que indica un margen de mejora en la comunicación interna.

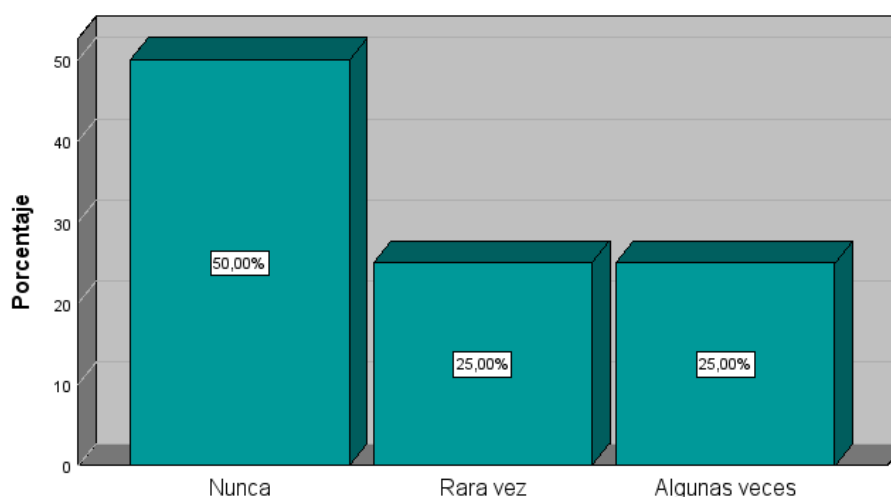
## 7. ¿Con qué frecuencia comete errores en la toma o entrega de pedidos a los clientes?

**Tabla 8** *Precisión y entrega de pedidos*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	50%
Rara vez	5	25%
Algunas veces	5	25%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información acerca de la medida de la comunicación

**Figura 7** *Precisión y entrega de pedidos*



*Nota:* Datos en porcentajes acerca de la medida de la comunicación

Por medio de la información proporcionada por la **tabla 8** y **figura 7**. Los resultados reflejan que el 50% de los socios no presenta errores al recibir pedidos o entregar los pedidos al cliente, lo que refleja el alto nivel de precisión del servicio y atención. Lo que significa que los procesos que aplican para gestionar los pedidos son eficientes y están bien implementados. Mientras que un 25% indicaron que rara vez cometen errores, lo que sugiere que, aunque los errores son raros, ocurren de vez en cuando. Esto puede ser útil para identificar áreas donde el servicio se puede mejorar aún más. Por otro lado, otro 25% dio a conocer que algunas veces cometen errores, lo que demuestra que en ciertos momentos la precisión puede fallar.



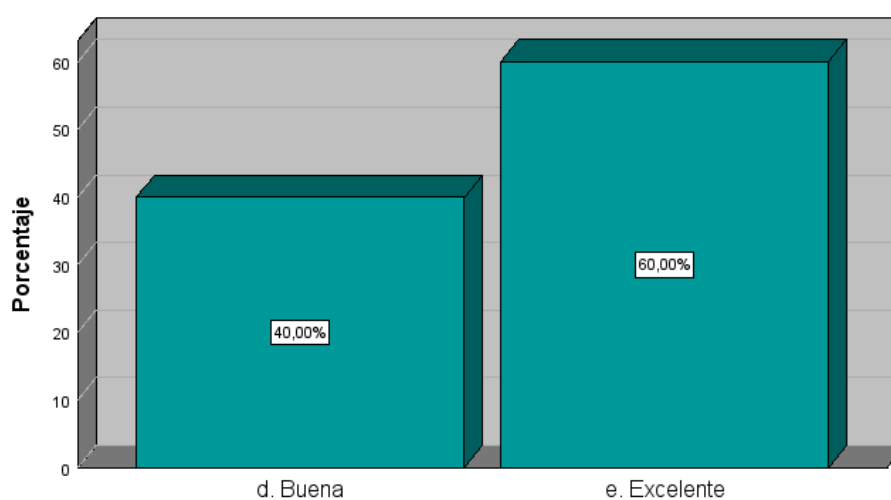
## 8. ¿Cómo calificaría usted la calidad del servicio que brinda a sus clientes?

**Tabla 9** *Precisión en el pedido*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Buena	8	40%
Excelente	12	60%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información acerca de la medida de la comunicación

**Figura 8** *Precisión en el pedido*



*Nota:* Datos en porcentaje acerca de la medida de la comunicación

De acuerdo con la información proporcionada por la **tabla 9** y **figura 8**. Los resultados reflejan una percepción muy positiva, ya que todos los socios calificaron como buena y excelente la calidad del servicio brindado a los clientes. Este resultado demuestra que los clientes reciben un servicio de calidad caracterizado por una atención amable y eficiente y la precisión de los pedidos. Lo que da a entender que la satisfacción del cliente es una prioridad para cada socio y esto refleja en críticas positivas.

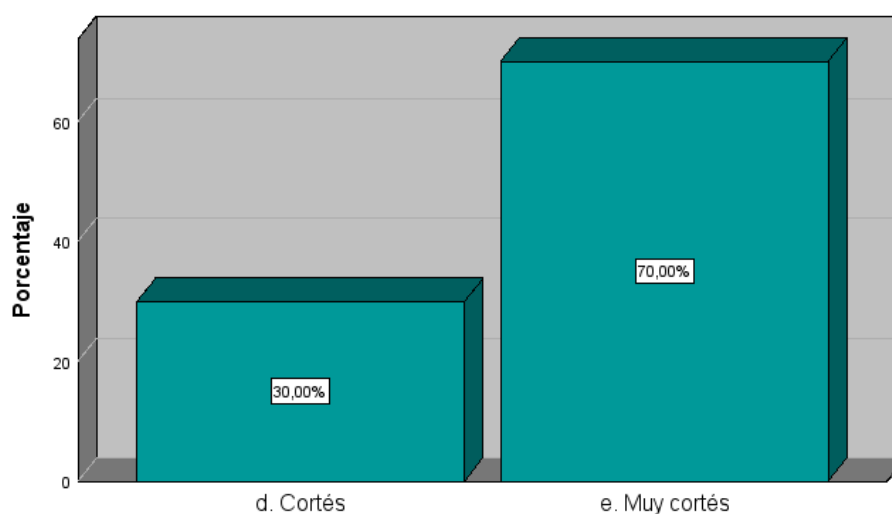
### 9. ¿Qué tan amable y cortés es usted con el trato que reciben sus clientes?

**Tabla 10** Amabilidad del personal

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Cortés	6	30%
Muy cortés	14	70%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información acerca de la amabilidad de los socios con sus clientes

**Figura 9** Amabilidad del personal



*Nota:* Datos en porcentajes acerca de la amabilidad de los socios con sus clientes

Por medio de la información proporcionada por la **tabla 10** y **figura 9**. Los datos muestran una percepción positiva de la amabilidad y cortesía en el trato con los clientes, donde el 100% de los encuestados lo considera muy cortés (entre el 70%) y cortés con un 30%. Estos resultados resaltan un aspecto fundamental del servicio al cliente e indican que los socios consideran importante tratar a los clientes con amabilidad y respeto, de tal manera brindar un servicio de calidad y el cliente pueda volver.

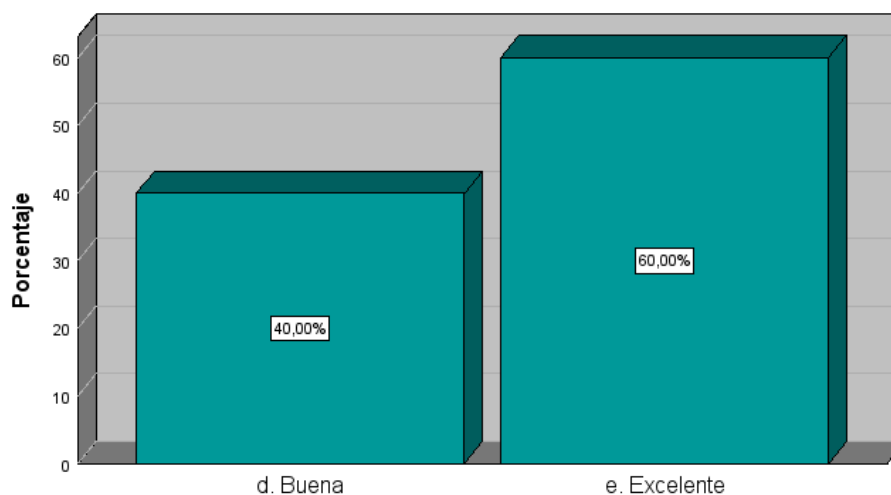
**10. ¿Cómo califica su capacidad para brindar soluciones satisfactorias y oportunas a los problemas que enfrentan sus clientes?**

**Tabla 11** *Soluciones satisfactorias*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Buena	8	40%
Excelente	12	60%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información acerca de la encuesta realizada

**Figura 10** *Soluciones satisfactorias*



*Nota:* Datos en porcentajes de los encuestados

De acuerdo con la información proporcionada por la **tabla 11** y **figura 10**. Se observa que la mayoría de los socios calificaron como buena y excelente la capacidad de brindar soluciones satisfactorias a los problemas que se presentan. Esto demuestra que la asociación se destaca en la resolución de problemas de manera efectiva, asegurando que las inquietudes del cliente se resuelvan de manera rápida y adecuada.

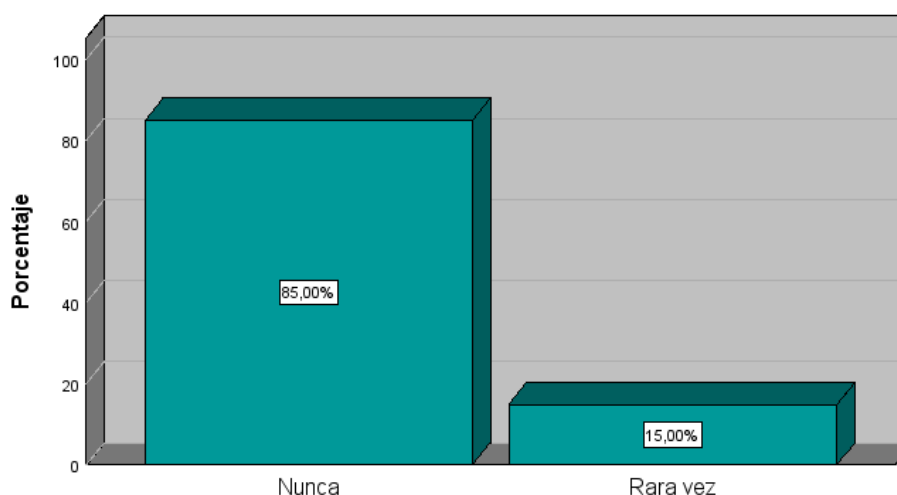
### 11. ¿La directiva brinda capacitaciones o programas de desarrollo para mejorar sus habilidades de atención al cliente?

**Tabla 12** Capacitaciones para mejorar el servicio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	17	85%
Rara vez	3	15%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información sobre los encuestados

**Figura 11** Capacitaciones para mejorar el servicio



*Nota:* Datos en porcentaje de los encuestados

A través de la información proporcionada por la **tabla 12** y **figura 11**. Los resultados reflejan que el 85% de los encuestados indican que la directiva no brinda capacitaciones o programas de desarrollo para que los socios puedan mejorar sus habilidades en lo que respecta la atención al cliente, mientras que el 15% indican que es rara la vez que realizan este tipo de acciones.

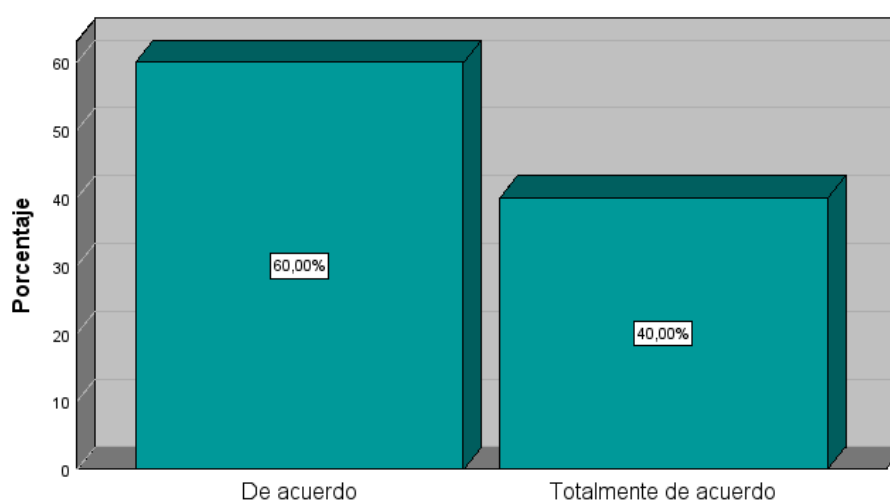
**12. ¿Considera necesario que la directiva brinde capacitaciones o programas de desarrollo para mejorar sus habilidades de atención al cliente?**

**Tabla 13** *Brindar capacitaciones*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	12	60%
Totalmente de acuerdo	8	40%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información sobre los encuestados

**Figura 12** *Brindar capacitaciones*



*Nota:* Datos en porcentajes de los encuestados

De acuerdo con la información proporcionada por la **tabla 13** y **figura 12**. Los resultados muestran que todos los socios, tanto el 60% que está de acuerdo como el 40% totalmente de acuerdo, indicaron que es necesario que brinden capacitaciones, esto les ayuda a seguirse formando, de tal manera puedan superarse y brindar un servicio que supere mucho más las expectativas de los clientes.

## Análisis de encuesta a los clientes

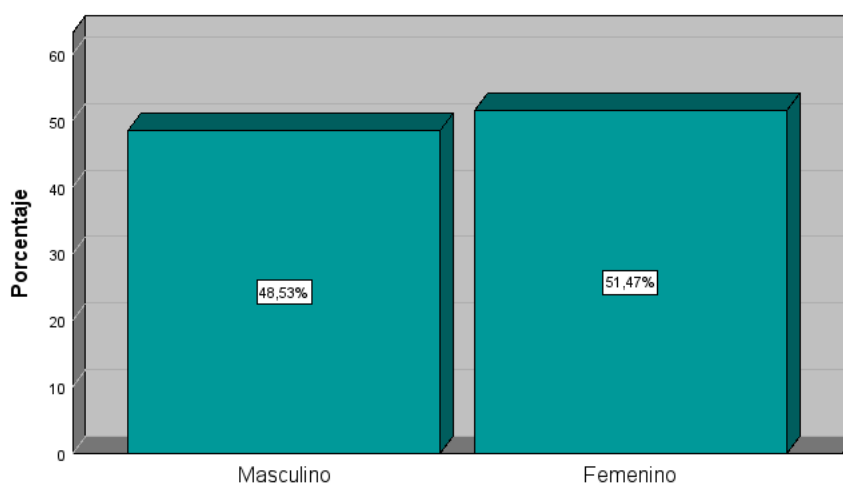
### 1. Género

**Tabla 14** Género de los encuestados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	182	48,4%
Femenino	197	51,3%
Total	375	99,7%
Perdidos	1	0,3%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Identificación de género de clientes encuestados

**Figura 13** Género de los encuestados



*Nota:* Identificación de género de clientes encuestados

Mediante la información obtenida de la encuesta realizada, se puede observar que la **tabla 14 y figura 13** se muestran los datos de identificación de género de los clientes que fueron encuestados, los cuales indican que el 48,53% son de género masculino y el 51,47% son de género femenino, quienes en su momento han sido consumidores de ceviches de la Asociación en estudio de la comuna Montañita.

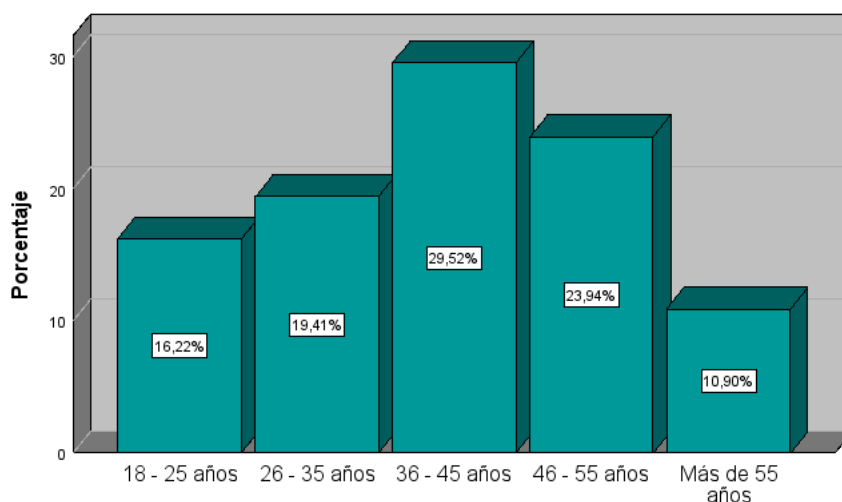
## 2. Edad

**Tabla 15** Edad de los clientes encuestados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
18 - 25 años	61	16,2%
26 - 35 años	73	19,4%
36 - 45 años	111	29,5%
46 - 55 años	90	23,9%
Mas de 55 años	41	10,9%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información de los clientes

**Figura 14** Edad de los clientes encuestados



*Nota:* Información en porcentaje de los clientes

De acuerdo con la información proporcionada por la **tabla 15** y **figura 14**, la mayoría de los participantes encuestados se encuentran en el intervalo de edades comprendido entre 36 a 45 años contando con el 29,52%, seguido por el 23,94% lo que corresponde al intervalo de edades de 46 a 55 años, siendo así que en el intervalo de edades entre 26 a 35 años está interpretado por el 19,41%, mientras que el 16,22% son de edad de entre los 18 a 25 años, lo que nos indica que una menor parte de los clientes tienen más de 55 años en adelante.

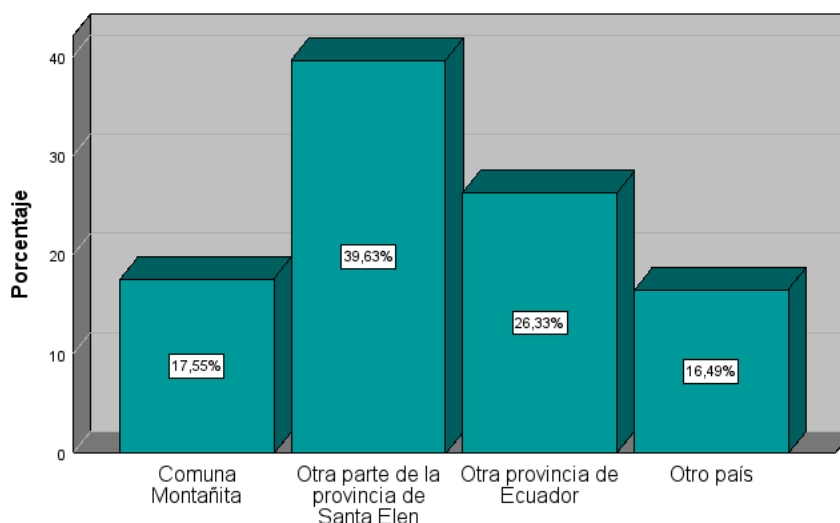
### 3. ¿En dónde reside?

**Tabla 16** Clientes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Comuna Montañita	66	17,6%
Otra parte de la provincia de Santa Elena	149	39,6%
Otra provincia de Ecuador	99	26,3
Otro país	362	16,5%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información de la encuesta realizada a clientes

**Figura 15** Clientes



*Nota:* Información en porcentajes de la encuesta realizada a los clientes

De acuerdo con la información proporcionada por la **tabla 16** y **figura 15**, los resultados muestran que hasta el 39,63% de los encuestados pertenecen a otra parte de la provincia de Santa Elena, lo que indica que en su mayoría los clientes que degustan del ceviche son de lugares diferente de la provincia. Por otro lado, el 26,33% indica que pertenecen a otra provincia de Ecuador, seguido por un 17,55% que pertenecen a la comunidad de Montañita y son clientes de los cevicheros, mientras que un parte reflejado por el 16,4% son clientes que pertenecen a otro país. Lo que demuestra que en su mayoría los clientes que degustan del ceviche son de diferentes lugares.



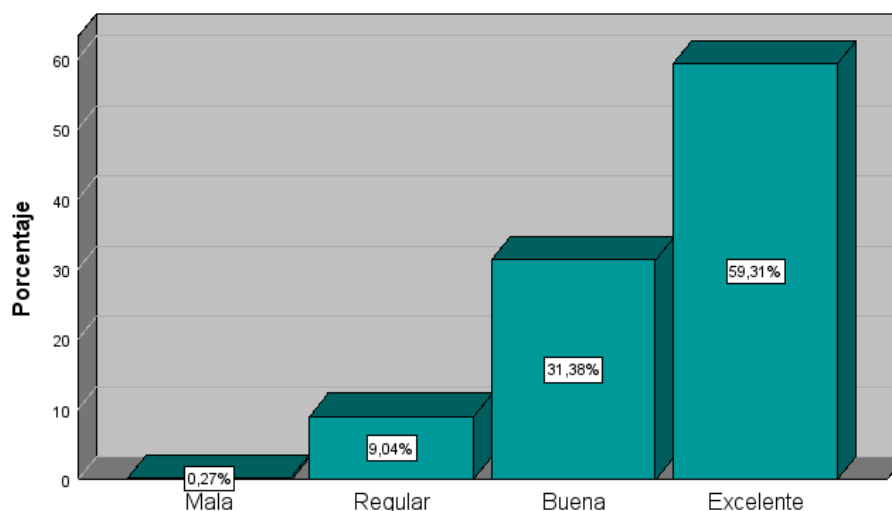
#### 4. ¿Cómo calificaría la calidad del servicio recibido?

**Tabla 17** *Calidad del servicio*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mala	1	0,3%
Regular	34	9,0%
Buena	118	31,4%
Excelente	223	59,3%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información de encuesta realizada a los clientes

**Figura 16** *Calidad del servicio*



*Nota:* Datos en porcentajes de la encuesta realizada a los clientes

Mediante la información proporcionada por la **tabla 17** y **figura 16**. Los resultados muestran un porcentaje alto con el 59,31%, lo cual indica que en su mayoría la calidad de servicio que les han brindado los cevicheros es excelente, seguido por el 31,38% que lo calificó como buena, y un porcentaje inferior con el 9,04% que demostró que la calidad del servicio que han recibido no ha sido tan buena, lo cual indica que hay áreas en el que se puede mejorar para brindar un servicio de calidad.

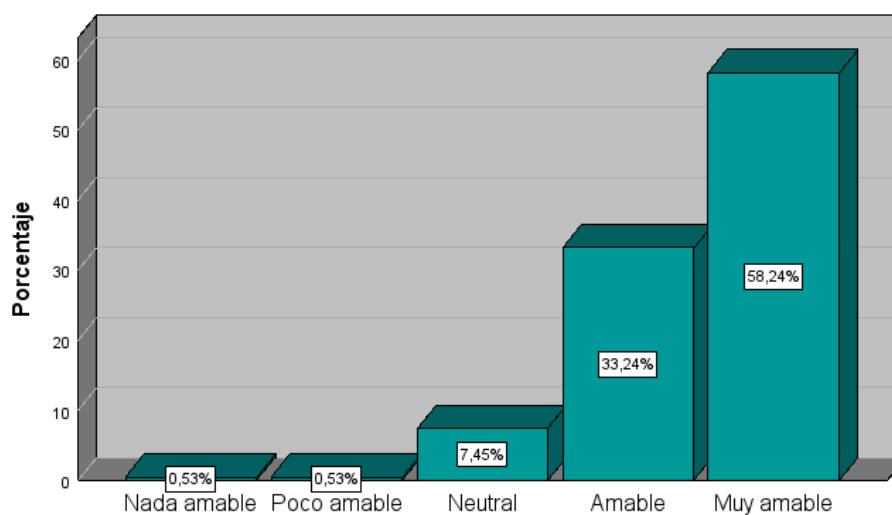
## 5. ¿Qué tan amable y cortés fue el cevichero quién le atendió?

**Tabla 18** Amabilidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nada amable	2	0,5%
Poco amable	2	9,5%
Neutral	28	7,4%
Amable	125	33,2%
Muy amable	219	58,2%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información de encuesta realizada a los clientes

**Figura 17** Amabilidad



*Nota:* Datos en porcentajes de la encuesta realizada a los clientes

A través de la información proporcionada por la **tabla 18** y **figura 17**. Los resultados muestran qué tan amable ha sido el trato que han recibido por parte del cevichero en donde degustó el ceviche, en el que el 58,24% indicó que han sido muy amables, otra parte indicó que han sido amables reflejado por el 33,24%. Un porcentaje inferior con el 7,45% demostró que la amabilidad recibida por parte del cevichero es neutral, es decir el trato no ha sido tan bueno como esperaba, y un pequeño porcentaje demostró que han sido poco amables.

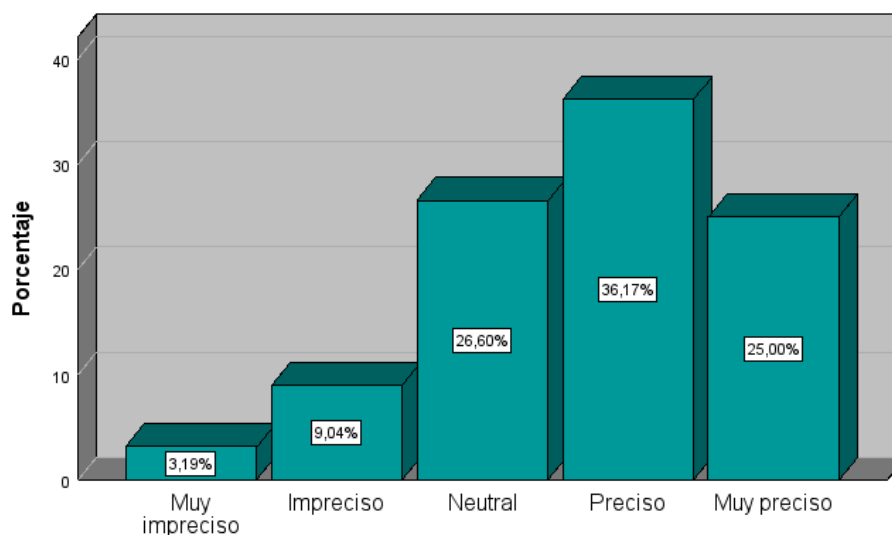
## 6. ¿Qué tan preciso fue el pedido que recibió en comparación con lo ordenado?

**Tabla 19** Precisión en el pedido

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy impreciso	12	3,2%
Impreciso	34	9,0%
Neutral	100	26,6%
Preciso	136	36,2%
Muy preciso	94	25,0%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información de encuesta realizada a los clientes

**Figura 18** Precisión en el pedido



*Nota:* Datos en porcentajes de la encuesta realizada a los clientes

Por medio de la **tabla 19** y **figura 18** se refleja que la mayoría de los encuestados con un 62,77% respondió que el pedido recibido ha sido preciso y muy preciso. Esto demuestra que los cevicheros tienen una buena precisión en el procesamiento de pedidos. Sin embargo, un porcentaje significativo de encuestados con un 12,23% indicó que el pedido que recibieron fue impreciso o muy impreciso. Esto refleja que hay margen de mejora en la precisión del proceso de pedidos. Además, es importante tener en cuenta que el 19,4% de los clientes encuestados dieron a conocer que su pedido fue neutral. Esto sugiere que algunos clientes no tienen una opinión clara sobre la precisión del pedido, lo que puede ser señal de que la directiva de la asociación no implementa estrategias en base a la precisión que debe tener cada cevichero.

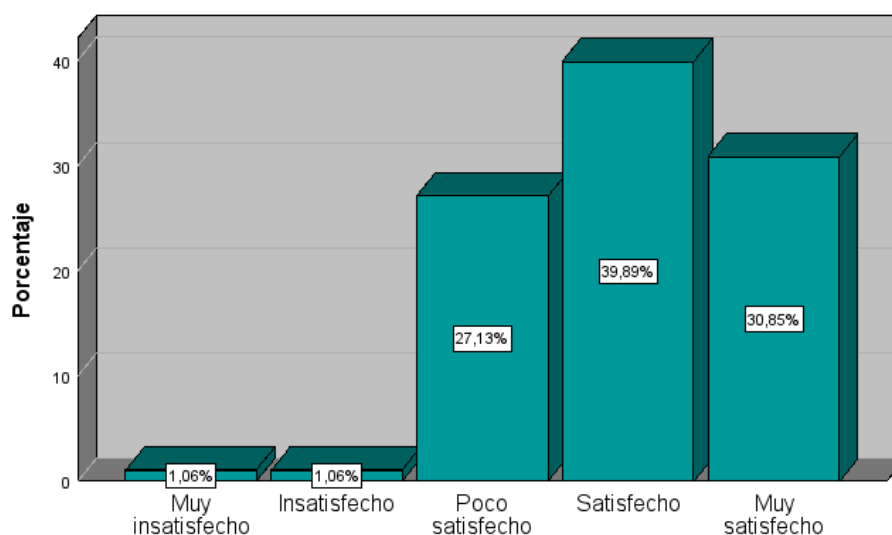
## 7. Si tuvo algún problema o inconveniente, ¿qué tan satisfecho quedó con la solución brindada?

**Tabla 20 Solución**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	4	1,1%
Insatisfecho	4	1,1%
Poco satisfecho	102	27,1%
Satisfecho	150	39,9%
Muy satisfecho	116	30,9%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información de encuesta realizada a los clientes

**Figura 19 Solución**



*Nota:* Datos en porcentajes de la encuesta realizada a los clientes

Mediante la **tabla 20** y **figura 19** se refleja que la mayoría de los encuestados indicaron que algunos de los cevicheros tienen un buen desempeño en cuanto a la satisfacción con las soluciones que brindan, en el que se refleja que un 70,8% están satisfechos o muy satisfechos. Sin embargo, el 27,13% de los clientes indican que están poco satisfechos, y en su minoría con un 2,12% están insatisfechos lo que significa que hay oportunidad de mejorar para que los clientes se sientan cómodos y se lleven un buen concepto del servicio brindado.

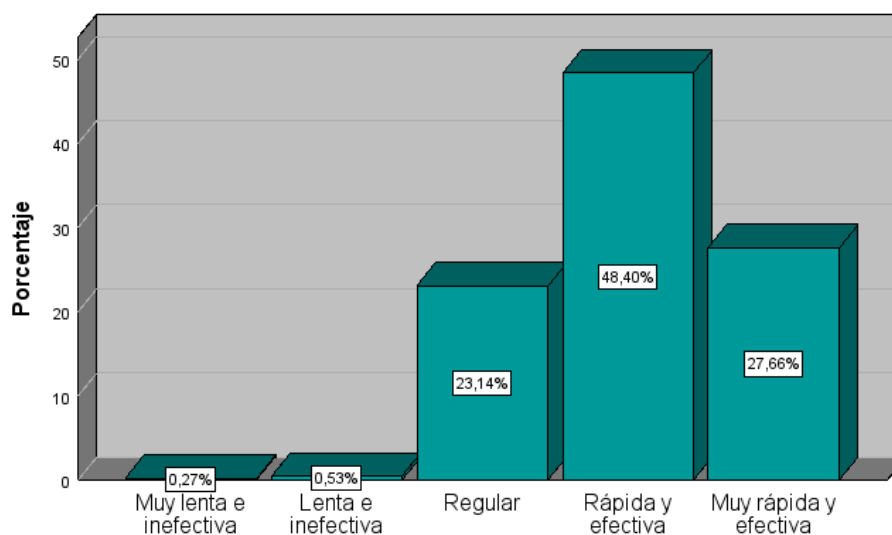
## 8. ¿Qué tan rápida y efectiva fue la respuesta del cevichero ante cualquier solicitud o problema?

**Tabla 21** Efectividad de respuesta

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy lenta e inefectiva	1	0,3%
Lenta e inefectiva	2	0,6%
Regular	87	23,1%
Rápida y efectiva	182	48,4%
Muy rápida y efectiva	104	27,7%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información de encuesta realizada a los clientes

**Figura 20** Efectividad de respuesta



*Nota:* Datos en porcentajes de la encuesta realizada a los clientes

Mediante la **tabla 21** y **figura 20** se reflejan los resultados de la encuesta, en el que el 48,40% y 27,66% dio a conocer que la respuesta fue rápida y efectiva ante la solicitud o problema que se presentó, por lo tanto, da a entender que varios de los cevicheros tienen la habilidad de buscar solución rápidamente y brindarle un buen servicio al cliente. Sin embargo, un 23,14% indicó que la respuesta que se les brindó fue regular, y otro porcentaje reflejado entre el 0,53 y 0,27% mostraron que es lenta la respuesta ante la solicitud o problema que se les ha presentado, por tal razón se necesita mejorar.

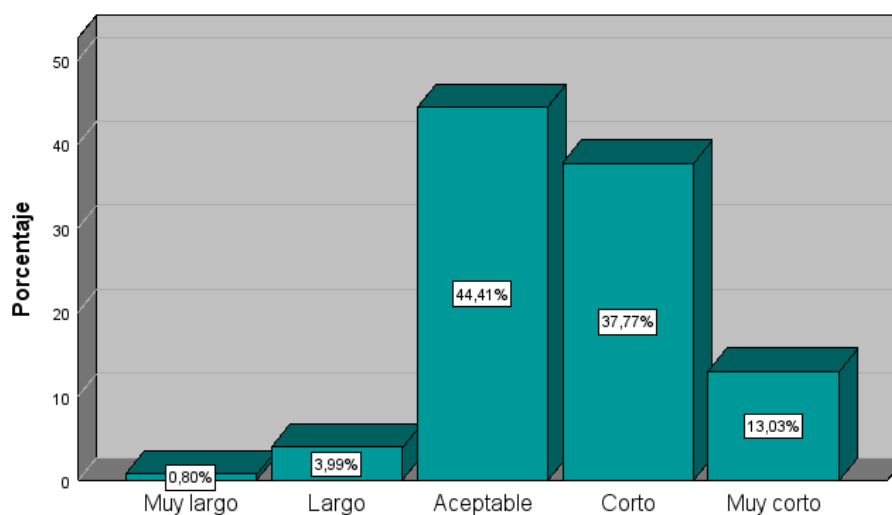
## 9. ¿Cómo calificaría el tiempo de espera para ser atendido y recibir su pedido?

**Tabla 22** Satisfacción ante la solución

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy largo	3	0,8%
Largo	15	4,0%
Aceptable	167	44,4%
Corto	142	37,8%
Muy corto	49	13,0%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información de encuesta realizada a los clientes

**Figura 21** Satisfacción ante la solución



*Nota:* Datos en porcentajes de la encuesta realizada a los clientes

De acuerdo con la información proporcionada por la **tabla 22** y **figura 21** se refleja que en su mayoría de los clientes encuestados calificaron que es aceptable el tiempo de espera para ser atendido y recibir su pedido con un 44,41%. Por otro lado, el 50,8% indicó que el tiempo de espera es corto y muy corto, lo cual es favorable ya que saben manejar los tiempos. Sin embargo, un 4,79% de los clientes demostraron que los tiempos de espera son largos y muy largos, lo que significa que hay varios cevicheros que deben mejorar esa parte para brindar un excelente servicio.

## Discusión

Las técnicas e instrumentos de recolección de información permitieron conocer los puntos de vista de los socios y clientes de la Asociación de Cevicheros sobre el comportamiento organizacional y atención al cliente. De esta manera se pudieron contrastar las perspectivas de ambas partes.

Posterior a aquello, es necesario responder a la siguiente pregunta de investigación que se planteó en la formulación del problema: *¿De qué manera el comportamiento organizacional incide en la atención al cliente de la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena?* La Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita tiene diferentes desafíos y oportunidades en cuanto al comportamiento organizacional y la atención al cliente. Con base a las entrevistas y las encuestas, se ha identificado una serie de fortalezas, áreas de mejora y percepciones que son cruciales para comprender y mejorar la dinámica interna y la satisfacción del cliente.

Mediante la entrevista realizada a los miembros de la directiva de la Asociación de Cevicheros, indicaron que promueven valores importantes como el respeto y la disciplina. Aquellos valores se reflejan en los comportamientos diarios de los socios a través de mecanismos de seguimiento continuo y retroalimentación directa. Aunque a través de la encuesta realizada a los socios indicaron que la mayoría están de acuerdo con estos valores, algunos manifestaron desacuerdos y señalan áreas donde se puede mejorar la integración y la acción conjunta de estos valores.

Por otro lado, se conoció el estilo de liderazgo que llevan los miembros de la directiva, el cual es colaborativo y participativo, de igual manera, para la toma de decisiones importantes a través de reuniones periódicas. No obstante, la mayoría de los socios quienes integran esta asociación evaluaron positivamente este enfoque, pero algunos de ellos indicaron opiniones negativas, sugiriendo que podría conducir a una mayor transparencia o participación en la toma de decisiones.

A través de los instrumentos aplicados, se pudo conocer que la comunicación interna se realiza principalmente a través de reuniones periódicas y el uso de plataforma digital, el en que la mayoría de los miembros encuentran útiles estos métodos. Sin embargo, se identificaron problemas de comunicación claros y consistentes y esta es un área que se podría mejorar para

asegurar una comunicación eficiente entre los socios y que se mantengan informados en todo tiempo sin excluir a nadie.

Actualmente, la Asociación de Cevicheros no ofrece capacitaciones formales ni programas de desarrollo específicos para mejorar las habilidades de servicio al cliente. La mejor continua se basa en el aprendizaje a través de las reuniones y las experiencias compartidas entre socios. A pesar de ello, los resultados indicaron que en su gran mayoría están utilizando buenas prácticas, y que otros indicaron que falta optimar, por tal motivo la implementación de programas estructurados puede mejorar la calidad del servicio.

Por medio de las encuestas realizadas a los clientes, se identificó que la calidad del servicio que brindan es altamente valorada, siendo la mayoría de las calificaciones buenas y muy buenas. Pocos indicaron el servicio como promedio. Los consumidores mostraron satisfacción con las soluciones ofrecidas a los problemas presentados, pero un porcentaje menor las consideró como neutral. Se valora mucho la precisión en la toma y entrega de pedidos y la mayoría de los clientes informan que los errores son pocos frecuentes. Esto demuestra una alta capacidad de gestión y un fuerte enfoque en la calidad del servicio brindado.

El seguimiento a la empatía y el trato personal los socios hacia los clientes se realizan mediante las reuniones periódicas y evaluaciones directas basadas en comentarios de los clientes. Este enfoque ha sido eficaz para mantener un alto nivel de servicio al cliente. La mayoría de los socios creen que los miembros de directiva realizan un buen trabajo, aunque esto se podría mejorarse introduciendo sistemas de retroalimentación más estructurados para identificar áreas específicas de mejora.

Los clientes aprecian la rapidez y efectividad de la respuesta a sus solicitudes o problemas, en su mayoría son rápidas y eficientes. Sin embargo, algunos clientes dijeron que la respuesta fue neutral, es decir inconsistentes y otro pequeño porcentaje indicaron que los tiempos de espera son largos. Aunque el retraso es aceptable, estos resultados indican una oportunidad para optimizar los tiempos de respuesta y garantizar que se las interacciones sean percibidas como eficientes.

Los principales desafíos identificados incluyen la necesidad de mejorar la comunicación interna e implementar capacitación formal. Aunque la percepción general es buena, existe la necesidad de mejorar la cohesión entre los socios y lograr que todos los valores que promueve la Asociación se pongan en práctica de la misma manera. Además, optimizar los tiempos de respuesta y garantizar una visión consistente de la calidad del servicio son áreas clave a abordar.



La investigación realizada por Chévez (2024) con el tema “*El Comportamiento organizacional y atención al cliente de la Asociación de trabajadores Autónomos Mario Falconi Yépez del cantón Jipijapa*” identificó que la falta de estrategias claras de comportamiento organizacional conduce a la insatisfacción entre los socios y a un comportamiento negativo relacionado con el entorno de la asociación y, por tanto, con el servicio al cliente. En contraste, la Asociación de Cevicheros ha logrado tener altas calificaciones en la calidad del servicio, aunque la mayoría de las respuestas indican que el servicio es bueno y satisfactorio, los mismos desafíos enfrenta por la falta de programas de capacitación y desarrollo.

Ambos estudios resaltan la importancia de implementar estrategias efectivas de comportamiento organizacional para mejorar el servicio al cliente. El trabajo realizado por Chévez indica que es importante considerar acciones para mejorar el comportamiento organizacional para aumentar la satisfacción del cliente y optimizar el desempeño general de las relaciones. De manera similar, en el trabajo de estudio realizado, se valoraron sus habilidades de comunicación y resolución de problemas, pero por medio de la participación en programas de capacitación fortalecerá estas áreas. Los resultados sugieren que la adopción en una estrategia de gestión definida y la formación de socios de mejora continua, así como el trabajo por Chévez, es importante para lograr la satisfacción del cliente y consolidar el éxito de la asociación.

La investigación realizada sobre el comportamiento organizacional y atención al cliente en la Asociación de Cevicheros se utilizó el método deductivo, inductivo, bibliográfico y estadístico, en donde estos permitieron obtener resultados significativos que se pueden comparar con el trabajo realizado por Gómez (2022) que lleva como título “*El Comportamiento organizacional y atención al cliente caso Asociación de propietarios de triciclos 23 de septiembre, 2021*”. Ambos estudios aplicaron el instrumento de entrevista y encuesta para obtener una visión integral de su entorno organizacional y su influencia en el servicio al cliente.

En el trabajo realizado sobre la asociación de cevicheros, los resultados mostraron que, aunque en su mayoría de los miembros y clientes calificaron la calidad del servicio como buena, todavía hay un área que necesita atención, especialmente para la comunicación y el desarrollo de habilidades. Además, la investigación sobre la asociación de propietarios de triciclos, se encontró debilidades en la comunicación y actitudes relacionadas con la satisfacción del cliente.

Ambos estudios resaltan la importancia de implementar estrategias efectivas de comportamiento organizacional para mejorar el servicio al cliente. La falta de programas de capacitación formal se refleja en la necesidad de que la Asociación de cevicheros realicen reuniones periódicas y establezcan procedimientos de servicio para mantener los estándares de calidad. La relación entre un buen ambiente de trabajo y un servicio al cliente de calidad puede verse por dos razones. Adoptar mejorar técnicas de comunicación y fortalecer el trabajo en equipo son esenciales para garantizar un ambiente de trabajo positivo y eficiente, que permita un servicio al cliente de alta calidad.

Las investigaciones muestran la necesidad de desarrollar e implementar continuamente estrategias de gestión que no sólo mejoren el ambiente de trabajo, sino que también aumenten la satisfacción del cliente, lo cual es importante para el crecimiento económico y la sostenibilidad de la asociación.

## ***Propuesta***

Mejora del Comportamiento Organizacional y la Atención al cliente en la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena.

### **1. Introducción**

El presente trabajo detalla una propuesta para la implementación de acciones encaminadas a mejorar el comportamiento organizacional y la atención al cliente de la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita. Esto surgió como respuesta al tercer objetivo del estudio, que busca determinar las acciones necesarias para alcanzar dichos fines.

### **2. Justificación**

Los resultados de la investigación revelaron que, aunque la mayoría de los socios y clientes califican la calidad del servicio como buena, aún quedan importantes áreas de mejora cruciales, especialmente en la comunicación interna y el desarrollo de habilidades específicas. La implementación de esta propuesta es fundamental para asegurar la sostenibilidad y el éxito de la asociación a largo plazo, fortaleciendo la relación con los clientes y mejorando el clima organizacional.

### **3. Objetivos de la propuesta**

#### **Objetivo General**

Mejorar el comportamiento organizacional y la atención al cliente en la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita.

#### **Objetivos Específicos**

- Fortalecer la comunicación interna entre los miembros de la Asociación
- Desarrollar habilidades específicas de servicio al cliente en los socios
- Implementar un sistema de evaluación continua para el monitoreo del comportamiento organizacional y la satisfacción del cliente
- Fomentar una cultura organizacional basada en valores como el respeto, la honestidad y el trabajo en equipo.

### **4. Estrategias y acciones propuestas**

#### **Fortalecimiento de la comunicación interna**

- **Acción:** Implementación de reuniones mensuales obligatorias para que todos los socios discutan estrategias, objetivos y desarrollos importantes.
- **Acción:** Creación de un boletín informativo digital para mantener a los miembros actualizados sobre eventos, decisiones y oportunidades
- **Acción:** Utilización de plataformas de comunicación interna para promover la colaboración y el intercambio de ideas.

#### **Desarrollo de habilidades específicas de Atención al cliente**

- **Acción:** Organizar talleres anuales sobre habilidades de atención al cliente, manejo de quejas y resolución de problemas.
- **Acción:** Implementación de un programa de mentoría en el que los asociados con experiencia guíen a los nuevos miembros o en prácticas de atención al cliente.

#### **Evaluación continua del comportamiento organización y satisfacción del cliente**

- **Acción:** Realizar encuestas trimestrales de satisfacción del cliente para recopilar comentarios sobre el servicio brindado.
- **Acción:** Establecer un sistema de evaluación interna donde los socios puedan autoevaluarse y recibir comentarios significativos.
- **Acción:** Analizar los datos recopilados cada seis meses para identificar áreas de mejora y crear un plan de acción específico.

#### **Fomento de una cultura organizacional positiva**

- **Acción:** Desarrollar un mensaje de valor que incluya respeto, honestidad y cooperación que será compartido con los socios.
- **Acción:** Fortalecer las relaciones entre socios mediante la realización de actividades trimestrales de formación.
- **Acción:** Reconocer a los socios que demuestren comportamientos positivos consistentes con los valores de la asociación.

## 5. Presupuesto

Concepto	Costo unitario (USD)	Costo estimado (USD)
Boletín informativo digital	\$ 10	\$ 200
Plataforma de comunicación interna	\$15	\$ 300
Talleres semestrales	\$ 25	\$ 500
Programa de mentoría	\$ 20	\$ 400
Encuestas trimestrales	\$ 15	\$ 300
Sistema de evaluación interna	\$ 25	\$ 500
Análisis de datos	\$25	\$500
Actividades de formación	\$ 10	\$200
Reconocimiento y recompensa	\$ 20	\$ 400
<b>Total</b>		<b>\$ 3.300</b>

*Nota:* Presupuesto

## 6. Cronograma

Actividad	Me s 1	Me s 2	Me s 3	Me s 4	Me s 5	Me s 6	Me s 7	Me s 8	Me s 9	Me s 10	Me s 11	Me s 12
Boletín informativo digital	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Plataforma de comunicación interna	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Talleres semestrales			x					x				
Programa de mentoría	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Encuestas trimestrales			x			x			x			x
Sistema de evaluación interna	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Análisis de datos			x					x				x
Actividades de formación		x				x			x			x
Reconocimiento y recompensa		x				x			x			x

*Nota:* Cronograma

## **7. Evaluación y monitoreo**

La efectividad de esta propuesta se evaluará mediante una revisión periódica de los resultados de las encuestas de satisfacción del cliente y un sistema interno de evaluación y análisis de datos. Se realizarán informes semestrales para pedir el progreso y ajustar las estrategias según sea necesario.

## **8. Conclusión**

Al implementar estas acciones, el comportamiento organizacional y la atención al cliente de la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, mejorarán significativamente. Estas actividades no sólo contribuirán al desarrollo económico de cada socio, sino que también garantizará servicios de alta calidad que satisfagan las expectativas de los clientes y creen un buen entorno de trabajo.

## Conclusiones

Se diagnosticó la situación actual del comportamiento organizacional de la asociación y del servicio al cliente, en el que se confirmó que en su mayoría de los socios y clientes calificaron la calidad del servicio como buena. Sin embargo, se identificaron áreas de mejora, en particular la comunicación interna y el desarrollo de habilidades específicas de los socios relacionadas con la eficiencia y satisfacción del cliente.

Por otro lado, se identificaron los elementos que impactan el comportamiento organizacional y la atención al cliente en la Asociación. La falta de programas formales de capacitación y una estructura de comunicación más sólida se destacó como un factor crítico. Y debido a la ausencia de capacitación sistemática ha llevado a una dependencia de reuniones periódicas y procedimientos establecidos para mantener los estándares de servicio.

Para determinar las acciones que se pueden implementar para mejorar el comportamiento organizacional y la atención al cliente de la Asociación de Cevicheros, se concluyó que es esencial fortalecer las estrategias de comunicación y establecer programas de capacitación y continuidad para los socios. Aunque actualmente no existen capacitaciones formales, la implementación de reuniones periódicas y creación de protocolos de servicio han sido pasos en la dirección correcta. Fomentar una cultura organizacional basada en valores como el respeto, la honestidad, la disciplina y el trabajo en equipo es crucial para mejorar el ambiente del ambiente laboral y, por ende, la calidad del servicio al cliente.

El análisis reveló que un comportamiento organizacional positivo tiene un impacto directo y significativo en la atención al cliente. La mejora de la comunicación interna y la formación continua de los socios son acciones esenciales para elevar los estándares de servicio y satisfacer las expectativas de los clientes, asegurando así el éxito y la sostenibilidad de la Asociación.

## **Recomendaciones**

Basándonos en los hallazgos de la investigación, para mejorar el comportamiento organizacional y el servicio al cliente, se recomienda a la directiva de la asociación establecer programas de capacitación formal y continua para los socios. Estos programas deben centrarse en desarrollar habilidades específicas de atención al cliente, técnicas de comunicación efectiva y fomento del trabajo en equipo. Al implementar estos programas asegurará que los socios puedan brindar un servicio de alta calidad, aumentando la satisfacción del cliente.

Fortalecer los canales de comunicación interna es esencial para comprender las tendencias que influyen en el comportamiento organizacional y la atención al cliente. Esto se puede lograr haciendo un buen uso de plataformas digitales y realizando reuniones periódicas bien estructuradas. Al mejorar la comunicación interna, ayudará a coordinar actividades y garantizar que todos los socios estén alineados con los objetivos y estrategias de la asociación, reduciendo malentendidos y mejorando la gestión.

Además, es importante fomentar una cultura organizacional basada en valores como el respeto, disciplina, honestidad y el trabajo en equipo. Esto se puede hacer a través de programas y actividades que refuercen estos principios. Promover estos valores creará un ambiente de trabajo positivo y productivo, lo que repercutirá positivamente en la calidad del lugar de trabajo de cada socio y la satisfacción del cliente.

Por último, se recomienda realizar encuestas periódicas a clientes y socios para obtener comentarios continuos y evaluar la eficacia de las acciones implementadas. Estos estudios permitirán identificar de forma inmediata las áreas que necesitan mejora y que puedan adaptarse a las necesidades y expectativas de los clientes. Estas recomendaciones no solo ayudarán a mejorar el comportamiento organizacional y la atención al cliente de la Asociación de Cevicheros, sino que también brindará oportunidades para un crecimiento continuo y éxito a largo plazo. Estas medidas son fundamentales para elevar los estándares de servicio, satisfacer las expectativas de los clientes y asegurar la estabilidad y sostenibilidad de la Asociación de Cevichero de la comuna Montañita.



## Bibliografía

- Alvarado, R. (25 de Mayo de 2021). *Clima organizacional y satisfacción del cliente interno de los trabajadores, Grupo ARES - 2020*. Obtenido de Clima organizacional y satisfacción del cliente interno de los trabajadores, Grupo ARES - 2020: [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9132/4/IV\\_FCE\\_309\\_TI\\_Alvarado\\_Sanchez\\_2021.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9132/4/IV_FCE_309_TI_Alvarado_Sanchez_2021.pdf)
- Cañeque, M. (2017). El nuevo liderazgo. En M. Cañeque, *El nuevo liderazgo* (págs. 17-224). Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Chávez, V. (10 de Enero de 2024). *Comportamiento organizacional y atención al cliente de la Asociación de trabajadores Autónomos Mario Falconi Yépez del cantón Jipijapa*. Obtenido de Comportamiento organizacional y atención al cliente de la Asociación de trabajadores Autónomos Mario Falconi Yépez del cantón Jipijapa: <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/5984>
- Constitución de la República del Ecuador. (07 de Mayo de 2011). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/01-constituciondel2008-actualizacion-2011.pdf>
- Crespo, F. (2017). Métodos estadísticos. En C. A. F., *Métodos estadísticos: ejercicios resueltos y teoría* (págs. 4-44). Valencia: Universitat Politècnica Valencia.
- Dávila, G. (2012). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y. *Laurus*, 7-27.
- Espinoza, W. (19 de Septiembre de 2019). *El comportamiento organizacional y la atención al cliente del mercado Virgen de las Mercedes de la ciudad de Juliaca periodo - 2018*. Obtenido de El comportamiento organizacional y la atención al cliente del mercado Virgen de las Mercedes de la ciudad de Juliaca periodo - 2018: [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/12083/Espinoza\\_Cahuana\\_Wilfredo\\_Oliver.pdf?sequence=1](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/12083/Espinoza_Cahuana_Wilfredo_Oliver.pdf?sequence=1)
- Faustino, & Cárdenas. (2015). *Deducción, inducción, analogía y reducción*. Obtenido de Deducción, inducción, analogía y reducción. Ejemplificación y aplicación introductoria en la investigación científica en las ciencias sociales.: <https://investigacionmetodologicacardenas.net/deduccion-induccion-analogia/>

- Georg, K. (2023). La atención y la entrega. En G. Kühlewind, *La atención y la entrega* (págs. 41-148). España: Editorial Antroposófica.
- Gómez Luna, E. (03 de Abril de 2014). *Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de*. Obtenido de DYNA: <https://www.redalyc.org/pdf/496/49630405022.pdf>
- Gómez, I. (2009). Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). En I. Gómez, *Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave)* (págs. 3-19). Santa Fe, Argentina: El Cid Editor | apuntes.
- Gómez, K. (24 de Mayo de 2022). *El Comportamiento organizacional y atención al cliente caso Asociación de propietarios de triciclos 23 de septiembre, 2021*. Obtenido de El Comportamiento organizacional y atención al cliente caso Asociación de propietarios de triciclos 23 de septiembre, 2021: <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3819/1/TESIS%20-%20KATIUSCA%20GOMEZ%20PARRALES.pdf>
- Jaume, A., Marina, R., & Roca, X. (2014). Comunicación interna en la empresa. En A. Jaume, R. Marina, & X. Roca, *Comunicación interna en la empresa* (pág. 164). Barcelona: Editorial UOC.
- LEY ORGANICA DE COMUNICACION*. (20 de Febrero de 2019). Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR*. (13 de Octubre de 2011). Obtenido de [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento\\_Ley-Org%C3%A1nica-Defensa-Consumidor.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento_Ley-Org%C3%A1nica-Defensa-Consumidor.pdf)
- LEY ORGÁNICA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA*. (10 de Mayo de 2011). Obtenido de [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-02/Documento\\_Ley-Org%C3%A1nica-Econom%C3%ADa-Popular-Solidaria.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-02/Documento_Ley-Org%C3%A1nica-Econom%C3%ADa-Popular-Solidaria.pdf)
- López, L. (2016). *Cultura organizacional: entre el individualismo y el colectivismo*. Tolima: Sello Editorial Universidad del Tolima.
- Marín, L. (21 de Julio de 2015). *La nueva comunicación*. Obtenido de La nueva comunicación: <https://elibro.net/es/ereader/upse/34391?page=410>

- Mateos de Pablo Blanco, M. Á. (02 de Febrero de 2019). *Calidad de servicio y Atención al Cliente (2a. ed.)*. Obtenido de *Calidad de servicio y Atención al Cliente (2a. ed.)*: [https://books.google.com.ec/books?id=0VcpEAAAQBAJ&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=0VcpEAAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s)
- Pérez, M. (02 de Febrero de 2022). *Calidad de servicio y Atención al cliente*. Obtenido de *Calidad de servicio y Atención al cliente (2a. ed.)*: <https://elibro.net/es/ereader/upse/113201>
- Quiroz, G. (2020). Cultura organizacional y cambio: reflexiones y discusiones desde la psicología organizacional. En E. Quiroz González, J. J. Vesga R., & M. García-Rubiano, *Cultura organizacional y cambio: reflexiones y discusiones desde la psicología organizacional* (págs. 24-189). Colombia: Universidad Católica de Colombia.
- Ramos, P. (2010). Atención al cliente. En P. R. Ramos, *Atención al cliente* (págs. 5-120). Perlego: Editorial ICB.
- Romero, R. (08 de Junio de 2011). *Comportamiento organizacional*. Obtenido de *Comportamiento organizacional: nuevos retos*: <https://elibro.net/es/ereader/upse/76054>
- Ruiz, O. (2017). *Liderazgo*. Obtenido de *Liderazgo*: <https://www.google.com.ec/books/edition/Liderazgo/WoUzzAEACAAJ?hl=es>
- Serrano, Y. (2022). Comportamiento organizacional. En Y. Serrano, *Comportamiento organizacional* (págs. 21-443). Higuey: Universidad Abierta para adultos (UAPA).
- Stein, E. (2023). Sobre el problema de la empatía. En E. Stein, *Sobre el problema de la empatía* (págs. 23-144). Madrid, España: Editorial Trotta, S.A.
- Torres, J. (30 de Julio de 2022). *El poder de los valores: cómo construir una cultura organizacional*. Obtenido de *El poder de los valores: cómo construir una cultura organizacional*: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaufg/218362>
- Vargas, M. (01 de Abril de 2014). *Calidad del servicio*. Obtenido de *Calidad y servicio. Concepto y herramientas EBOOK*: <https://www.casadellibro.com.co/ebook-calidad-y-servicio-concepto-y-herramientas-ebook/9789586487290/2544735>
- Vilanova, R. (01 de Enero de 2004). *Gestión de la clientela: la manera de conseguir y retener clientes rentables*. Obtenido de Casa del Libro. *Gestión de la clientela. :*

<https://www.casadellibro.com/libro-gestion-de-la-clientela-la-manera-de-conseguir-y-retener-cliente-s-rentables/9788473563680/943914>

Zabala, J. (2021). Secretos de liderazgo efectivo. En J. Zabala, *Secretos de liderazgo efectivo* (págs. 22-264). México: CONECTA.

## Apéndice

### Apéndice 1 Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Comportamiento Organizacional y Atención al Cliente, Caso Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2023	<p><b>Formulación del problema</b></p> <p>¿De qué manera el comportamiento organizacional impacta en la atención al cliente de la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Analizar de qué manera el comportamiento organizacional impacta en la atención al cliente en la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena.</p>	Comportamiento organizacional	Cultura organizacional	Valores	<p><b>Enfoque:</b> Mixto</p> <p><b>Alcance:</b> Exploratorio Descriptivo</p> <p><b>Métodos:</b> Deductivo, inductivo, bibliográfico, estadístico</p> <p><b>Población-Muestra:</b> Socios de la Asociación de Cevicheros</p> <p><b>Técnicas:</b> Entrevista y encuesta</p> <p><b>Instrumentos:</b> Guía de entrevista Cuestionario Encuesta</p>
	<p><b>Sistematización del problema</b></p> <p>¿Cuál es la situación actual del comportamiento organizacional y atención al cliente en la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita?</p> <p>¿Cuáles son los elementos que impactan en el comportamiento organizacional y la atención al cliente en la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita?</p> <p>¿Qué acciones se pueden implementar para mejorar el comportamiento organizacional y la atención al cliente en la Asociación de Cevicheros?</p>	<p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Diagnosticar la situación actual del comportamiento organizacional y atención al cliente en la Asociación de cevicheros de la comuna Montañita.</p> <p>Identificar los elementos que impactan el comportamiento organizacional y atención al cliente en la Asociación de cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena.</p> <p>Determinar las acciones que se pueden implementar para mejorar el comportamiento organizacional y atención al cliente en la Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita.</p>		Atención al cliente	Calidad del servicio	
				Empatía y trato personal	Amabilidad del personal	
				Resolución de problemas	Efectividad de la solución	

## Apéndice 2 Solicitud de aprobación del tema



### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

#### CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio No 001 ADE-JGPM- 2024

La Libertad, 09 de Abril de 2024

Licenciado

José Xavier Tomalá Uribe, MSc.

Director de la Carrera Administración de Empresas

UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

En su despacho.-

De mi consideración:

Estimado director, informo a usted que, una vez realizada la revisión y análisis, por parte de tutor y especialista, de la propuesta de investigación para el trabajo de titulación de la estudiante Rosales Villao Isabela Johanna, del paralelo 8/2, denominado "Análisis de la cadena de suministro de la asociación de cevicheros, Montañita", se ha considerado cambiar el título del mismo por: "Comportamiento Organizacional y Atención al Cliente, Caso Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2023"

Por lo antes expuesto, solicito comedidamente la aprobación del tema modificado.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Ing. José Palacios Meléndez  
Profesor Tutor

c/c Comisión de titulación CAE  
Archivo



Eco. Félix Tigreiro  
Profesor Especialista

Isabela Rosales Villao  
Estudiante

### Apéndice 3 Solicitud de validación de instrumentos



#### Facultad de Ciencias Administrativas Administración de Empresas

La Libertad, 06 de junio de 2024

Licenciado,  
Félix Tigrero, MSc.  
Docente de la Carrera de Administración de Empresas

Reciba un cordial saludo.

Yo, **Rosales Villao Isabela Johanna** con C.I. 2450474255 estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, conocedor de su alta capacidad profesional, me permito solicitar a usted, su valiosa colaboración como experto en validación de los instrumentos de recolección de datos para su respectiva aplicación del área de competencia, importante para el desarrollo de la siguiente investigación: **"Comportamiento organizacional y atención al cliente, caso Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2023"**, trabajo presentado como requisito para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, bajo la tutoría académica del Ing. José Palacio Meléndez, MSc.

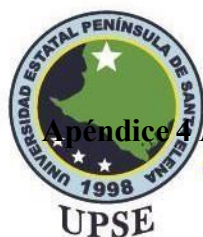
Por lo anteriormente expuesto, adjunto la matriz de consistencia y el formato de los instrumentos.

Agradeciendo de antemano su colaboración, me suscribo a usted.

Atentamente.

Isabela Johanna Rosales Villao  
C.I.: 2450474255

*UPSE, crece sin límites*



## Facultad de Ciencias Administrativas

### Apéndice 4 Informe de validación de Administración de Empresas

#### FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

##### ENCUESTA

#### 1. DATOS GENERALES:

**Título de la investigación:** “Comportamiento organizacional y atención al cliente, caso Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2023”

**Autor del instrumento:** Isabela Johanna Rosales Villao

**Nombre del instrumento:** Cuestionario (Encuesta)

#### 2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
1. CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.				X	
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					X

#### 3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- ( x ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

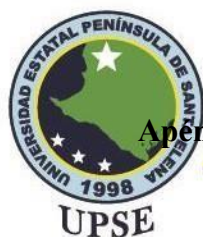
La Libertad, 06 de junio de 2024



Firmado electrónicamente por:  
**FELIX FERNANDO**  
**TIGRERO GONZALEZ**

**Firma del Experto Informante**  
**Econ. Félix Tigrero González, MSc.**





## Facultad de Ciencias Administrativas

### Apéndice 5 Informe de validación de Instrumento de Empresas

#### FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

##### ENTREVISTA

#### 4. DATOS GENERALES:

**Título de la investigación:** “Comportamiento organizacional y atención al cliente, caso Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2023”

**Autor del instrumento:** Isabela Johanna Rosales Villao

**Nombre del instrumento:** Guía de entrevista

#### 5. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
2. CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.				X	
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					X

#### 6. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (  ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 (  ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

La Libertad, 06 de junio de 2024



Firmado electrónicamente por:  
 FELIX FERNANDO  
 TIGRERO GONZALEZ

**Firma del Experto Informante**  
**Econ. Félix Tigreiro González, MSc.**

Apéndice 6 *Certificado de validación de instrumentos*



**Facultad de Ciencias Administrativas  
Administración de Empresas**

**CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE  
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:**

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: “**Comportamiento organizacional y atención al cliente, caso Asociación de Cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2023**”, planteado por el estudiante **Isabela Johanna Rosales Villao**, doy por validado los siguientes formatos presentados:

**1. Cuestionario para la Encuesta**

**2. Guía de Entrevista**

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 06 de junio de 2024



Firma digitalizada por:  
FELIX FERNANDO  
TIGRERO GONZALEZ

**Econ. Félix Tigrero González, MSc.**

Docente de la Carrera de Administración de Empresa

***UPSE, crece sin límites***



## Apéndice 7 Guía de Entrevista

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENTREVISTA



**Comportamiento Organizacional y atención al cliente, caso Asociación de cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2023**

**Objetivo:** La siguiente entrevista se realiza con el objetivo de recopilar información que complemente al trabajo de titulación denominado “Comportamiento organizacional y atención al cliente, caso asociación de cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena”. Para obtener información real, verídica y confiable del objeto de estudio se recomienda responderla con honestidad. ¡Gracias por su amabilidad!

### **Preguntas Demográficas**

**Nombre:** \_\_\_\_\_

**Cargo:** \_\_\_\_\_

**Género:**

Masculino

Femenino

**Edad:**

30 -34 años

35 – 39 años

40 – 44 años

45 – 49 años

50 años o mas

1. ¿Cuáles son los valores y principios que guían el actuar de la Asociación de Cevicheros?  
¿Cómo se promueven estos valores entre los asociados?
2. Desde su punto de vista, ¿Cuál es el estilo de liderazgo que predomina en la asociación?  
¿Cómo se toman las decisiones importantes?
3. ¿Qué mecanismos de comunicación interna se utilizan para informar a los asociados sobre aspectos operativos, objetivos, cambios, etc.? ¿Considera que la comunicación es efectiva?
4. ¿De qué manera le da seguimiento al estilo de liderazgo individual de los socios?
5. ¿Qué acciones o iniciativas han implementado para promover una cultura de servicio al cliente y mejorar la atención brindada?
6. ¿Cuáles son las principales fortalezas y debilidades de la asociación en cuanto al comportamiento organizacional y la atención al cliente?
7. ¿De qué manera le dan seguimiento y control a la precisión de los pedidos para el mejoramiento del servicio?
8. ¿Qué tipo de capacitaciones o programas de desarrollo se brindan a los asociados para mejorar sus habilidades de atención al cliente?
9. ¿Cómo se fomentan valores como el trabajo en equipo, el respeto y la colaboración entre los miembros de la asociación?
10. ¿Qué retos o desafíos enfrenta actualmente la directiva en cuanto a la gestión del comportamiento organizacional y la mejora de la atención al cliente?



## Apendice 8 Encuesta a los socios

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA



**Comportamiento Organizacional y atención al cliente, caso Asociación de cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2023.**

**Objetivo:** Recopilar información por parte de los miembros de la asociación de cevicheros de la comuna Montañita, sobre el comportamiento organizacional objeto de este estudio.

**Estimados socios de la Asociación de Cevicheros, agradezco su participación en esta encuesta para conocer ciertos factores y perspectivas sobre este tema de estudio, responda las preguntas según su criterio. ¡Gracias por su amabilidad!**

DATOS GENERALES										
GÉNERO										
Masculino					Femenino					
EDAD										
15 – 30 años			31 – 45 años			46 – 60 años			61 – 75 años	

**Instrucciones:** Lea cuidadosamente el enunciado y escoja solamente una respuesta con el que usted este de acuerdo.

Responda con la mayor sinceridad, evitando hacerlo al azar.

**Preguntas:**

**Variable 1:** Comportamiento organizacional

**Dimensión:** Cultura organizacional

**Indicador:** Valores

1. ¿En qué medida considera que la asociación promueve valores como el respeto, la honestidad y el trabajo en equipo?

- Nada
- Poco
- Algo
- Moderadamente
- En gran medida

**Dimensión:** Liderazgo

**Indicador:** Estilo de liderazgo

2. ¿Cómo calificaría el estilo de liderazgo ejercido por la directiva de la Asociación?

- Muy autoritario
- Autoritario
- Neutral
- Participativo
- Muy participativo

**Dimensión:** Comunicación

**Indicador:** Comunicación interna

3. ¿Qué tan efectiva considera que es la comunicación entre la directiva y los socios de la asociación?

- Muy ineficiente
- Ineficiente
- Neutral
- Eficiente
- Muy eficiente

4. ¿Con qué frecuencia la directiva comparte información relevante sobre los objetivos, cambios y decisiones de la asociación?

- Nunca
- Rara vez
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

**Variable 2:** Atención al cliente

**Dimensión:** Calidad del servicio

**Indicador:** Precisión en el pedido

5. ¿Con qué frecuencia comete errores en la toma o entrega de pedidos a sus clientes?

- Nunca
- Rara vez
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

6. ¿Cómo calificaría la calidad del servicio que brinda como socio a sus clientes?

- Muy mala
- Mala
- Regular
- Buena
- Muy buena

**Dimensión:** Empatía y trato personal

**Indicador:** Amabilidad del personal

7. ¿Qué tan amable y cortés es usted con el trato que reciben sus clientes?
- Nada amable ni cortés
  - Poco amable y cortés
  - Neutral
  - Amable y cortés
  - Muy amable y cortés
8. ¿La directiva brinda capacitaciones o programas de desarrollo para mejorar sus habilidades de atención al cliente?
- Nunca
  - Rara vez
  - Algunas veces
  - Frecuentemente
  - Siempre
9. ¿Considera necesario que la directiva brinde capacitaciones o programas de desarrollo para mejorar sus habilidades de atención al cliente?
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo

**Dimensión:** Resolución de problemas

**Indicador:** Efectividad de la solución

10. ¿Qué tan efectivos son los procedimientos de resolución de problemas que implementa para abordar las quejas y preocupaciones de los clientes?
- Inefectivos



Poco efectivo

Neutral

Efectivos

Muy efectivos

11. ¿Cómo calificaría su capacidad para brindar soluciones satisfactorias y oportunas a los problemas que enfrentan los clientes?

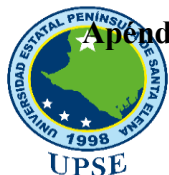
Mala

Regular

Buena

Muy buena

Excelente



## Apendice 9 Encuesta a clientes

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA



**Comportamiento Organizacional y atención al cliente, caso Asociación de cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2023.**

**Objetivo:** Recopilar información por parte de clientes de la asociación de cevicheros de la comuna Montañita

**Agradezco su participación en esta encuesta para conocer ciertos factores y perspectivas sobre este tema de estudio, responda las preguntas según su criterio. ¡Gracias por su amabilidad!**

### Instrucciones:

- Por favor, lea cada pregunta cuidadosamente y seleccione la respuesta que mejor refleje su experiencia.
- No hay respuestas correctas o incorrectas, sus respuestas honestas son muy importantes para mi trabajo de titulación.

DATOS GENERALES								
GÉNERO								
Masculino					Femenino			
EDAD								
18 – 25 años		26 – 35 años		36 – 45 años		46 – 55 años		

### Preguntas:

1. ¿En dónde reside?

Comuna Montañita

- Otra parte de la provincia de Santa Elena
  - Otra provincia de Ecuador
  - Otro país
2. ¿Cómo calificaría la calidad del servicio recibido?
- Muy mala
  - Mala
  - Regular
  - Buena
  - Excelente
3. ¿Qué tan amable y cortés fue el cevichero quién le atendió?
- Nada amable
  - Poco amable
  - Neutral
  - Amable
  - Muy amable
4. ¿Qué tan preciso fue el pedido que recibió en comparación con lo ordenado?
- Muy impreciso
  - Impreciso
  - Neutral
  - Preciso
  - Muy preciso
5. Si tuvo algún problema o inconveniente, ¿qué tan satisfecho quedó con la solución brindada?
- Muy insatisfecho
  - Insatisfecho

- Neutral
- Satisfecho
- Muy satisfecho

6. ¿Qué tan rápida y efectiva fue la respuesta del cevichero ante cualquier solicitud o problema?

- Muy lenta e inefectiva
- Lenta e inefectiva
- Regular
- Rápida y efectiva
- Muy rápida y efectiva

7. ¿Cómo calificaría el tiempo de espera para ser atendido y recibir su pedido?

- Muy largo
- Largo
- Aceptable
- Corto
- Muy corto

## Apéndice 10 Encuesta realizada a los socios

Encuesta a los Socios de la Asociación de Cevicheros   Se han guardado todos los cambios en Drive

Preguntas Respuestas **20** Configuración

20 respuestas  Ver en Hojas de cálculo

Se aceptan respuestas

Resumen Pregunta Individual

< 1 de 20 >

No se pueden editar las respuestas

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN DE CEVICHEROS DE LA COMUNA MONTAÑITA, PROVINCIA DE SANTA ELENA**


**Tema:**  
Comportamiento Organizacional y atención al cliente, caso Asociación de cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2023.

**Objetivo:**  
Recopilar información por parte de los miembros de la asociación de cevicheros de la comuna Montañita, sobre el comportamiento organizacional objeto de este estudio.


**Estimados socios de la Asociación de Cevicheros, agradezco su participación en esta encuesta para conocer ciertos factores y perspectivas sobre este tema de estudio, responda las preguntas según su criterio. ¡Gracias por su amabilidad!**

**Instrucciones:**

## Apéndice 11 Encuesta realizada a los clientes

Encuesta a clientes   Se han guardado todos los cambios en Drive

Preguntas Respuestas **376** Configuración

376 respuestas  Ver en Hojas de cálculo

Se aceptan respuestas

Resumen Pregunta Individual

< 376 de 376 >

No se pueden editar las respuestas

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA ASOCIACIÓN DE CEVICHEROS DE LA COMUNA MONTAÑITA, PROVINCIA DE SANTA ELENA**

**Objetivo:**  
Recopilar información por parte de clientes de la asociación de cevicheros de la comuna Montañita

**Agradezco su participación en esta encuesta para conocer ciertos factores y perspectivas sobre este tema de estudio, responda las preguntas según su criterio. ¡Gracias por su amabilidad!**

**Instrucciones:**

- Por favor, lea cada pregunta cuidadosamente y seleccione la respuesta que mejor refleje su experiencia.
- No hay respuestas correctas o incorrectas, sus respuestas honestas son muy importantes para mi trabajo de titulación.

## Apéndice 12 Certificado de Antiplagio



Biblioteca General

Formato No. BIB-009

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

La Libertad, 27 de junio del 2024

**002-TUTOR JGPM -2024**

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado **“Comportamiento Organizacional y Atención al Cliente, Caso Asociación de cevicheros de la comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2023”** elaborado por la estudiante Isabela Johanna Rosales Villao, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas, me permito declarar que una vez analizado en el sistema antiplagio, luego de haber cumplido con los requerimientos de valoración, el presente proyecto, se encuentra con 3% de la valoración permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente certificado.

Adjunto el reporte de análisis.

Atentamente,



Ing. Jose Palacio Meléndez, MSc.  
C.I.: 0201296639  
DOCENTE TUTOR

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador  
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131  
[www.upse.edu.ec](http://www.upse.edu.ec)



## Formato No. BIB-009 CERTIFICADO ANTIPLAGIO

### Reporte de análisis.


INFORME DE ANÁLISIS  
*magister*

### ISABELA ROSALES - TRABAJO DE TITULACIÓN

**3%**  
Textos sospechosos



**3%** Similitudes  
< 1% similitudes entre comillas  
< 1% entre las fuentes mencionadas  
**< 1%** Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: ISABELA ROSALES - TRABAJO DE TITULACIÓN.docx  
ID del documento: 1f18c21b8ee2866e5e67bbd1638facfd8d21cc5  
Tamaño del documento original: 760,77 kB

Depositante: JOSE GIOVANNI PALACIOS MELENDEZ  
Fecha de depósito: 26/6/2024  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 26/6/2024




Número de palabras: 16.497  
Número de caracteres: 108.125

Ubicación de las similitudes en el documento:



#### Fuentes de similitudes

##### Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="http://dSPACE.utb.edu.ec/bitstream/49000/1229/8/T-UTB-FQJSE-JURISP-000170.02.pdf.txt">dSPACE.utb.edu.ec</a> 28 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (414 palabras)
2	<a href="https://www.lexis.com.ec/biblioteca/ley-organica-defensa-consumidor">www.lexis.com.ec</a>   Ley Orgánica de Defensa del Consumidor   Descargar PDF Ley... 18 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (343 palabras)
3	<a href="https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3819/1/TESES - KATIUSCA GOMEZ PARRALES.pdf">repositorio.unesum.edu.ec</a> 6 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (276 palabras)


CERTIFICADO DE ANÁLISIS  
*magister*

### ISABELA ROSALES - TRABAJO DE TITULACIÓN

**3%**  
Textos sospechosos



**3%** Similitudes  
< 1% similitudes entre comillas  
< 1% entre las fuentes mencionadas  
**< 1%** Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: ISABELA ROSALES - TRABAJO DE TITULACIÓN.docx  
ID del documento: 1f18c21b8ee2866e5e67bbd1638facfd8d21cc5  
Tamaño del documento original: 760,77 kB

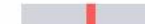
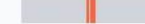

Depositante: JOSE GIOVANNI PALACIOS MELENDEZ  
Fecha de depósito: 26/6/2024  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 26/6/2024

Número de palabras: 16.497  
Número de caracteres: 108.125

Ubicación de las similitudes en el documento:



#### Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="http://dSPACE.utb.edu.ec/bitstream/49000/1229/8/T-UTB-FQJSE-JURISP-000170.02.pdf.txt">dSPACE.utb.edu.ec</a> 28 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (414 palabras)
2	<a href="https://www.lexis.com.ec/biblioteca/ley-organica-defensa-consumidor">www.lexis.com.ec</a>   Ley Orgánica de Defensa del Consumidor   Descargar PDF Ley... 18 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (343 palabras)
3	<a href="https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3819/1/TESES - KATIUSCA GOMEZ PARRALES.pdf">repositorio.unesum.edu.ec</a> 6 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (276 palabras)







