



FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA
DE POPAYÁN
35 ANIVERSARIO

**DIAGNOSTICO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL ÁREA DE VENTAS DE LA
EMPRESA DISTRITIENDA. POPAYÁN, CAUCA.**

ÁREA TEMÁTICA

Planeación y Gerencia del Talento Humano

ASTRID NAVARRO CORREA

**FUNDACION UNIVERSITARIA DE POPAYAN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DEL TALENTO HUMANO
POPAYAN, CAUCA**

2019



Sedes administrativas: Claustro San José Calle 5 No. 8-58 - Los Robles Km 8 vía al sur
Sede Norte del Cauca: Calle 4 No. 10-50 Santander de Quilichao

Popayán, Cauca, Colombia

PBX (57-2) 8320225 | www.fup.edu.co | Fundación Universitaria de Popayán





FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA
DE POPAYÁN
35 ANIVERSARIO

**DIAGNOSTICO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL ÁREA DE VENTAS DE LA
EMPRESA DISTRITIENDA. POPAYÁN, CAUCA.**

ASTRID NAVARRO CORREA

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de
Especialista en Gerencia del talento Humano**

Asesora temática

SONIA GAVIRIA ARMERO

**FUNDACION UNIVERSITARIA DE POPAYAN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DEL TALENTO HUMANO
POPAYAN, CAUCA
2019**



Sedes administrativas: Claustro San José Calle 5 No. 8-58 - Los Robles Km 8 vía al sur
Sede Norte del Cauca: Calle 4 No. 10-50 Santander de Quilichao

Popayán, Cauca, Colombia

PBX (57-2) 8320225 | www.fup.edu.co | Fundación Universitaria de Popayán





TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION

OBJETIVOS

General

Específicos

1. MARCO CONCEPTUAL Y TEORICO

1.1 MARCO CONCEPTUAL

1.2 MARCO TEORICO

2. CARACTERISTICAS GENERALES DE LA EMPRESA DISTRITIENDAS

2.1 MISION

2.2 VISION

2.3 PRINCIPIOS Y VALORES

2.4 FORTALEZAS

2.5 ORGANIGRAMA EMPRESARIAL

3. DESARROLLO DEL TRABAJO

3.1 POBLACION Y MUESTRA

4. ANALISIS

4.1 CARACTERIZACION SOCIODEMOGRAFICA

4.2.1 Adaptación

4.2.2 Motivación

5. PLAN DE ACCION

6. CONCLUSIONES

7. CRONOGRAMA

8. RECURSOS

9. REFERENCIAS

10. ANEXOS



FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA
DE POPAYÁN
35 ANIVERSARIO

**FUNDACION UNIVERSITARIA DE POPAYAN
ESPECIALIZACION GERENCIA DEL TALENTO HUMANO
SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS
ESTUDIO DE CASOS**

PROGRAMA	ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DEL TALENTO HUMANO	CÓDIGO CURSO / NCR	
SEMESTRE	OPCIÓN DE GRADO – ESTUDIO DE CASOS	PERIODO ACADÉMICO	2019-2
DOCENTE	SONIA GAVIRIA ARMERO	PERFIL DE ESTUDIOS	Mg.
NOMBRES Y APELLIDOS ESTUDIANTE(S)		CODIGO	CEDULA
1. ASTRID NAVARRO CORREA		23182030	1061736281
ESTUDIO DE CASOS – DISTRI TIENDA			
PRESENTACIÓN DE EXPERIENCIA			
Proyecto	Diagnóstico del clima organizacional del área de ventas de la empresa Distritienda, Popayán, Cauca.		
Enfoque temático	Planeación y Gerencia del Talento Humano		



INTRODUCCIÓN

Pese a las múltiples formas en las que se puede hacer referencia al trabajador, empleado etc., la evolución de los procesos organizacionales en la actualidad han adoptado una concepto que denota un valor para las organizaciones que hacen de las personas como el instrumento más importante de los procesos y el cual se denomina “Talento Humano”, este talento humano con todas sus habilidades, capacidades destrezas y motivaciones aportan a las empresas infinidad de factores que contribuyen al crecimiento de las mismas.

Para ello, la articulación, el manejo y las acciones que se propongan las organizaciones para optimizar dicho potencial humano, no es una tarea fácil; se requiere entonces ahondar en el “ser”, en sus necesidades, fortalezas, debilidades, poniéndolas en un contexto donde su desarrollo y crecimiento personal sumen a los objetivos misionales de las organizaciones de forma integral. Por lo que se afirma que “La gestión del talento humano busca el desarrollo e involucramiento del capital humano, elevando las competencias de cada persona que trabaja en la empresa (Vallejo, 2016:17).

Ahora bien, es claro entonces que el equipo humano de las empresas, será entonces la base para que las organizaciones desarrollen sus objetivos misionales, estratégicos, operacionales, tácticos etc. en distintos tiempos y momentos; sin embargo, alcanzar por parte de la empresa que dichos objetivos se cumplan a partir del empoderamiento y sentido de pertenencia por parte de sus aliados más estratégicos, “talento humano” requiere un proceso continuo motivacional, educativo, de reconocimiento y desarrollo de sus capacidades, habilidades y talentos que sean reconocidos y aporten a su crecimiento personal y la satisfacción de sus necesidades.

Por tanto, el presente trabajo busca diagnosticar el clima organizacional del área de ventas de la empresa DISTRITIENDAS por parte del equipo humano con quien desarrolla sus objetivos empresariales, que permita no solo el cumplimiento académico dentro de la Especialización, sino como un aporte significativo a los procesos que desarrolla la empresa.

En este sentido, el enfoque metodológico de esta investigación es de carácter cualitativo y analítico sobre una organización que distribuye productos alimenticios de diferentes marcas en la ciudad de Popayán. Para lograr plantear posteriormente alternativas de solución frente al objetivo



de dicha investigación, es necesario conocer la empresa, su razón de ser, sus objetivos, sus colaboradores, entre otros aspectos, que dan cuenta de la estructura organizacional.

OBJETIVOS

General: Determinar mediante un diagnóstico el clima organizacional del área de ventas de la empresa DISTRITIENDAS en la ciudad de Popayán-Cauca.

Específicos:

- Aplicar un instrumento diagnóstico que permita caracterizar la población objeto de acuerdo a variables sociodemográficas y de Clima organizacional (adaptación-motivación, sentido de pertinencia).
- Analizar los resultados obtenidos en cada una de las categorías del Instrumento aplicado del Clima Organizacional
- Establecer un plan de acción a partir del análisis de resultados del Diagnóstico que permita proponer mejoras del clima organizacional en el área de ventas de empresa DISTRITIENDAS.

1. MARCO CONCEPTUAL Y TEORICO

1.1 MARCO CONCEPTUAL

- 1.1.1 Diagnóstico Organizacional. Rodríguez (1999) define el diagnóstico como “el que plantea el problema del conocimiento, y, así, nos lleva a algunas consideraciones epistemológicas que se hacen necesarias para establecer funcionamientos de la organización y, eventualmente, recomendaciones para su cambio”.

De igual forma refiere que El diagnóstico realizado, además de describir, debe servir como un instrumento para generar o basarse en el diseño de un cambio enfocado en la organización, y deberá de cumplir los criterios y validación específica de dichas explicaciones (Rodríguez, 1999).



1.1.2 Clima Organizacional. Noboa (2011) expresa que “Llamamos clima organizacional a la percepción de los miembros de lo que ocurre en una organización. El clima organizacional al igual que el atmosférico se respira, se siente, vienen a ser aquellas actitudes y conductas que hacen a la convivencia social en la organización. Se puede decir que se percibe por los sentidos: los habrá amigables y colaborativos o también perniciosos y destructivos, o siguiendo el simil meteorológico cálido y suave, polar o tormentoso. El clima va a influir en el comportamiento de las personas, es una variable interviniente entre la estructura organizacional y la conducta. De alguna manera va a influir en la forma de sentir de los individuos respecto a la organización y a sus miembros reflejándose ello en las prácticas”.

1.1.3 La comunicación organizacional. Comprender la comunicación como un proceso permanente de transmisión y recepción de valores, actitudes, acciones e ideas, nos permite crecer y desarrollarnos como grupos y organizaciones que tienen la firme convicción de superar las adversidades y de alcanzar más dignidad en favor de la vida. La comunicación organizacional en un grupo u organización es parte del fortalecimiento y desarrollo institucional y se concreta principalmente en las acciones comunicativas que parten de los vínculos y articulaciones en y de la organización y se proyectan potenciando la práctica y visibilidad de la institución y su tarea. El comprender a la comunicación como un proceso transversal a la organización hace posible incluirla en una política institucional y no limitarla a algo meramente instrumental. (Favaro, 2006)

1.2 MARCO TEORICO

Existen algunas teorías que han sido planteadas por diferentes autores relacionadas con aspectos como la motivación, elemento que en las organizaciones empresariales infieren en los objetivos misionales y que deben ser tenidos en cuenta para el alcance de los mismos. Es así que se presentan las siguientes:

1.2.1 Teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow (Maslow, 1954) Es quizás la teoría más clásica y conocida popularmente. Este autor identificó cinco niveles distintos de necesidades, dispuestos en una estructura piramidal, en las que las necesidades



básicas se encuentran debajo, y las superiores o racionales arriba. (Fisiológicas, seguridad, sociales, estima, autorrealización). Para Maslow, estas categorías de relaciones se sitúan de forma jerárquica, de tal modo que una de las necesidades sólo se activa después que el nivel inferior está satisfecho. Únicamente cuando la persona logra satisfacer las necesidades inferiores, entran gradualmente las necesidades superiores, y con esto la motivación para poder satisfacerlas.

1.2.2 Teoría de McClelland (McClelland, 1989) McClelland enfoca su teoría básicamente hacia tres tipos de motivación: Logro, poder y afiliación:

- Logro: Es el impulso de sobresalir, de tener éxito. Lleva a los individuos a imponerse a ellos mismos metas elevadas que alcanzar. Estas personas tienen una gran necesidad de desarrollar actividades, pero muy poca de afiliarse con otras personas. Las personas movidas por este motivo tienen deseo de la excelencia, apuestan por el trabajo bien realizado, aceptan responsabilidades y necesitan feedback constante sobre su actuación
- Poder: Necesidad de influir y controlar a otras personas y grupos, y obtener reconocimiento por parte de ellas. Las personas motivadas por este motivo les gusta que se las considere importantes, y desean adquirir progresivamente prestigio y status. Habitualmente luchan por que predominen sus ideas y suelen tener una mentalidad “política”.
- Afiliación: Deseo de tener relaciones interpersonales amistosas y cercanas, formar parte de un grupo, etc., les gusta ser habitualmente populares, el contacto con los demás, no se sienten cómodos con el trabajo individual y le agrada trabajar en grupo y ayudar a otra gente.

1.2.3 Teoría de las Expectativas. El autor más destacado de esta teoría es Vroom (Vroom, 1964), pero ha sido completada por Porter-Lawler (Porter y Lawler, 1968). Esta teoría sostiene que los individuos como seres pensantes, tienen creencias y abrigan esperanzas y expectativas



respecto a los sucesos futuros de sus vidas. La conducta es resultado de elecciones entre alternativas y estas elecciones están basadas en creencias y actitudes. El objetivo de estas elecciones es maximizar las recompensas y minimizar el “dolor” (Pinder, 1985)[19]. Las personas altamente motivadas son aquellas que perciben ciertas metas e incentivos como valiosos para ellos y, a la vez, perciben subjetivamente que la probabilidad de alcanzarlos es alta. Por lo que, para analizar la motivación, se requiere conocer que buscan en la organización y como creen poder obtenerlo (Laredo). Los puntos más destacados de la teoría son (Galbraith, 1977): - Todo esfuerzo humano se realiza con la expectativa de un cierto éxito. - El sujeto confía en que si se consigue el rendimiento esperado se sigan ciertas consecuencias para él. La expectativa de que el logro de los objetivos vaya seguido de consecuencias deseadas se denomina instrumentalidad. - Cada consecuencia o resultado tiene para el sujeto un valor determinado denominado valencia. - La motivación de una persona para realizar una acción es mayor cuanto mayor sea el producto de las expectativas, por la instrumentalidad y la valencia (¿rendiré?, ¿Qué consiguiera si rindo? ¿Merece la pena? - La relación entre el esfuerzo y el rendimiento depende de dos factores: Las habilidades del sujeto y su percepción del puesto. - Cada persona tiene una cierta idea del nivel de rendimiento que es capaz de alcanzar en la tarea. - Las personas esperan que quienes realicen los mejores trabajos logren las mejores recompensas. - La fuerza de la motivación de una persona en una situación determinada equivale al producto entre el valor que la persona le asigna a la recompensa y la expectativa de su posible logro. Fuerza de la motivación = Valor de la recompensa * Probabilidad de logro.

2. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA DISTRITIENDAS

DISTRITIENDAS DEL CAUCA LTDA. Nació el 1 de abril del año 2.000, como una necesidad que se vio en la región de tener un distribuidor de productos de consumo masivo que pudiera atender a los clientes de Popayán y poblaciones del departamento del Cauca en forma eficiente, ofreciendo un portafolio de productos líderes para el canal tradicional.

Se ingresa con sistemas integrales en donde la facturación, inventarios, cartera y cuentas por pagar son manejados por mismo software.



En el área de personal se busca permanentemente mejorar el perfil, en vendedores, auxiliares y transportadores pensando siempre en nuestra razón de ser, el servicio a nuestros clientes y un adecuado funcionamiento para hacerle frente a las expectativas, desarrollos y competencias que se avecinan.

Hoy en nuestra etapa de madurez requerimos siempre el apoyo, consejos, asesorías de todos; para hacer que esta historia sea mejor cada año.

2.1 MISIÓN

Somos una empresa reconocida por el liderazgo del servicio en la comercialización de productos de consumo masivo atendiendo al mayor número de clientes del canal tradicional en el occidente colombiano.

Apoyados en una estructura organizacional simple, recurso humano empoderado y tecnología de punta, desarrollamos un trabajo planeado y direccionado hacia el cumplimiento de indicadores para satisfacción de clientes y proveedores y el logro de nuestra consolidación en el futuro.

2.2 VISIÓN

Ser en el año 2021 la empresa preferida por los clientes del canal tradicional a nivel nacional en la compra de productos de consumo masivo.

2.3 PRINCIPIOS Y VALORES

- Responsabilidad
- Honestidad
- Respeto
- Humildad
- Creyentes
- Flexibilidad Y Acción
- Innovación
- Lealtad Y Solidaridad
- Amistad



- Confianza
- Compromiso
- Justicia
- Trabajo En Equipo
- Actitud Positiva y Alegría para Cumplir

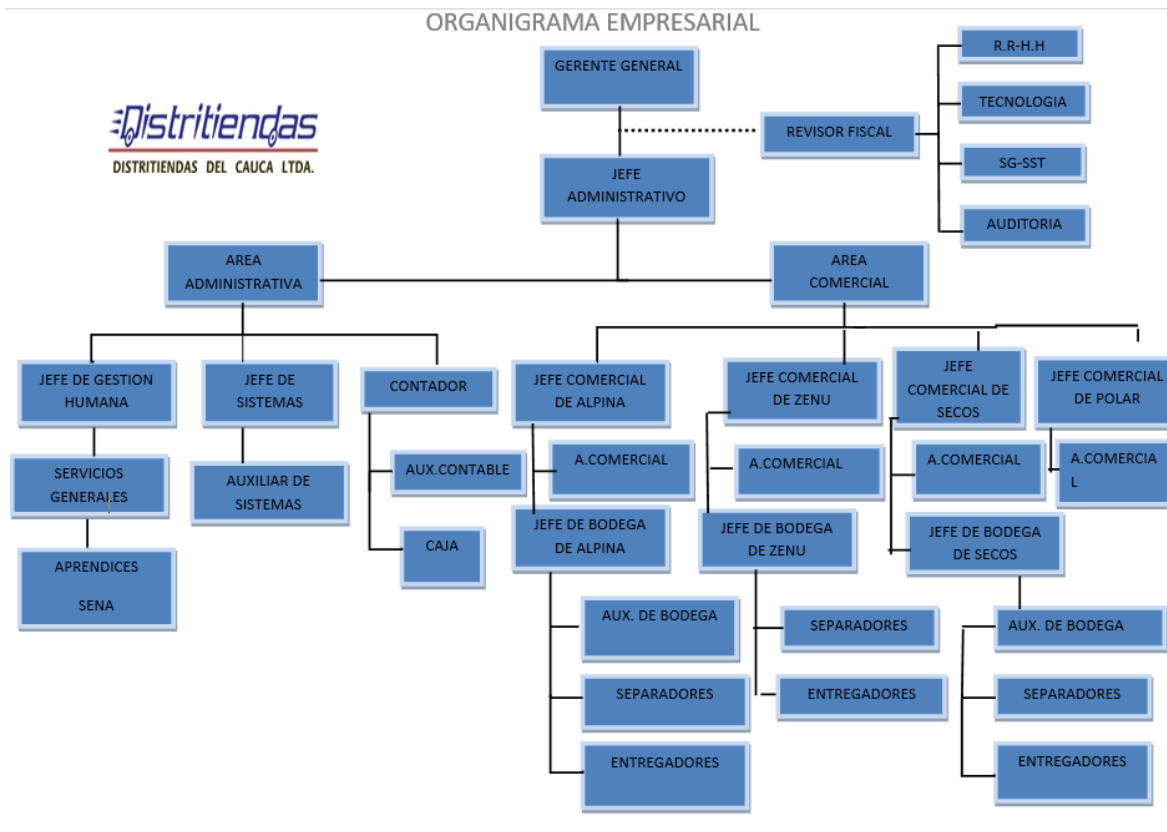
2.4 VALORES AGREGADOS

Distritiendas del Cauca Ltda. es una comercializadora de productos de consumo masivo perecederos y no perecederos en el canal tradicional; que tiene su radio de acción en el Departamento del Cauca, gracias a su propia capacidad instalada en Popayán, y a la participación en sociedad con otras distribuidoras satélites en ciudades como Cali, Pereira, Manizales, Buga, Tulua, Palmira Buenaventura y Pasto.

2.5 FORTALEZAS

- Contamos con instalaciones, propias que consta de una bodega de 31.20 mts de fondo x 19.65 mts ancho = 614 mts².
- Bodega No 2: 31.20 de fondo x 16.15 mts = 504 mts².
- Servicio de entrega 24 horas
- Toma de pedidos a través de dispositivos móviles con una aplicación que trasmite en tiempo real.
- Ejecución de programas de SG-SST, PESV, NIFF.
- Entrega de información actualizada de clientes, tipologías, numéricas, promociones entre otros.
- Personal contratado directamente por la empresa, con todos los requisitos de ley.
- Comercializamos líneas líderes en el mercado colombiano

2.6 ORGANIGRAMA EMPRESARIAL



PERSONAL

- Administración: 9 Empleados



ALPINA ZENU SECOS AUTO/V TOTAL

J. Ventas	: 1	1	2		4
Ventas	: 14	9	24		47
J. Bodega:	1	1	1	1	4
Logística	: 18	4	16		38
Separación	9	2	4	3	18
Aux Bode:	3	1	2		6
Aprendiz :					4

TOTAL COMPAÑÍA: 130

CARROS

SECOS



– 12 VEHICULOS



– 13 VEHICULOS



– 4 VEHICULOS

TOTAL: 29 VEHICULOS



3.DESARROLLO DEL TRABAJO

3.1 POBLACION Y MUESTRA

La población total de la empresa es de 130 trabajadores; la muestra tomada para este ejercicio investigativo es de 38 personas colaboradoras en el área de ventas las cuales corresponde al 29.2% de la población total.

Los criterios establecidos para la aplicación de la entrevista fueron los siguientes:

1. Colaboradores (as) con más de un año de vinculación.
2. Disponibilidad, interés y tiempo por parte de los colaboradores.

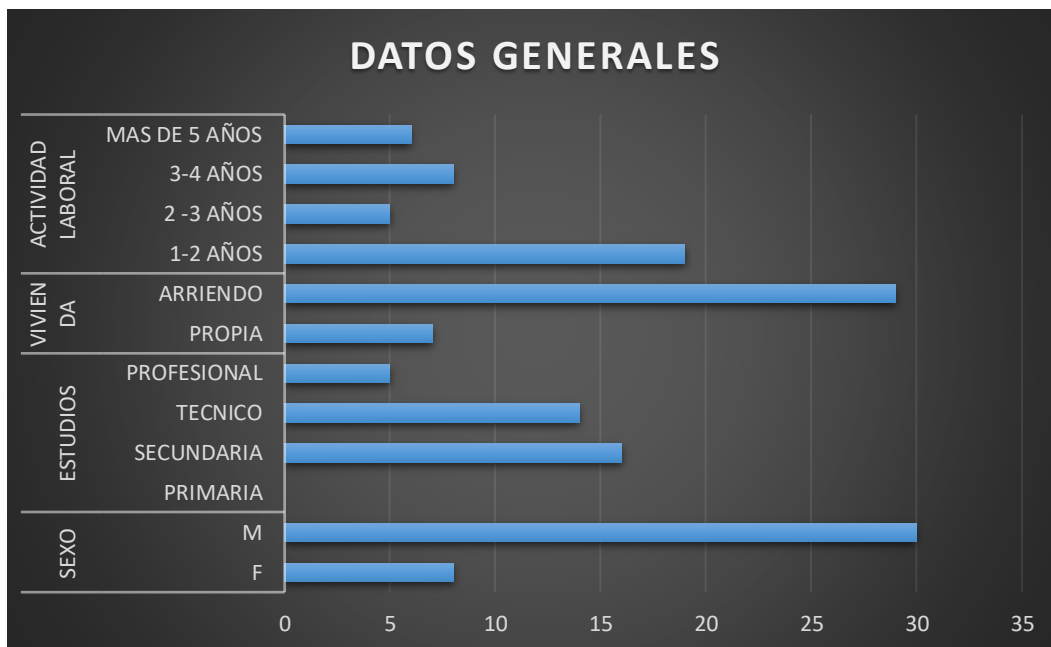
Posteriormente se realizó la aplicación de un instrumento diagnóstico para medir el clima organizacional de la empresa Distritiendas, teniendo en cuenta algunas categorías consideradas importante para el alcance del primer objetivo:

La primera categoría “contexto socio demográfico” se desarrolló mediante las siguientes subcategorías: • Datos generales (Sexo, edad, estado civil, lugar de residencia, nivel de escolaridad) • Vivienda (Tipo de vivienda, tenencia de la vivienda) • Actividad laboral (cargo, tiempo de vinculación a la empresa).

En la segunda categoría se analiza el clima organizacional de la empresa, se trabajaron aspecto frente a la **Adaptación** (Sentirse bien consigo mismo, sentirse bien respecto a los demás, ser capaz de enfrentar por sí mismo las exigencias de la vida). **Motivación** (Necesidades, capacitación, incentivos) **Sentido de pertenencia** (Relaciones de intercambio, contribuciones). En el Anexo 1, se presenta la entrevista semiestructurada diseñada y aplicada al grupo de colaboradores de la empresa DISTRITIENDAS del área de ventas.

4. ANÁLISIS

4.1 CARACTERIZACION SOCIODEMOGRAFICA



Grafica 1. Datos Generales – Entrevista Semiestructurada

En esta gráfica se analiza que de los 38 entrevistados, 30 de ellos son hombres que representan el 78% del total de la población muestra; y tan solo 8 mujeres completan el total, quienes representan el 22%. En este sentido vemos que la tendencia de contratación por el tipo de actividad que desarrolla la empresa es del género masculino.

Así mismo, de este total de colaboradores en relación al nivel de escolaridad se tiene que 16 de ellos terminaron la secundaria, 14 son técnicos y 5 son profesionales, (nota: 3 entrevistados no marcaron este dato)

En relación al modo de vivienda tenemos que 29 de ellos viven en arriendo y 7 en casa propia- (nota: 2 entrevistados no marcaron este dato).

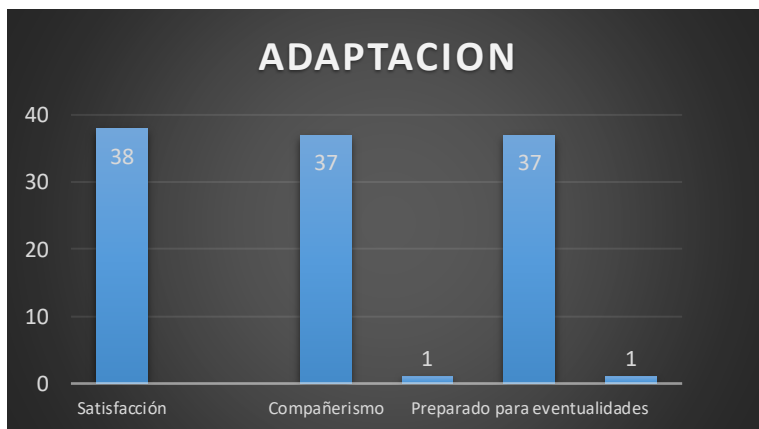


Finalmente, en esta categoría tenemos el tiempo aproximado de vinculación a la empresa encontrando lo siguiente: Diecinueve (19) colaboradores están vinculados desde hace 1 a 2 años, Ocho (8) de ellos entre 3 y 4 años, cinco (5) entre 2 y 3 años y Seis (6) más de 5 años.

Con este primer panorama, tenemos un grupo de colaboradores perteneciente a niveles medio – bajo que dependen básicamente de su actividad laboral y su relación con la empresa, de donde encontramos que de la muestra 14 colaboradores están vinculados en rangos de tiempos largos (rangos de 3, 4 y más de 5 años), detonando un buen nivel de estabilidad laboral que puede irse adquiriendo con el tiempo y de acuerdo a los intereses de cada uno de los empleados.

4.2 CLIMA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Adaptación



Grafica 2. Resultados Clima Organizacional (Adaptación)

En esta categoría encontramos que en relación a la satisfacción del trabajo que desempeña en la empresa los 38 participantes de las entrevistas coinciden en un 100%, expresando abiertamente frases como:

“He logrado cumplir con metas y expectativas” “es lo que me gusta” “porque se ha cumplido con los objetivos propuestos por mi jefe inmediato y se ha mejorado desde varios aspectos laborales” “porque la convivencia en la empresa hace que el trabajo sea más fácil”

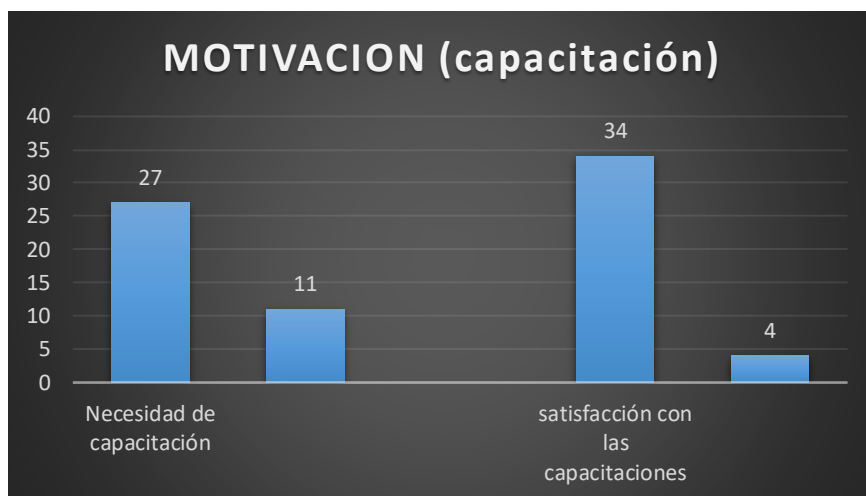
Un aspecto muy positivo para la empresa en saber que los empleados se sienten satisfechos con el trabajo que realizan, siendo un insumo fundamental para afianzar los intereses de este trabajo investigativo y de la empresa.

4.2.2 Motivación

En relación a la motivación, esta se trabajó en tres sentidos, una relacionada las necesidades con la “capacitación” y otra con el tema de incentivos y reconocimientos, factores que influyen de manera positiva en el aspecto motivacional entre los colaboradores de la empresa. Por tanto, esto resultados como se observan en la gráfica ponen en evidencia que existe un alto grado de aceptación a las condiciones locativas, al desarrollo personal y las relaciones con los compañeros y jefes inmediatos.



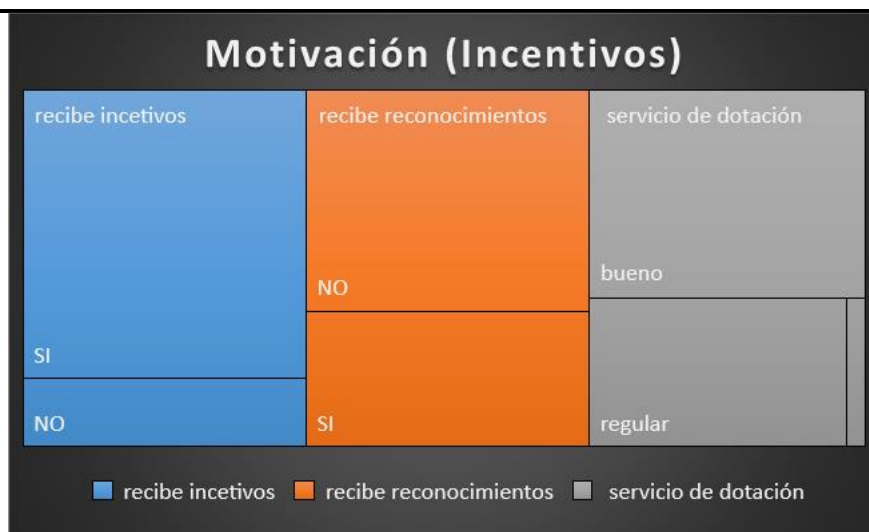
Grafica 3. Resultados Clima Organizacional (Motivación)



Grafica 4. Resultados Clima Organizacional (Capacitación)

En esta gráfica de capacitación se muestra que 27 colaboradores responden que la empresa si debe capacitarlos en diferentes aspectos, tales como lo expresan: *“mercadeo, atención al cliente”* – *“Cursos de motivación personal y laboral”* – *Mejoramiento de actitud* – *“Mercadeo y Marketing”* – *Producto y ofertas* – *Manejo en computadores* – *Mas en temas de seguridad* –

Indudablemente los temas más requeridos por los colaboradores se enmarcan en su área de ventas, para lo cual es una necesidad identificada que permitirá a la empresa adoptar medidas para incluir dentro del plan de acción capacitaciones en estos aspectos que enriquezcan y fortalezcan al equipo del área de ventas con el ánimo de obtener mejores resultados en sus funciones.



Grafica 5. Resultados Clima Organizacional (Incentivos)

En esta gráfica se ilustran los resultados de las respuestas frente a un aspecto fundamental en la motivación de los colaboradores del área de ventas, relacionado con los incentivos para los cual 30 personas entrevistadas responden de manera afirmativa, que reciben incentivos representados en bonos en efectivo por nivel de ventas, lo que permite reconocer a un grupo de personas muy satisfecho en este aspecto.

Sin embargo, llama la atención que solo 14 de ellos manifiestan haber recibido algún reconocimiento por su trabajo de manera *“pública y en efectivo”*, lo que se convierte en una tarea para el equipo de talento humano en afianzar los aspectos motivacionales que permita aumentar el número de personas con reconocimientos especiales que pongan en evidencia la buena labor del trabajo realizado, acción que permitirá mantener al equipo motivado al alcance de mejores resultados.

Otro aspecto importante se midió en relación al tema de entrega de dotaciones, donde se muestran ciertas inconformidades por parte de 15 colaboradores quienes manifiestan que dicho aspecto es dado de manera regular o insuficiente, *“demoras en las entregas”* *“tener otro tipo de calzado”* *“no es cumplido debe ser cada seis meses y es demorado”*, situaciones que generan



malestar al interior de algunos colaboradores creando un ambiente de inconformismo que no favorece los intereses motivacionales de la empresa frente a sus empleados.

5. PLAN DE ACCIÓN

Una vez analizados los resultados del diagnóstico, se presenta una propuesta de un plan de acción que podrá ser ejecutado de forma directa o indirecta (a través de terceros), para ello, es importante aclarar que tanto el área de ventas de la empresa DISTRITIENDAS como talento humano debe tener claro lo que se pretende con la intervención y tener certeza sobre cuál va a ser su efecto, realizando un control y seguimiento en la ejecución, y retroalimentando continuamente al equipo y así poder incidir positivamente en el resultado.

Para este plan de acción se tomaron en cuenta los aspectos más sensibles del análisis desarrollado en el diagnóstico, para los cuales se crean unas estrategias específicas que deberán ser implementadas en los periodos sugeridos del Plan de Acción. Adicionalmente se propone la realización de otras estrategias o actividades complementarias que permitirán fortalecer el Clima Organizacional de la empresa DISTRITIENDAS.

PLAN DE ACCION PARA LA MEJORA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL - DISTRITIENDAS						
VARIABLE	CAUSAS (de acuerdo a la recolección de información)	TIPO DE ACCIÓN (crea, modifica o fortalece comportamientos)	ESTRATEGIA	RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN	TIEMPO DE EJECUCIÓN	ESTADO DE LA ACCIÓN
MOTIVACION (Necesidades)	Mantener y fortalecer la aceptación de: condiciones laborales, desarrollo personal, relación con los compañeros	Fortalece	Bienestar en el Ambiente Laboral	Gestión de Talento Humano	Permanente	Ejecutado
						En ejecución
						Sin Ejecutar
MOTIVACION (Capacitación)	Se necesita mayor capacitación y oportunidades de entrenamiento y formación	Modifica y Fortalece	Aprendiendo y Mejorando	Gestión de Talento Humano	Trimestral	Ejecutado
						En ejecución
						Sin Ejecutar
MOTIVACION (Incentivos-reconocimientos)	Falta de reconocimiento interno por parte de los jefes a los colaboradores en el desarrollo de actividades. Cumplimiento de Metas. Cumplimiento en tiempo de entrega de dotaciones	Crea	"Construyendo Equipo"	gerente y gestión de talento humano	Semestral	Ejecutado
						En ejecución
						Sin Ejecutar
COMUNICACIÓN	comunicación efectivos que permita obtener información en tiempo real de situaciones negativas o por mejorar en el ambiente laboral	Crea, modifica y fortalece	Informamos y Mejoramos	Gestión de Talento Humano	Permanente	Ejecutado
						En ejecución
						Sin Ejecutar



6. CONCLUSIONES

A pesar de encontrar a través de las entrevistas un Clima Organizacional muy positivo acorde con los intereses de la empresa, dentro del Clima Organizacional, es importante tener en cuenta que el ambiente de trabajo debe ser óptimo para que los colaboradores(as) se desempeñen eficazmente y a la vez se mantengan relaciones de compañerismo y respeto entre compañeros(as). Con el objetivo de continuar propiciando un clima laboral óptimo, se hace necesario una intervención social a fin de que la empresa y el profesional a cargo dimensionen factores a intervenir para que se genere nuevas alternativas y se logre mantener el nivel de armonía que existe en la empresa. Así mismo desde esta intervención social (plan de acción) propiciar un ambiente sano y agradable en donde el ser humano se desarrolle de manera íntegra, partiendo de identificar las competencias de los colaboradores(as) para el logro de los objetivos que se ha planteado la empresa.

Se aplicó un instrumento diagnóstico para la recolección de información a 38 colaboradores de la empresa DISTRITIENDAS, quienes aportaron los datos necesarios que retroalimentan el trabajo y ponen de manifiesto sus apreciaciones frente a las siguientes categorías: “Contexto socio demográfico” se desarrolló mediante las siguientes subcategorías: • Datos generales (Sexo, edad, estado civil, lugar de residencia, nivel de escolaridad) • Vivienda (Tipo de vivienda, tenencia de la vivienda) • Actividad laboral (cargo, tiempo de vinculación a la empresa). En la segunda categoría se analiza el clima organizacional de la empresa, se trabajaron aspectos frente a la **Adaptación** (Sentirse bien consigo mismo, sentirse bien respecto a los demás, ser capaz de enfrentar por sí mismo las exigencias de la vida). **Motivación** (Necesidades, capacitación, incentivos) **Sentido de pertenencia** (Relaciones de intercambio, contribuciones).

Se realizó el análisis de la información obteniendo importantes resultados que permitieron tener un panorama amplio en el área de ventas de la empresa DISTRITIENDAS del Clima Organizacional. En los resultados se destaca especialmente la necesidad de promover más capacitaciones en temas como: marketing, productos y ofertas, seguridad ocupacional, mejoramiento de la actitud entre otros. Así mismo, se identifica la necesidad de mejorar los tiempos



de entrega de las dotaciones y la calidad de las mismas, con el propósito de generar mayor satisfacción y respuesta efectiva a las actividades que realizan los colaboradores.

En relación al Plan de Acción se presenta una propuesta donde se establecen algunas estrategias que permitirán generar acciones de mejora lideradas en su mayoría por el área de Gestión Humana, a partir de las variables identificadas con necesidades de intervención específicas.

7. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES/ MES	1				2				3				4				5			
SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	X	X																		
ELABORACION PROPUESTA			X	X																
RECOLECCIÓN DE DATOS – DESARROLLO DEL TRABAJO					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X					
ANÁLISIS Y RESULTADOS																X	X			
CONSOLIDACION DOCUMENTO																		X	X	
SOCIALIZACIÓN																				X

8. RECURSOS. Propios



DOCUMENTACIÓN Y SOPORTES	
Bibliografía/ Infografía	• GALBRAITH, J.: "Organization Design" Addison-Wesley Mass 1977. • LAREDO: "Motivación y Satisfacción", http://www.teclaredo.edu.mx/unidad2/unidad2.htm • Noboa, A. (2011). "Especificidades del clima organizacional en las instituciones de salud". http://www.unorte.edu.uy/sites/default/files/Clima%20organizacional • PINDER, CRAIG C.: "Beliefs, expected values, and volunteer work behavior" en Larry F More <> Vancouver Volunteer Centre, Canada 1985. • PORTER, LYMAN W y LAWLER, EDUARD E: "Managerial Attitudes and Performance" Richard D. Irwin, Homewood, 1968. • Rodríguez, D. (1999), Diagnóstico Organizacional, Alfa omega Grupo Editor, S.A. de C.V., 3ª Edición, México, D.F. • VROOM, V: "Work and Motivation" John Wiley and Sons, Nueva York, 1964
ANEXOS	GUIA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA PERSONAL PERTENECIENTE A LA EMPRESA Objetivo: Diagnosticar el clima organizacional de la empresa DISTITIENDAS específicamente en el área de Ventas. Fecha: _____ H. Inicio: _____ H. Final: _____ Área: _____



Elaborado Por: _____ Entrevista N° _____

I. CARACTERIZACION SOCIODEMOGRAFICA

1.1 DATOS GENERALES

Sexo: 1.2.1 M ____ 1.2.2 F ____ 1.2 Edad ____ 1.3 Estado civil: 1.4.1 Soltero(a) ____ 1.4.2 Casado(a) ____ 1.4.3 Unión libre ____ 1.3.4 Separado(a) ____ 1.3.5 Viudo(a) ____ 1.4 Lugar de residencia ____ 1.5 Nivel de escolaridad: 1.5.1 Primaria ____ 1.5.2 Secundaria ____ 1.5.3 Técnico ____ 1.5.4 Profesional ____ 1.5.5 Ninguno ____ 1.5.6 Otro 1.5.7 Cual

1.2 VIVIENDA

1.1.1 Tipo de vivienda: 1.1.1.1 Casa ____ 1.1.1.2 Apartamento ____ 1.1.1.3 Casa-lote ____ 1.1.1.4 Pieza ____ Otro ____ Cual ____ 1.2.2 Tenencia: 2.2.1 Propia ____ 2.2.2 Arriendo ____ 2.2.3 Inquilinato ____ 2.3.3 Prestada ____ 2.3.4 Compartida ____

1.3 ACTIVIDAD LABORAL

1.3.1 Cargo: ____ 1.3.3 Permanencia en el cargo: 1.3.2.1 Entre 1 y 2 años ____ 1.3.2.2 Entre 2 y 3 años ____ 1.3.2.3 Entre 3 y 4 años ____ 1.3.2.4 Más de 5 años ____

II. CLIMA ORGANIZACIONAL

Señalar con una (X) la respuesta según corresponda.

1. ADAPTACIÓN

1.1 ¿Se siente satisfecho con el trabajo que ha venido desempeñando en esta empresa?

SI ____ NO ____

¿Por qué?



1.2 ¿Se siente a gusto con sus compañeros de trabajo? SI ____ NO ____

¿Por qué?

1.3 ¿Se siente usted preparado para enfrentar cualquier eventualidad en su trabajo?

SI ____ NO ____

¿De qué manera?

III. COMPONENTES DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

2. MOTIVACION.

Necesidades

2.1 Las condiciones locativas que le brinda la empresa para la realización de su trabajo son seguras.? ¿SI ____ NO ____

¿Por qué?

2.2 Considera que la labor que usted realiza aporta a su desarrollo personal? ¿SI ____ NO ____

¿Como?

2.3 Las relaciones con sus compañeros son: Bueno ____ Regular ____ Deficiente ____

¿Por qué?

2.4 La relación con su supervisor es: Buena ____ Regular ____ Deficiente ____

¿Por qué?



Capacitación

2.5 Cree usted que la empresa debe capacitarlo en algún aspecto específico? ¿SI ____ NO ____

¿Cuáles?

2.6 La capacitación que recibe por parte de la empresa para el desarrollo de sus labores es suficiente y adecuada? SI ____ NO ____

¿Por qué?

Incentivos

2.7 La empresa lo incentiva en su trabajo? SI ____ NO ____

¿De qué manera?

¿Por qué?

2.8 La empresa le ha dado algún reconocimiento por su trabajo? SI ____ NO ____

¿De qué forma?

¿Como?

2.9 Como considera la atención del servicio médico en la empresa? Bueno ____ Regular ____ Deficiente ____

¿Por qué?

2.10 El servicio de locker y vestier de la empresa es: ¿Bueno ____ Regular ____ Deficiente ____



¿Por qué?

2.11 El servicio de casino que presta la empresa es: ¿Bueno
___ Regular ___ Deficiente ___

¿Por qué?

3. SENTIDO DE PERTENENCIA

Relaciones de intercambio

3.1 ¿Se siente orgullo de pertenecer a esta empresa? SI ___ NO

¿Por qué?

3.2 Realiza usted su trabajo acorde a los valores de la empresa? SI
___ NO ___

¿Cuales?

¿Por qué?

Contribuciones

3.3 Su trabajo aporta o beneficia a la empresa? SI ___ NO ___

¿De Qué manera?

3.4 Lleva a cabo su trabajo con esfuerzo y dedicación? SI ___ NO

¿Por qué?

3.5 Los aportes que usted hace a la empresa son:

Esfuerzo ___ Dedicación ___ Puntualidad ___ Elogios a la
Empresa ___