

Work environment and satisfaction levels of merchants in municipal markets of Portoviejo-Manabí

Clima laboral y niveles de satisfacción de comerciantes en mercados municipales de Portoviejo-Manabí

Autores:

Vera-Segarra, Martha Gema
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ
Licenciada en Administración de Empresas
Maestrante en Administración de Empresas, Facultad de Posgrado
Portoviejo – Ecuador



mvera5164@utm.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0001-6232-851X>

Ormaza-Cevallos, Miguel Giancarlo
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ
Doctor en Ciencias Sociales y Jurídicas, MBA, Ingeniero Comercial
Docente Investigador
Carrera de Administración
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Portoviejo – Ecuador



miguel.ormaza@utm.edu.ec



<http://orcid.org/0000-0003-2942-7801>

Fechas de recepción: 16-OCT-2025 aceptación: 01-DIC-2025 publicación: 30-DIC-2025



<https://orcid.org/0000-0002-8695-5005>

<http://mqrinvestigar.com/>

Resumen

El objetivo de este trabajo investigativo fue analizar la relación entre el clima laboral y los niveles de satisfacción de los comerciantes de los mercados municipales del cantón Portoviejo, provincia de Manabí. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y de tipo correlacional. La población estuvo constituida por 1239 comerciantes regulados por la empresa pública Portocomercio según información de su catastro. A partir de esta población se determinó una muestra de 294 comerciantes, a quienes se les aplicó una encuesta estructurada con escala de Likert. Para el análisis de los datos se utilizó el software estadístico SPSS-V30, aplicando el coeficiente Rho de Spearman, el cual reveló una correlación positiva y estadísticamente significativa entre la V1 (clima laboral) y la V2 los (niveles de satisfacción) ($r = 0.277$; $p < 0.001$). Este hallazgo indica que, aunque la relación identificada es débil, un mejor clima laboral se asocia con mayores niveles de satisfacción entre los comerciantes. Los resultados permiten concluir que el clima laboral constituye un factor relevante en la percepción de bienestar y compromiso, aunque no es determinante por sí solo. La satisfacción laboral también está influenciada por variables internas, como la motivación personal, la comunicación y el reconocimiento, así como por factores externos vinculados al contexto social y económico. Se sugiere que las estrategias de intervención dirigidas a fortalecer el clima laboral deben complementarse con acciones integrales que aborden estos elementos, con el fin de contribuir a un mayor bienestar, compromiso y desempeño organizacional en los mercados municipales del cantón Portoviejo.

Palabras clave: Clima laboral; Niveles de satisfacción; Mercados municipales; Empresa Pública.

Abstract

The objective of this research was to analyze the relationship between the work environment and satisfaction levels among merchants in municipal markets in the Portoviejo canton, Manabí province. The research was conducted using a quantitative approach, with a non-experimental, correlational design. The population consisted of 1,239 merchants regulated by the public company Portocomercio according to information from its land registry. From this population, a sample of 294 merchants was selected, who were given a structured survey using a Likert scale. The statistical software SPSS-V30 was used for data analysis, applying Spearman's Rho coefficient, which revealed a positive and statistically significant correlation between V1 (work environment) and V2 (satisfaction levels) ($r = 0.277$; $p < 0.001$). This finding indicates that, although the relationship identified is weak, a better work climate is associated with higher levels of satisfaction among merchants. The results allow us to conclude that the work climate is a relevant factor in the perception of well-being and commitment, although it is not decisive on its own. Job satisfaction is also influenced by internal variables, such as personal motivation, communication and recognition, as well as by external factors linked to the social and economic context. It is suggested that intervention strategies aimed at strengthening the work environment should be complemented with comprehensive actions that address these elements, in order to contribute to greater well-being, commitment and organizational performance in the municipal markets of the Portoviejo canton.

Keywords: Work environment; Satisfaction levels; Municipal markets; Public enterprise.

Introducción

Las organizaciones se encuentran desarrollando estrategias para mejorar el clima laboral, si bien es cierto, trabajar en un entorno en donde se encuentran muchas personas es difícil, porque cada una tiene su forma de pensar y más, si a esto se le suman los problemas que enfrentan a diario convierte el clima laboral tenso, por lo cual, se torna necesario desarrollar políticas positivas para que el ambiente se vuelva más dinámico y las empresas logren alcanzar los objetivos propuestos.

Cabe referir que, el clima laboral, es la percepción compartida que tienen los empleados respecto a las condiciones y al ambiente en su entorno de trabajo, incluyendo aspectos como las relaciones sociales, el liderazgo, la comunicación y las condiciones físicas, teniendo en cuenta esta conceptualización este constructo puede verse afectado de manera directa en la motivación y el desempeño laboral (García et al., 2022).

Se ha verificado en los últimos años a través de varios estudios, que factores como la comunicación efectiva, el reconocimiento y las condiciones laborales, influyen directamente en los niveles de satisfacción, impactando en el desempeño y en la fidelización (Lima et al., 2021). Por lo tanto, es importante considerar estudiar también los niveles de satisfacción, ya que, desde una perspectiva analítica, estos pueden medirse en distintas escalas, según los objetivos que cada comerciante desee alcanzar. Cabe señalar que los niveles de satisfacción laboral hacen referencia al grado en que los empleados perciben que sus expectativas, necesidades y deseos relacionados con su trabajo son satisfechos. La satisfacción laboral es un predictor importante del compromiso, la productividad y la permanencia en la organización (López & Ramírez, 2021).

En base a lo mencionado, la importancia de medir tanto al clima laboral como a la satisfacción laboral, radica en poder conocer las diferentes expectativas que tiene cada persona en su negocio y cómo desea que su negocio se mantenga en el mercado. Destacándose el criterio de García y Zambrano (2025), quienes sostienen que, el clima organizacional es uno de los factores más importantes para el desarrollo integral de una empresa debido a su estrecha relación con el bienestar de los colaboradores de la misma, lo cual repercute en la calidad de servicio que estos ofrecen a los usuarios. Así también, poder referir que, en su estudio del clima organizacional en el nivel de satisfacción de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Negocios Andinos” concluyen que el factor de mayor incidencia en el diagnóstico del clima organizacional es la poca actitud y atención que brinda el personal a los socios y/o clientes cuando realizan una consulta o reclamo y el escaso trabajo en equipo que existe entre jefes y compañeros. Resultados que destacan la importancia de medir el clima laboral ya que este logra incidir en la calidad del servicio.

En los últimos años, diversas investigaciones han evidenciado la relación positiva entre el clima organizacional y los niveles de satisfacción laboral de los comerciantes. Según García et al. (2020) un clima organizacional favorable, caracterizado por una comunicación efectiva y apoyo social, contribuye significativamente al incremento de la satisfacción laboral en entornos empresariales. De manera similar, Chen y Wang (2019) encontraron que las organizaciones con un clima positivo promueven mayores niveles de compromiso y bienestar entre los empleados, lo cual repercute directamente en su rendimiento y lealtad. Además, estudios recientes sugieren que mejorar las condiciones del clima organizacional puede ser una estrategia efectiva para optimizar la satisfacción laboral en distintos contextos, incluyendo pequeños comercios y mercados tradicionales (Martínez et al., 2021).

Las investigaciones recientes destacan que el clima es una construcción social que resulta de las interpretaciones que realizan los empleados sobre factores como la comunicación, el liderazgo y las relaciones interpersonales en la organización (Martínez y Pérez, 2021). Por otro lado, la cultura organizacional se define como el conjunto de creencias, valores y comportamientos compartidos que caracterizan a la organización y que influyen en cómo los empleados perciben y reaccionan ante su entorno (Kim y Lee, 2019). Se destacan ambos criterios que de una u otra forman vinculan importantes factores que pueden repercutir de manera positiva o negativa en el comportamiento del personal de la organización.

Así también, se puede decir que, el clima laboral es la percepción colectiva que tienen los empleados acerca de su ambiente de trabajo, y esta percepción puede variar en función de las experiencias individuales, valores y expectativas (Santos et al., 2022). Estas percepciones, que conforman el clima, presentan una variabilidad significativa entre los individuos, conocida como la fuerza del clima, lo cual puede afectar aspectos como la motivación, la satisfacción y el compromiso laboral (López et al., 2020). La interacción entre estos elementos resulta clave para comprender las dinámicas internas y diseñar intervenciones que promuevan ambientes de trabajo positivos y productivos.

Según García-Ramos et al. (2007), los niveles altos de satisfacción laboral se traducen en mejora de los procesos, trabajo en equipo y en consecuencia en una interacción armónica de las diferentes áreas; considerados indicadores de calidad. En un contexto organizacional o personal los niveles de satisfacción reflejan el grado en que las expectativas y necesidades de los individuos son satisfechas por los servicios, productos o experiencias proporcionadas, siendo su medición fundamental para la mejora continua, permitiendo identificar áreas de oportunidad, ajustar estrategias para aumentar la motivación y el compromiso de los empleados o clientes (Rodríguez & Pérez, 2019).

Con base a lo mencionado, es pertinente referirse a los mercados municipales siendo el objeto central de este estudio, siendo estos espacios públicos donde se manifiestan y reproducen diversas relaciones sociales, más allá de su función principal que tiene que ver con la compra

y venta de productos de alimentación, se aprecian relaciones de proximidad, amistad y convivencia, lo que siempre ha resultado de importancia para el consumidor habitual, principalmente población adulta y adulta mayor. Sin embargo, en algunos mercados esas prácticas se están experimentando una transformando, orientándose hacia el visitante ocasional, turista y un sector de población de ingresos elevados, para satisfacer actividades de ocio y esparcimiento (Salinas Arreortua, 2016).

Esta investigación busca que tanto las nuevas generaciones como la organización en su conjunto comprendan la importancia de mantener un clima laboral adecuado, que resulte beneficioso para todas las partes involucradas. Así también, se logre promover el desarrollo de competencias y la implementación de diagnósticos periódicos, con el fin de garantizar una atención de calidad y ofrecer un servicio de excelencia al cliente.

Esta investigación para su desarrollo contempló a los mercados municipales de Portoviejo regulados por la Empresa Pública (EP) Portocomercio, logrando destacar cada uno de los aspectos antes mencionados, trabajo que aportará significativamente con datos para futuros estudios, siendo el objetivo central del mismo, analizar el clima laboral y los niveles de satisfacción de los comerciantes en mercados municipales del cantón Portoviejo provincia de Manabí, con el propósito de abordar una problemática existente generada por las condiciones laborales y otros aspectos que inciden en la satisfacción del servicio.

A lo largo de la historia se han propuesto diversas dimensiones tanto para el clima laboral como para los niveles de satisfacción, por lo tanto, se muestra a continuación principales dimensiones identificadas en la literatura especializada:

Tabla 1

Dimensiones: Clima laboral – Niveles de satisfacción

Clima laboral	Niveles de satisfacción	
Dimensiones	Dimensiones	
Autorrealización	Es la percepción de los empleados de estar alcanzando su máximo potencial en el trabajo, lo que contribuye a su satisfacción personal y profesional (Pérez & Gómez, 2022).	Significación de la tarea
		Implica el grado en que los empleados sienten que su trabajo tiene impacto y valor, influyendo en su motivación y satisfacción (Fernández & Ramírez, 2021).
Condiciones laborales	Se refiere a los aspectos físicos, ambientales y de organización del trabajo que afectan el	Condiciones de trabajo
		Incluye factores como horarios, carga laboral, seguridad y recursos disponibles, que contribuyen a la

	bienestar y la satisfacción de los empleados (Torres & Morales, 2020).		percepción de confort y satisfacción en el empleo (López J. &, 2023).
Supervisión	La supervisión eficiente y justa es esencial para el apoyo, reconocimiento y orientación, afectando significativamente la satisfacción laboral (Vargas & Pérez, 2020).	Reconocimiento personal y/o social	La percepción de reconocimiento y valoración por parte de los superiores y colegas fortalece la autoestima y la satisfacción en el trabajo (Morales & Castillo, 2021).
Comunicación	En el entorno laboral es el proceso mediante el cual los empleados y los gestores intercambian información, ideas y sentimientos, posibilitando una comprensión mutua que impacta en la cohesión organizacional y en la satisfacción laboral. Una comunicación eficaz promueve el trabajo en equipo, reduce conflictos y aumenta la percepción de apoyo y reconocimiento (Martínez & Fernández, 2021).	Beneficios económicos	Son los salarios, bonificaciones y otros incentivos son considerados factores determinantes en la satisfacción laboral (Gómez & Ruiz, 2022).
Involucramiento laboral	Se refiere al grado en que los empleados participan activamente y sienten una conexión emocional con su trabajo y la organización. Este compromiso genera mayor motivación, productividad y satisfacción, siendo un		

predictor clave de la
retención del talento
(López & Ramírez,
2020).

Fuente: Elaboración propia a partir de Palma (2004) y Tinoco (2023)

Marco institucional de la empresa pública objeto de estudio

Portocomercio EP es una empresa pública de mercados del cantón Portoviejo, de acuerdo con Rodríguez y Salazar (2022) fue creada mediante ordenanzas por el Concejo Municipal de Portoviejo Provincia de Manabí – Ecuador, con el objetivo de brindar un mejor servicio a la ciudadanía a través de la delegación de competencias municipales como la gestión de los mercados, convirtiéndose en el organismo responsable de la regulación, administración y mantenimiento de los mercados municipales en la ciudad de Portoviejo.

La institución fue constituida a partir de la fusión por absorción de la antigua empresa Portomercados EP, según lo establece la Ordenanza Sustitutiva aprobada por el GAD Municipal de Portoviejo en mayo de 2021. Se destaca así mismo que, el propósito de esta fusión fue fortalecer la capacidad operativa y administrativa, así como optimizar el uso de los recursos públicos mediante una única entidad que centralizara la gestión de los mercados municipales (GAD Portoviejo, 2021). Portocomercio EP ha asumido la regulación, asignación de locales, mantenimiento y supervisión de infraestructura e higiene en espacios como Plaza Central 1, San Pablo, Picoazá, Pueblo Nuevo, entre otros (Portocomercio EP, 2025).

Material y métodos

El diseño que se utilizó es de tipo no experimental, así como lo señala Hernández-Sampieri et al. (2018) por ser estudios que se realizan sin manipulación deliberada de variables y en los que se observaron los fenómenos en su ambiente natural. Siendo, transeccional, puesto que la correlación de los datos se realizó en un solo momento y tiempo.

A través de la revisión de la literatura se logran obtener importantes criterios que muestran la importancia del clima laboral, permitiendo abordar aspectos claros sobre como este incide en los niveles de satisfacción. Cabe destacar lo referido por García et al, (2020), quienes manifiestan que la revisión bibliográfica permite entender el estado del arte en un campo de estudio, evaluando críticamente las contribuciones previas y estableciendo las bases para nuevas investigaciones.

Se realizó un estudio correlacional, mismo que permitió determinar la relación de las variables: clima laboral y niveles de satisfacción. (Hernández Sampieri et al., 2014), el

trabajo está orientado en conocimientos válidos y confiables, que son basados en la aplicación del instrumento de encuesta. Se utilizó una encuesta a través de un cuestionario para evaluar las dos variables de estudio con la utilización de una escala de tipo Likert. El cuestionario fue proporcionado a través de un formulario de Google para luego ser tabulados con la ayuda del software estadístico SPSS-V30, para facilitar el análisis y representación gráfica de los datos obtenidos.

El SPSS permitió el análisis de correlación entre las variables de interés. Las encuestas se distribuyeron digitalmente, enviando un enlace directo a los comerciantes de los mercados del cantón según la muestra de estudio. El instrumento de recopilación consta de 18 preguntas distribuidas en dos bloques principales: 10 preguntas relacionadas con el clima laboral, estructuradas en 5 dimensiones con 2 preguntas cada una, siguiendo la propuesta de Palma (2004); y 8 preguntas sobre los niveles de satisfacción, distribuidas en 4 dimensiones con 2 preguntas cada una, en línea con Palma (2005). Todas las preguntas de carácter cerrado, emplearon una escala de Likert como ya se lo mencionó, que va desde 1 ("Nunca") hasta 5 ("Siempre"), lo que facilitó la obtención de datos precisos, confiables y fácilmente comparables para un análisis exhaustivo.

Población y muestra

Población

De acuerdo a la base de datos proporcionada por Portocomercio Empresa Pública (EP) la totalidad de la población de los comerciantes de los mercados municipales es de 1.239, a nivel del cantón Portoviejo Provincia de Manabí.

Tabla 2

Número de comerciantes que trabajan en los mercados municipales del cantón Portoviejo.

Unidad de negocio	Comerciantes
Mercado # 2 (San Pablo)	358
Mercado Picoazá	35
Mercado Parroquia Alajuela	10
Mercado Pueblo Nuevo	10
Mercado Riochico	48
Mercado San plácido	39
Plaza Calderón	244
Plaza Central	495
Total de comerciantes	1.239

Fuente: Portocomercio (EP), 2025

Muestra

$$n = z^2 \frac{N \times p \times q}{e^2(N - 1) + z^2 \times p \times q}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Población

Z = Valor expresado en desviaciones típicas y que está en función de un nivel de Confianza dado. (Z=95%=1,96)

p= Probabilidad de ocurrencia (éxito) (0,5)

q = Probabilidad de no ocurrencia (fracaso) (0,5)

e = Error de estimación (E=5%=0,05)

Calculo:

$$n = 1,96^2 \frac{1.239 \times 0,50 \times 0,50}{0,05^2(1.239 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 3,8416 \frac{310}{3,095 + 0,9604}$$

$$n = 3,8416 \frac{310}{4,06}$$

n= 294 comerciantes

Resultados

A continuación, se muestran los resultados obtenidos:

Tabla 3

Edad de los comerciantes de los mercados municipales del canto Portoviejo-Manabí

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-25	52	17,7	17,7	17,7
	26-35	85	29,0	29,0	46,8
	36-45	89	30,4	30,4	77,1
	46-55	52	17,7	17,7	94,9
	56-65	14	4,8	4,8	99,7
	66-70	2	0,3	0,3	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

Los datos obtenidos en la encuesta muestran que el rango de edades de **36 a 45** tiene un porcentaje mayor del 30,4%, que corresponde a 89 comerciantes, los grupos de mayor edad están menos representados: solo el **4,8%** tiene entre 56 y 65 años, y apenas un **0,3%** se encuentra en el rango de 66 a 70 años.

Tabla 4

Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mujer	178	60,4	60,4	60,4
	Hombre	116	39,6	39,6	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

Los datos de la encuesta revelan que el 60,4% de los comerciantes son mujeres. Correspondiendo el 39,6%, a comerciantes hombres de un total de 294 comerciantes de Portocomercio.

Tabla5

**Clima laboral
Autorrealización**

5. ¿Siente que Portocomercio le brinda oportunidades para desarrollarse personalmente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	33	10,9	10,9	10,9
	Algunas veces	56	19,1	19,1	30,0
	Casi siempre	90	30,7	30,7	60,8
	Siempre	115	39,2	39,2	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El 39,2% que corresponde a 115 comerciantes respondieron que sienten que Portocomercio le brinda oportunidades para desarrollarse personalmente. Solo un pequeño porcentaje (10,9%) que corresponde a 33 comerciantes siente que muy pocas veces las oportunidades son limitadas. En conjunto, estos resultados reflejan una percepción favorable acerca del apoyo al desarrollo personal que les brinda la EP.

Tabla 6

6. ¿Portocomercio apoya su crecimiento a través de capacitación y formación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	35	11,6	11,6	11,6
	Muy pocas veces	96	32,8	32,8	44,4
	Algunas veces	152	51,9	51,9	96,2
	Casi siempre	10	3,4	3,4	99,7
	Siempre	1	,3	,3	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El 51,9% que corresponde a 152 comerciantes considera que algunas veces si reciben capacitación y formación. Solo una pequeña fracción del 0,3% que corresponde a 1 comerciante siente que siempre recibe apoyo en su crecimiento a través de capacitaciones de manera constante, Estos resultados sugieren que, si bien existe cierto apoyo en formación, hay espacio para fortalecer y sistematizar estos programas en beneficio de los comerciantes.

Tabla 7

Involucramiento laboral

7. ¿Siente que el compromiso de todos los comerciantes de los mercados también lo motivan a involucrarse más?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	3,8	3,8	3,8
	Muy pocas veces	8	2,7	2,7	6,5
	Algunas veces	38	13,0	13,0	19,5
	Casi siempre	130	44,4	44,4	63,8
	Siempre	106	36,2	36,2	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El 44,4%, que corresponde a 130 comerciantes afirman que casi siempre sienten que el compromiso de todos los motiva a involucrarse más. Solo un pequeño porcentaje del 2,7%, que corresponde a 8 comerciantes respondieron que muy pocas veces siente que sus compañeros no se comprometen en las actividades de los mercados, los resultados reflejan que mayoritariamente el personal si es participativo. Esto revela un alto nivel de motivación vinculada a la percepción del compromiso colectivo en los mercados.

Tabla 8

8. ¿Es proactivo (a) en la búsqueda de formas de mejorar el trabajo en equipo como parte de los comerciantes que integran Portocomercio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	3	1,0	1,0	1,0
	Algunas veces	135	46,1	46,1	47,1
	Casi siempre	144	49,1	49,1	96,2
	Siempre	12	3,8	3,8	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El 49,1%, que corresponde a 144 comerciantes respondieron que casi siempre son proactivos en la búsqueda de mejora en su trabajo en equipo. Solo un reducido porcentaje del 1,0%, que

corresponde a 3 comerciantes respondieron que muy pocas veces. Aunque la mayoría no se considera consistentemente proactiva, es evidente que existe una disposición mayoritaria a colaborar y buscar mejoras en el entorno laboral.

Tabla 9

Supervisión

9. ¿El supervisor de la empresa pública ofrece apoyo cuando hay obstáculos en los mercados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	4,4	4,4	4,4
	Muy pocas veces	16	5,5	5,5	9,9
	Algunas veces	220	75,1	75,1	85,0
	Casi siempre	29	9,9	9,9	94,9
	Siempre	16	5,1	5,1	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El 75,1%, que corresponde a 220 comerciantes respondieron que algunas veces el supervisor ofrece apoyo cuando enfrentan obstáculos en su trabajo. Por otro lado, el menor porcentaje con un 4,4% que corresponde a 13 comerciantes respondieron que nunca reciben apoyo. Esto indica que, para la mayoría, el apoyo del supervisor es intermitente y no constante, pero aun así presente en varias ocasiones.

Tabla 10

10. ¿Recibe retroalimentación regular de los supervisores, que ayuda a mejorar su rendimiento en los mercados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	172	58,7	58,7	58,7
	Algunas veces	122	41,3	41,3	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El 58,7%, que corresponde a 172 comerciantes respondieron que muy pocas veces reciben retroalimentación de sus supervisores, lo que indica que la frecuencia de este proceso es baja. Con un 41,3% que corresponde a 122 comerciantes respondieron que algunas veces recibe retroalimentación, lo que muestra que no es suficiente para garantizar un apoyo constante por parte de los supervisores.

Tabla 11

Comunicación



11. ¿Existen canales efectivos de comunicación entre todos los niveles de la empresa pública?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	105	35,8	35,8	35,8
	Algunas veces	185	62,8	62,8	98,6
	Casi siempre	4	1,4	1,4	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El 62,8%, que corresponde a 185 comerciantes respondieron que algunas veces, los canales de comunicación son efectivos entre todos los niveles de la empresa pública. Con 1,4%, que corresponde a 4 comerciantes respondieron que casi siempre, lo que refleja una falta de canales consistentes, accesibles y eficientes entre los distintos niveles jerárquicos de la organización.

Tabla 12

12. ¿La comunicación entre compañeros comerciantes es efectiva y fluida?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	3,8	3,8	3,8
	Muy pocas veces	22	7,5	7,5	11,3
	Algunas veces	8	2,7	2,7	14,0
	Casi siempre	239	81,6	81,6	95,6
	Siempre	14	4,4	4,4	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El 81,6%, que corresponde a 239 comerciantes respondieron que casi siempre consideran que la comunicación con sus compañeros es efectiva y fluida en la mayor parte de las ocasiones. Un pequeño grupo con el 2,7%, correspondiente a 8 comerciantes respondieron que algunas veces. Esto indica que, en general, existe una buena percepción sobre la interacción y el intercambio de información entre colegas, lo cual es un aspecto positivo para el trabajo en equipo en el mercado.

Tabla 13

Condiciones laborales

13. ¿La empresa pública le proporciona los materiales necesarios para realizar su trabajo como comerciante en el mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,3	,3	,3
	Algunas veces	36	12,3	12,3	12,6

Casi siempre	78	26,3	26,3	38,9
Siempre	179	61,1	61,1	100,0
Total	294	100,0	100,0	

El 61,1%, que corresponde a 179 comerciantes respondieron que siempre la empresa pública les proporciona los materiales necesarios para realizar su trabajo, lo cual indica un cumplimiento consistente de esta responsabilidad. El 0,3%, que corresponde a 1 comerciante, señala que nunca recibe los materiales necesarios.

Tabla 14

14. ¿Las condiciones ambientales del mercado son adecuadas para llevar a cabo las tareas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	2	,7	,7	,7
	Casi siempre	65	21,8	21,8	22,5
	Siempre	227	77,5	77,5	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El 77,5%, que corresponde a 227 comerciantes respondieron que siempre las condiciones ambientales del mercado son adecuadas para realizar sus tareas, lo cual indica que el entorno laboral en su mayoría es favorable para el desempeño de los comerciantes. Un 0,7%, que corresponde a 2 comerciantes respondieron que algunas veces las condiciones son adecuadas, lo cual sugiere que, en general, el ambiente de trabajo cumple con los estándares necesarios para facilitar las tareas diarias.

Tabla 15

**Niveles de satisfacción
Significación de tareas**

11. ¿El esfuerzo que dedica a su trabajo en el mercado es apreciado por los demás?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	,3	,3	,3
	Casi siempre	146	49,5	49,5	49,8
	Siempre	147	50,2	50,2	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El porcentaje mayor es del 50,2%, que corresponde a 147 comerciantes que indica que siempre su esfuerzo en el trabajo es apreciado por los demás. El porcentaje menor es del 0,3%, que corresponde a 1 comerciante que respondió que algunas veces. El resultado refleja un alto nivel de reconocimiento y valoración por los demás, lo cual es crucial para

mantener la motivación, reforzar el compromiso, promover un clima laboral positivo y motivador.

Tabla 16

12. ¿El impacto de su trabajo en los demás, es importante para usted?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	136	46,1	46,1	46,1
	Siempre	158	53,9	53,9	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El 53,9%, que corresponde a 158 comerciantes indica que siempre consideran que el impacto de su trabajo en los demás es importante. El 46,1%, que corresponde a 136 comerciantes señala que casi siempre este impacto tiene relevancia. Este resultado muestra un nivel alto de compromiso y motivación de quienes valoran que su labor tiene un efecto positivo.

Tabla 17

Condiciones de trabajo

13. ¿El ambiente del mercado es cómodo y apto para realizar sus actividades?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	,3	,3	,3
	Casi siempre	147	50,2	50,2	50,5
	Siempre	146	49,5	49,5	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El porcentaje mayor es el 50,2%, que corresponde a 147 comerciantes que respondieron que casi siempre el ambiente del mercado es cómodo y apto para realizar sus actividades. El porcentaje menor es del 0,3%, que corresponde a 1 persona que piensa que algunas veces el ambiente es satisfactorio. Este análisis revela que la percepción general del ambiente laboral es muy positiva, ya que casi todos los comerciantes consideran que las condiciones del mercado es la adecuada.

Tabla 18

14. ¿Las directrices para desarrollar su trabajo en el mercado son claras y comprensibles?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	,3	,3	,3
	Casi siempre	241	82,3	82,3	82,6
	Siempre	52	17,4	17,4	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El 82,3%, que corresponde a 241 comerciantes respondieron que casi siempre las directrices para desarrollar su trabajo en el mercado son claras y comprensibles. El porcentaje menor es del 0,3%, que corresponde a 1 comerciante piensa que en algunas ocasiones las instrucciones son claras, lo que indica una percepción muy positiva en general, sugiriendo que la organización comunica de manera efectiva sus directrices, lo que probablemente contribuye a un desempeño laboral más eficiente.

Tabla 19

Reconocimiento personal

15. ¿El reconocimiento social que recibe en el mercado le motiva a seguir esforzándose?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	43	14,3	14,3	14,3
	Siempre	251	85,7	85,7	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El porcentaje mayor es del 85,7%, que corresponde a 251 comerciantes que indica que siempre los comerciantes sienten que el reconocimiento social en el mercado los motiva a seguir esforzándose. El 14,3%, que corresponde a 43 comerciantes indica que casi siempre, el reconocimiento social juega un papel fundamental en la motivación de los comerciantes, siendo un factor clave para mantener su compromiso y productividad.

Tabla 20

16. ¿Recibe comentarios positivos de quienes forman parte de la empresa pública sobre su rendimiento en el mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	17	5,8	5,8	5,8
	Muy pocas veces	135	46,1	46,1	51,9
	Algunas veces	136	46,4	46,4	98,3
	Casi siempre	4	1,0	1,0	99,3
	Siempre	2	,7	,7	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El 46,4% correspondiente a 136 de los comerciantes afirma que algunas veces reciben comentarios positivos sobre su desempeño en el mercado. Por otro lado, solo el 0,7% que corresponde a 2 comerciantes respondieron que siempre reciben comentarios positivos. Esto sugiere que, aunque existe cierta percepción favorable ocasional, el reconocimiento constante por parte de la empresa pública es poco frecuente.

Tabla 21

Beneficios económicos

17. ¿Se siente mal con los ingresos que obtiene como comerciante en relación con el esfuerzo que pone en el mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	4,1	4,1	4,1
	Muy pocas veces	18	6,1	6,1	10,2
	Algunas veces	10	3,1	3,1	13,3
	Casi siempre	117	39,9	39,9	53,2
	Siempre	137	46,8	46,8	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

Los resultados muestran que un 46,8%, correspondiente a 137 comerciantes sienten que siempre se sienten mal con los ingresos que obtienen como comerciantes, en relación con el esfuerzo que realizan. Un pequeño grupo con un 3,1%, correspondiente a 10 comerciantes respondieron que algunas veces se ha sentido mal en este aspecto. Esto sugiere que, en general, puede existir una percepción de desajuste entre esfuerzo y remuneración, lo que podría afectar la motivación y satisfacción laboral.

Tabla 22

18. ¿Las condiciones económicas del mercado afectan su satisfacción laboral?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	23	7,8	7,8	7,8
	Muy pocas veces	28	9,6	9,6	17,4
	Algunas veces	197	67,2	67,2	84,6
	Casi siempre	30	10,2	10,2	94,9
	Siempre	16	5,1	5,1	100,0
	Total	294	100,0	100,0	

El porcentaje mayor con un 67,2%, que corresponde a 197 comerciantes indican que perciben que las condiciones económicas del mercado afectan su satisfacción laboral en algunas ocasiones. El porcentaje menor es el 5,1%, que corresponde a 16 comerciantes, quienes afirman que estas condiciones siempre impactan su satisfacción laboral, lo que refleja que, para una pequeña parte de los comerciantes, su satisfacción está vinculada a las fluctuaciones económicas del mercado.

Tabla 23

Correlaciones



		V1	V2
Rho de Spearman	V1	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	294
	V2	Coefficiente de correlación	,277**
		Sig. (bilateral)	<,001
		N	294

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Análisis de los Resultados

El coeficiente de correlación de Spearman es 0.277, lo que indica una correlación positiva débil entre el clima laboral y los niveles de satisfacción. Es decir, a medida que mejora el clima laboral, también tiende a aumentar la satisfacción de los trabajadores, aunque la relación no es muy fuerte.

El valor de significancia ($p < 0.001$) indica que esta relación es estadísticamente significativa. Por lo tanto, no es producto del azar. El tamaño de la muestra ($N = 294$) es suficientemente amplio como para que el resultado tenga validez. La relación es estadísticamente significativa al nivel del 1%, lo cual se indica también con los asteriscos (**). Esto quiere decir que la probabilidad de que esta correlación ocurra por azar es menor al 0.1%.

Discusión

Los resultados obtenidos en la encuesta reflejan diversas percepciones de los comerciantes sobre el clima laboral en los mercados bajo la regulación de Portocomercio, abarcando aspectos como el reconocimiento, las condiciones económicas y la comunicación con sus superiores. Estos hallazgos permiten comprender el nivel de satisfacción, motivación y posibles áreas de mejora dentro de los mercados gestionados por la empresa pública.

Respecto al impacto del trabajo en los demás, la totalidad de los comerciantes consideró que su labor influía positivamente en quienes los rodeaban, indicando una motivación intrínseca y un sentido de propósito. Este hallazgo coincide con la investigación de Ponce et al. (2023), quienes encontraron que la motivación laboral es un factor clave en el clima organizacional de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Ecuador, impactando directamente en el desempeño, la productividad y el compromiso de los empleados.

En relación con el ambiente del mercado, casi todos los comerciantes percibieron que el entorno era cómodo y apto para realizar sus tareas, lo cual es un indicador positivo, ya que un entorno favorable contribuye a una mayor productividad y bienestar. Este resultado es consistente con los estudios de Farias Macias et al. (2021), quienes afirman que un clima laboral positivo favorece significativamente la productividad, promoviendo la motivación, el compromiso y el desempeño de los trabajadores en el contexto ecuatoriano.

En cuanto a la claridad de las directrices para el trabajo, la percepción fue altamente positiva: el 99,7% consideró que las instrucciones eran siempre o casi siempre comprensibles. Esto sugirió que la comunicación interna en cuanto a las expectativas y tareas fue efectiva. Sin embargo, se observó que un pequeño porcentaje consideró que en algunas ocasiones no fueron completamente claras, por lo que una revisión del proceso de comunicación y soporte pudo haber sido beneficiosa para lograr la perfección en ese aspecto. Este hallazgo respalda las conclusiones de Ortega et al. (2024), quienes evidenciaron una correlación positiva alta entre el clima organizacional y el desempeño laboral en empresas de producción y comercialización en Ecuador.

Respecto al reconocimiento social, la mayoría de los comerciantes (85,7%) sintió que siempre recibían reconocimiento, lo cual fue fundamental para mantener la motivación y el compromiso. Este resultado es coherente con los estudios de Cordero y Quispe (2025), quienes encontraron que el reconocimiento y la motivación están estrechamente relacionados con el desempeño laboral en empresas ecuatorianas.

Por otro lado, los datos mostraron que una proporción significativa de comerciantes no se sintió satisfecha con lo que ganaba en relación con su esfuerzo; aproximadamente el 86,7% reportó que siempre o casi siempre se había sentido insatisfecho en ese aspecto. Esto pudo haber afectado la motivación y el compromiso laboral a largo plazo, y requirió de acciones que mejoraran las condiciones y percepciones respecto a la remuneración. Este hallazgo coincide también con la investigación de Farias Macías et al. (2021), quienes señalaron que un clima laboral desfavorable, caracterizado por una remuneración percibida como injusta, limita el rendimiento y afecta la competitividad de las organizaciones en Ecuador.

En relación con las condiciones económicas del mercado, la mayoría de los comerciantes consideró que estas condiciones afectaron su satisfacción laboral en alguna medida, principalmente en ocasiones específicas. Esto indicó que factores externos al control directo de la organización, como la economía general, tuvieron un impacto en la percepción del trabajo y la satisfacción, y podrían haber sido considerados en la planificación y gestión de recursos o incentivos. Este resultado es consistente con los estudios de Cordero y Quispe (2025), quienes encontraron que factores como la motivación y el trabajo en equipo influyen significativamente en el desempeño laboral en empresas de producción y comercialización en Ecuador.

Un aspecto crítico se reflejó en la retroalimentación de los superiores: la mayoría de los comerciantes no recibió comentarios positivos frecuentes sobre su rendimiento. Solo una pequeña proporción recibió retroalimentación siempre o casi siempre, lo cual pudo limitar la motivación por reconocimiento y afectividad, además de dificultar la identificación de áreas de mejora. Implementar prácticas de retroalimentación constructiva y regular habría sido beneficioso para potenciar el desarrollo profesional y motivacional. Este hallazgo coincide con la investigación de Ortega et al. (2024), quienes evidenciaron que la retroalimentación es un factor clave en el desempeño laboral en empresas de producción y comercialización en Ecuador.

Finalmente, fue importante destacar la percepción relativa a la comunicación y reconocimiento por parte de los superiores. La baja frecuencia en los comentarios positivos pudo haber sido un factor que influyó en la satisfacción general, además de comunicar la importancia que la organización le atribuía al reconocimiento y al feedback. Como se mencionó este resultado también logra ser coherente con los estudios de Cordero y Quispe (2025).

Diversos aspectos del ambiente laboral, como la claridad de directrices y el entorno físico, parecieron estar en buen nivel, mientras que otros, como la percepción de remuneración, reconocimiento y retroalimentación, mostraron áreas clave que necesitaron atención. Mejorar la percepción de las compensaciones, fortalecer los sistemas de reconocimiento y retroalimentación, y mantener un ambiente laboral cómodo y saludable fueron factores clave o pasos importantes para aumentar la satisfacción, motivación y productividad en la organización, siendo también este resultado concordante con el estudio de Farias Macias et al. (2021), quienes sostienen que un clima laboral positivo favorece significativamente la productividad, promoviendo la motivación, el compromiso y el desempeño de los trabajadores en el contexto ecuatoriano.

Conclusiones

El análisis estadístico reveló una relación positiva y estadísticamente significativa entre el clima laboral y los niveles de satisfacción de los comerciantes, aunque la correlación fue débil ($r = 0.277$, $p < 0.001$). Esto indica que, en la organización estudiada, un mejor clima laboral se asoció con mayores niveles de satisfacción, pero la fuerza de esta relación no fue suficiente para establecer una influencia determinante. La muestra de 294 participantes proporcionó suficiente poder estadístico para validar estos resultados, sugiriendo que las intervenciones orientadas a mejorar el ambiente interno podrían tener un impacto tendencial en la satisfacción laboral. Sin embargo, dado que la relación es débil, otros factores externos o internos también deben ser considerados en la formulación de estrategias que apunten a incrementar el bienestar y compromiso de los comerciantes. La significancia estadística ($p < 0.001$) refuerza la existencia de esta relación en la población, aunque su impacto práctico requiere de análisis complementarios para definir acciones específicas. Esto resalta la importancia de mantener un ambiente laboral positivo, aunque también reconoce que la satisfacción laboral está influenciada por múltiples variables adicionales.

Los resultados reflejaron que los comerciantes consideran fundamental el impacto positivo de su trabajo en los demás, lo cual indica un sentido de propósito y motivación intrínseca alto. Además, la percepción general del entorno laboral fue muy favorable, con casi el 100% considerando que las condiciones del mercado son adecuadas y que las directrices son claras y comprensibles. Estos aspectos contribuyen a una percepción de bienestar y a un ambiente que favorece la productividad. Sin embargo, aunque el entorno y la comunicación son adecuados, es importante que la organización continúe mejorando en áreas como la retroalimentación y el reconocimiento, para mantener y potenciar esa motivación intrínseca. La percepción del entorno favorable puede ser una base sólida para fortalecer aún más la satisfacción y el compromiso laboral, siempre y cuando se sigan implementando políticas que refuercen estos aspectos positivos. La atención constante en mantener estos niveles y en perfeccionar los procesos internos será clave para sostener un ambiente laboral saludable y motivador, contribuyendo así al logro de los objetivos organizacionales.

A pesar de que la mayoría de los comerciantes percibieron que reciben reconocimiento social, la frecuencia y calidad de estos reconocimientos no fueron suficientes para todos. La mayoría de los comerciantes informó que habitualmente no recibe comentarios positivos frecuentes sobre su rendimiento laboral, lo cual puede afectar la motivación y la satisfacción. La falta

de retroalimentación sincera y constante puede disminuir el sentido de valoración y comprometimiento de los comerciantes, además de limitar su desarrollo profesional. La pérdida de reconocimiento puede también reducir la percepción de apoyo por parte de los superiores, afectando la cultura organizacional y la cohesión de los equipos. Implementar sistemas que promuevan una retroalimentación regular, tanto positiva como constructiva, sería una estrategia clave para elevar la motivación y fortalecer el vínculo emocional con la organización. Además, potenciar procedimientos de reconocimiento formales e informales puede contribuir a elevar la moral y el rendimiento. La organización debe priorizar estas áreas para asegurar que los comerciantes se sientan valorados y motivados a largo plazo, lo que se traducirá en un mejor clima laboral y mayor productividad.

Un porcentaje considerable de comerciantes manifestó sentir insatisfacción con respecto a la remuneración en relación con el esfuerzo que ponen en su trabajo, lo que puede tener efectos negativos sobre su motivación y compromiso. La percepción de que no se recibe una compensación justa puede generar descontento y disminuir la productividad, además de aumentar la rotación del personal. Por otro lado, la influencia de las condiciones económicas del mercado en la satisfacción laboral también fue importante, ya que muchos comerciantes consideraron que estas variables afectan su bienestar en alguna medida. Esto evidencia que, independientemente de las acciones internas, factores externos influyen en la percepción del trabajador y en su motivación. La organización debe analizar y ajustar, en la medida de lo posible, sus políticas salariales y de beneficios, y comunicar claramente los criterios utilizados para determinar los salarios. Además, es fundamental que se fortalezcan los mecanismos internos para reconocer y valorar el esfuerzo laboral, esto reduciría la percepción de injusticia y mejoraría la percepción general del clima laboral.

Los datos mostraron que, aunque algunos aspectos del ambiente laboral son positivos, existen áreas críticas que requieren atención para incrementar el compromiso y la satisfacción de los comerciantes. La percepción de que los comentarios positivos y el reconocimiento son escasos, junto con la insatisfacción salarial, representan obstáculos que pueden afectar la motivación general. Es fundamental que la organización implemente acciones dirigidas a fortalecer la comunicación efectiva, brindar retroalimentación frecuente y reconocer públicamente los logros laborales. Estas acciones promoverán un mayor sentido de pertenencia y motivación, además de mejorar la percepción del clima laboral. Es también recomendable gestionar de manera transparente las variables relacionadas con la remuneración, explicando los criterios y ofreciendo oportunidades de desarrollo profesional. La implementación de estas estrategias, junto con un monitoreo constante de la satisfacción laboral, permitirá crear un entorno más motivador, reducir el estrés, potenciar la productividad y mejorar la relación entre directivos y comerciantes de la EP. En definitiva, fortalecer los aspectos relacionados con reconocimiento y percepción salarial que en este caso guarda relación con las ventas será un paso decisivo hacia un ambiente laboral más saludable y productivo.

Referencias bibliográficas

- Chen, Y., & Wang, Z. (2019). Impacto del clima organizacional en el compromiso y satisfacción de los empleados. *International Journal of Human Resource Management, 30*(8), 1369-1385.
- Cordero, J., & Quispe, M. (2025). Influencia del reconocimiento y la motivación en el desempeño laboral en empresas ecuatorianas. *Revista de Ciencias Empresariales, 18*(2), 45-60.
- EP, P. (2025). *Mercados del Cantón Portoviejo*. Obtenido de Sitio web institucional.
- Farias Macias, L., Pérez, R., & Torres, A. (2021). Clima laboral y productividad: Evidencias en organizaciones del Ecuador. *Polo del Conocimiento, 12*(3), 112-130.
- Fernández, L., & Ramírez, P. (2021). La percepción de significado en el trabajo y su relación con la satisfacción laboral. *Revista Iberoamericana de Gestión, 8*(1), 55-68.
- GAD, P. (2021). Ordenanza sustitutiva mediante la cual se establece la fusión por absorción de la empresa pública Portomercados EP por parte de Portocomercio EP. *VLEX Ecuador*.
- García, C., & Zambrano, L. (2025). Clima organizacional; satisfacción de los clientes; calidad de servicio; desempeño laboral; motivación. *9*(2).
- García, M., Pérez, J., & Torres, L. (2020). Metodología para una revisión de literatura sistemática. *Revista de Investigación en Ciencias Sociales, 45*(2), 123-135.
- García, P., Rodríguez, M., & Pérez, R. (2022). El impacto del clima organizacional en el bienestar de los empleados en las pequeñas empresas. *Journal of Organizational Psychology, 22*(3), 145-159.
- García-Ramos M, Luján-López ME, Martínez-Corona MÁ. (2007). Satisfacción laboral del personal de salud. *Revista de Enfermería del Instituto Mexicano del Seguro Social, 15*(2), 63-72.
- García, R., López, M., & Soto, A. (2020). Clima organizacional y satisfacción laboral: un estudio empírico en pequeñas empresas. *Journal of Business Research, 115*, 301-310.
- Gómez, P., & Ruiz, M. (2022). La influencia de los beneficios económicos en la satisfacción laboral. *Revista de Estudios Organizacionales, 24*(2), 69-84.

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). En 6 (Ed.), *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.
- Hernández-Sampieri, R., & Torres, C. P. (2018). Metodología de la investigación (Vol. McGraw-Hill Interamericana México^eD. F DF.
- Kim, J., & Lee, S. (2019). El impacto de la cultura organizacional en la motivación y el desempeño de los empleados: un estudio de empresas surcoreanas. *Management Decision*, 57(4), 777-792.
- Lima, L., Silva, M., & Torres, S. (2021). La satisfacción laboral y su relación con el rendimiento en las organizaciones actuales. *Revista de Psicología del Trabajo*, 12(3), 45-58.
- López, A., & Ramírez, S. (2020). El involucramiento y su influencia en la satisfacción y el rendimiento laboral. *Revista de Psicología del Trabajo y las Organizaciones*, 36(1), 23-35.
- López, E., & Ramírez, S. (2021). Factores que influyen en la satisfacción laboral en mercados tradicionales durante la pandemia. *Revista de Psicología Organizacional*, 16(1), 35-50.
- López, J. &. (2023). Impacto de las condiciones de trabajo en la motivación y satisfacción laboral. *Revista Psicoeconomía*, 10(2), 102-118.
- López, M., García, E., & Barrera, P. (2020). Variabilidad del clima organizacional y compromiso de los empleados: un papel moderador del apoyo percibido. *Journal of Business Research*, 119, 236-245.
- Martínez, L., Pérez, M., & Gómez, J. (2021). Clima organizacional y satisfacción laboral en mercados tradicionales: Un enfoque en el contexto latinoamericano. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 55(2), 123-135.
- Martínez, P., & Fernández, R. (2021). Comunicación interna y compromiso organizacional: un análisis en empresas actuales. *Revista Iberoamericana de Comunicación Organizacional*, 9(3), 112-127.
- Martínez, R., & Pérez, A. (2021). Percepciones del clima organizacional: Influencia de los estilos de liderazgo y las relaciones interpersonales. *International Journal of Organizational Analysis*, 29(2), 456-473.

- Morales, A., & Castillo, R. (2021). Reconocimiento y satisfacción laboral: un análisis desde la gestión del talento. *Revista Latinoamericana de Administración*, 17(3), 179-193.
- Ortega, P., Salazar, E., & León, D. (2024). Retroalimentación y desempeño laboral en empresas de producción y comercialización en Ecuador. *Hallazgos Académicos*, 9(1), 75-90.
- Pérez, M., & Gómez, R. (2022). La autorrealización y su impacto en el bienestar laboral. . *Revista de Psicología Organizacional*, 15(2), 34-47.
- Ponce, A., Villacrés, F., & Gómez, L. (2023). Motivación laboral y clima organizacional en PYMES ecuatorianas. *Revista Latinoamericana de Administración*, 11(4), 56-71.
- Rodríguez, J., & Pérez, A. (2019). Estrategias para mejorar los niveles de satisfacción en ambientes laborales: Una revisión conceptual. *Revista Iberoamericana de Gestión*, 7(2), 89-102.
- Salinas Arreortua, L. (2016). Transformación de mercados municipales de Madrid: De espacio de consumo a espacio de esparcimiento. *Revista invi*, 31(86), 179-201.
- Santos, D., Almeida, P., & Ribeiro, F. (2022). Percepciones de los empleados sobre el entorno laboral y la seguridad psicológica: un estudio transversal. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 31(1), 84-98.
- Torres, A., & Morales, S. (2020). Condiciones laborales y su influencia en la satisfacción de los empleados. *Revista Mexicana de Psicología*, 37(4), 285-299.
- Vargas, S., & Pérez, F. (2020). La supervisión y su papel en la satisfacción laboral: un enfoque desde la gestión. *Revista de Administración y Desarrollo*, 4(1), 12-25.

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Agradecimiento:

N/A

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.