

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Tema: “Análisis de la administración del talento humano y la relación de satisfacción del cliente interno y externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega de la ciudad de Tulcán”.

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Licenciatura en Administración de Empresas y Marketing

AUTORES: Cepeda Pérez Erika Viviana

Ponce Pozo Paul Andres

TUTOR: MSc. Quinde Sari Freddy Richard

Tulcán, 2021

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que los estudiantes Cepeda Pérez Erika Viviana con el número de cédula 0401812110 y Ponce Pozo Paul Andrés con el número de cédula 0401724778 han elaborado el trabajo de titulación: “Análisis de la administración del talento humano y la relación de satisfacción del cliente interno y externo de la cooperativa de ahorro y crédito Pablo Muñoz Vega de la ciudad de Tulcán”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



Firmado electrónicamente por:
1709123788 FREDDY
RICHARD QUINDE
SARI



Firmado electrónicamente por:
EDWIN MARCELO
CAHUASQUI
CEVALLOS

Msc. Quinde Sari Freddy Richard

Msc. Edwin Marcelo Cahuasquí Cevallos

TUTOR

LECTOR

Tulcán, mayo 2021

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de licenciatura en la carrera de administración de empresas y Marketing de la facultad de comercio internacional, integración, administración y Economía Empresarial.

Nosotros, Cepeda Pérez Erika Viviana con cédula de identidad número 0401812110 y Ponce Pozo Paul Andrés con el número de cédula 0401724778 declaramos: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.

Cepeda Pérez Erika Viviana

Ponce Pozo Paul Andres

AUTORA

AUTOR

Tulcán, mayo 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, Cepeda Pérez Erika Viviana y Ponce Pozo Paul Andres declaramos ser autores de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Análisis de la administración del talento humano y la relación de satisfacción del cliente interno y externo de la cooperativa de ahorro y crédito Pablo Muñoz Vega de la ciudad de Tulcán.” y eximimos expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Cepeda Pérez Erika Viviana

Ponce Pozo Paul Andres

AUTORA

AUTOR

Tulcán, mayo 2021

AGRADECIMIENTO

Erika Cepeda

Deseo expresar mi enorme agradecimiento a mis padres, por su esfuerzo, por darme siempre lo mejor para mis estudios y brindarme motivación en cada aspecto de mi vida, ellos son la razón y la alegría de seguir adelante en esta etapa educacional.

AGRADECIMIENTO

Paul Ponce

Mi agradecimiento va dirigido a Dios, que me ha permitido vivir un día a la vez, también a mis padres y esposa, quienes siempre estuvieron apoyándome en cada paso que he dado, gracias por brindarme ese apoyo, comprensión y fortaleza que me ayudo a seguir adelante con el fin de cumplir todas mis metas.

DEDICATORIA

Erika Cepeda

A mi Poder Superior como lo concibo, Dios, por permitirme tener y disfrutar un día más de vida. Además, dedico de manera especial a mis padres quienes con su esfuerzo me brindaron su apoyo emocional, económico para lograr culminar mis estudios, pues ellos son el principal motor de superarme en la vida, a mi esposo por su aporte en cada nivel de mi carrera, y su apoyo moral que me ha fortalecido en aquellos momentos de dificultad.

DEDICATORIA

Paul Ponce

A Dios que me ayudo a salir adelante regalándome la vida y el día a día para poder seguir cumpliendo las metas propuestas tanto educativas como personales, a mis padres quienes me apoyaron para seguir adelante en las buenas y malas, a pesar de las de los problemas ellos seguían ahí brindándome su apoyo, a mi grupo de Alcohólicos Anónimos que me brindaron fortaleza y esperanza para seguir con mi vida porque gracias a ellos pude encontrar un nuevo rumbo de vida.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| ABSTRACT | 14 |
| INTRODUCCIÓN..... | 15 |
| I. PROBLEMA..... | 16 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 16 |
| 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | 17 |
| 1.3. JUSTIFICACIÓN | 17 |
| 1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN | 18 |
| 1.4.1 Objetivo general | 18 |
| 1.4.2 Objetivos específicos..... | 18 |
| 1.4.3. Preguntas de investigación | 18 |
| II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 19 |
| 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS..... | 19 |
| 2.2. MANEJO TEÓRICO DE LA ADMINISTRACIÓN DE TALENTO HUMANO Y LA RELACIÓN DE SATISFACCIÓN CON EL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO..... | 20 |
| 2.2.1. Administración del talento humano y sus aspectos internos y externos..... | 20 |
| 2.2.2. La importancia de los clientes internos y externos en las organizaciones..... | 23 |
| 2.2.3. Administración del talento humano y satisfacción de clientes internos y externos | 26 |
| III METODOLOGÍA..... | 28 |
| 3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO | 28 |
| 3.1.1. Tipos de investigación..... | 28 |
| 3.2. HIPÓTESIS | 29 |
| 3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES..... | 29 |
| 3.3.1. Operacionalización de variables..... | 30 |
| 3.4. MÉTODOS UTILIZADOS..... | 31 |
| 3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS..... | 31 |
| 3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA | 32 |
| 3.6.1. Población de la administración de talento humano | 32 |
| 3.6.2. Población de clientes internos | 32 |
| 3.6.3. Población de clientes externos..... | 32 |
| 3.6.4. Análisis estadístico | 33 |
| IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | 34 |

| | | |
|----------|---|----|
| 4.1. | RESULTADOS | 34 |
| 4.1.1. | Análisis de la satisfacción del cliente interno. | 34 |
| 4.1.1.1 | Satisfacción del cliente interno enfocado al clima laboral..... | 34 |
| 4.1.1.2 | Satisfacción del cliente interno basado en el desempeño..... | 35 |
| 4.1.1.3 | Satisfacción del cliente interno enfocado en la motivación..... | 35 |
| 4.1.1.4 | Satisfacción del cliente interno de acuerdo a la satisfacción laboral. | 36 |
| 4.1.1.5 | Valoración total de las medias del análisis de satisfacción del cliente interno. | 36 |
| 4.1.2. | Análisis de la satisfacción cliente externo. | 37 |
| 4.1.2.1 | Satisfacción del cliente externo enfocado a la fidelización. | 37 |
| 4.1.2.2 | Satisfacción del cliente externo enfocado en la capacidad de respuesta..... | 38 |
| 4.1.2.3 | Satisfacción del cliente externo basada en la atención. | 38 |
| 4.1.2.4 | Satisfacción del cliente externo en la comunicación. | 39 |
| 4.1.2.5 | Valoración total de las medias del análisis de satisfacción del cliente externo. | 39 |
| 4.1.3. | Análisis de la administración del talento humano | 40 |
| 4.1.3.1. | Administración para la integración del talento humano. | 40 |
| 4.1.3.2 | Administración para la motivación de talento humano. | 40 |
| 4.1.3.3 | Administración de clima laboral de talento humano. | 41 |
| 4.1.3.4 | Administración del talento humano enfocado a la satisfacción laboral..... | 41 |
| 4.1.3.5 | Valoración de las medias totales de la administración de talento humano. | 42 |
| 4.2. | DISCUSIÓN..... | 44 |
| 4.2.1. | Correlación administración de talento humano con la satisfacción del cliente interno . | 44 |
| 4.2.1.2 | Satisfacción del cliente interno de acuerdo con el género | 45 |
| 4.2.2 | Relación administración de talento humano con la satisfacción del cliente externo. | 45 |
| V. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 47 |
| 5.1 | CONCLUSIONES..... | 47 |
| 5.2 | RECOMENDACIONES..... | 48 |
| VI | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 49 |
| VII | ANEXOS..... | 52 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|----------|---|----|
| Tabla 1. | Operacionalización de variables | 30 |
| Tabla 2. | Estadísticas de fiabilidad por formulario | 31 |
| Tabla 3. | Nivel de satisfacción del cliente interno en el clima laboral | 34 |

| | |
|--|----|
| Tabla 4. Nivel de satisfacción del cliente interno basado en el desempeño | 35 |
| Tabla 5. Nivel de Satisfacción del cliente interno enfocado en la motivación..... | 35 |
| Tabla 6. Nivel de satisfacción del cliente interno de acuerdo a la satisfacción laboral..... | 36 |
| Tabla 7. Nivel de satisfacción del cliente interno..... | 36 |
| Tabla8. Nivel de satisfacción del cliente externo enfocado a la fidelización..... | 37 |
| Tabla 9. Satisfacción mediante capacidad de respuesta | 38 |
| Tabla 10. Satisfacción mediante atención | 38 |
| Tabla 11. Satisfacción mediante comunicación | 39 |
| Tabla 12. Media aritmética de la satisfacción del cliente externo..... | 39 |
| Tabla 13. Integración de talento humano | 40 |
| Tabla 14. Motivación de talento humano | 41 |
| Tabla 15. Clima laboral de talento humano..... | 41 |
| Tabla 16. Satisfacción laboral de talento humano..... | 42 |
| Tabla 17. Media aritmética total de la administración del talento humano..... | 42 |
| Tabla 19. Correlación administración de recursos humanos y cliente interno | 44 |
| Tabla 20. Correlación administración de recursos humanos y cliente externo | 46 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Nivel de ingresos del cliente interno | 62 |
| Figura 2. Nivel de educación del cliente interno | 63 |
| Figura 3. Tiempo de trabajo del cliente interno..... | 64 |
| Figura 4. Ingresos del cliente externo..... | 65 |

ÍNDICE ANEXOS

| | |
|--|----|
| Anexo 1: Certificado o Acta de Perfil de Investigación | 52 |
| Anexo 2: Certificado de Abstrac por parte de idiomas | 54 |
| Anexo 3: Oficio gerente cooperativa..... | 55 |
| Anexo 4: Formulario aplicado al personal del departamento de recursos humanos | 58 |
| Anexo 5: Formulario aplicado a los clientes internos (trabajadores de la cooperativa)..... | 59 |
| Anexo 6: Formulario aplicado al cliente externo | 60 |
| Anexo 7: Número de pruebas piloto para clientes externos | 61 |

| | |
|---|----|
| Anexo 8: Alfa de Cronbach por constructos del formulario dirigido a dpto. de Talento Humano | 61 |
| Anexo 9: Alfa de Cronbach por constructos del formulario a Cliente Interno | 61 |
| Anexos 10: Alfa de Cronbach por constructos del formulario aplicado a cliente externo | 62 |
| Anexo 11: Características demográficas de los clientes internos y externos | 62 |
| Anexo 12: Medias total cliente interno | 66 |
| Anexo 13: Medias de cada constructo cliente interno | 66 |
| Anexo 14: Medias total cliente externo | 66 |
| Anexo 15: Medias de cada constructo cliente externo | 66 |
| Anexo 16: Medias total recurso humano | 67 |
| Anexo 17: Medias de cada constructo recurso humano | 67 |
| Anexo 18: Correlación talento humano & cliente interno | 67 |
| Anexo 19: Correlación talento humano & cliente externo | 68 |

RESUMEN

La administración del talento humano es un componente fundamental de la estrategia de fidelización de clientes, permite que las organizaciones se desarrollen, para lo cual es preciso el diseño y ejecución de factores que administren al personal interactuando directa o indirectamente con los clientes, de esa manera se pueden satisfacer las necesidades de los colaboradores y la cartera de clientes. Considerando lo anterior, esta investigación expone un análisis de la administración del talento humano y la relación de satisfacción del cliente interno y externo de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega, en la ciudad de Tulcán.

El estudio tuvo tres fuentes de información 3 personas responsables del departamento de talento humano, 84 clientes internos y 381 clientes externos de la cooperativa. Los principales resultados indican que la administración del talento humano no tiene relación con la satisfacción de clientes internos y externos, con coeficientes de correlación de $-0,17042369$ y $-0,315314861$ respectivamente, lo que supondría la existencia de más factores que están fuera de las competencias de la administración del recurso humano, es decir, existe la posibilidad que otros aspectos externos influyan para mantener la satisfacción de los colaboradores y clientes.

Palabras clave: Administración del talento humano; satisfacción; clientes internas, cliente externo.

ABSTRACT

The management of human talent is a fundamental component of the customer loyalty strategy that allows organizations to develop, for which it is necessary to design and execute training programs for personnel who interact directly or indirectly with customers, in this way. the needs of the collaborators and the client portfolio can be satisfied. Considering the above, this research presents an analysis of the management of human talent and the internal and external customer satisfaction relationship of the Pablo Muñoz Vega Cooperative, in the city of Tulcán.

The study had three sources of information, three people responsible for the human talent department, 84 internal clients and 381 external clients of the cooperative. The main results indicate that the management of human talent has a negligible and negative relationship with the satisfaction of internal and external clients, with correlation coefficients of -0.17042369 and -0.315314861 respectively, which would imply the existence of more factors that are outside the competencies of human resource administration, that is, there is the possibility that other external aspects may influence to maintain employee and customer satisfaction.

Keywords: Human talent management; satisfaction; internal customers, external customer.

INTRODUCCIÓN

La Cooperativa Pablo Muñoz Vega, es una institución que se dedica a la prestación de servicios financieros desde hace 56 años y tienen sus oficinas principales en la ciudad de Tulcán. En el transcurso del tiempo su participación de mercado creció, además aumentó su personal en las diferentes áreas. Tales cambios implican nuevos desafíos para la cooperativa, uno ellos, les corresponde a los responsables de la administración del talento humano que deben tomar decisiones para garantizar la satisfacción de los empleados y los clientes.

El departamento de talento humano de la cooperativa no conoce si sus empleados están satisfechos con las condiciones laborales, lo cual es una situación negativa para la institución financiera, pues son los colaboradores quienes prestan el servicio e influyen en la satisfacción de los clientes. Considerando lo anterior el objetivo de esta investigación es analizar la relación entre la administración del talento humano y la satisfacción del cliente interno y externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega, para identificar si existen áreas de mejora en la administración del talento humano.

Para alcanzar el objetivo descrito anteriormente, el informe se encuentra estructurado en cinco capítulos. El primer capítulo expone el planteamiento del problema, la justificación, objetivos y preguntas de investigación. En el segundo capítulo se presentan los antecedentes investigativos y se detalla que la teoría de la administración del talento humano y el servicio al cliente constituyen el fundamento teórico de este trabajo. En el tercer capítulo se describen los aspectos metodológicos de la investigación, por ejemplo, este trabajo adoptó un enfoque cuantitativo que implicó el uso de estadísticos descriptivos como la media aritmética y estadísticos explicativos como el coeficiente de correlación para determinar dos aspectos esenciales, primero en qué procesos de la administración del talento humano existe una oportunidad de mejora, y segundo, establecer si existe algún tipo de relación entre las variables de estudio. Además, se construyó y validó tres cuestionarios que se aplicaron a un total de 468 participantes, 84 trabajadores, 3 personas encargadas del área de recursos humanos y 381 usuarios.

El cuarto capítulo presenta los principales hallazgos de este trabajo, que permitieron tomar una decisión con respecto a las hipótesis de investigación. Finalmente, en el capítulo cinco se exponen las conclusiones y recomendaciones del informe.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

En Ecuador la mayoría de las empresas administran su talento humano basándose en esquemas tradicionales, considerando únicamente funciones básicas de tipo transaccional y administrativas generales, tomando como responsabilidades únicamente el pago de salarios, control de la asistencia, seguridad y limpieza; lo que significa que descartan las necesidades, gustos y preferencias tanto de clientes internos y externos. La falta de interés en medir la satisfacción de estos grupos con respecto a la administración de talento humano no les permite conocer qué áreas son fuertes y en cuáles hay oportunidades para mejorar.

A nivel local, en el departamento de talento humano de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega con sede en la ciudad de Tulcán, se identificó que hasta el momento no existen indicadores que reflejen la percepción actual respecto a la satisfacción de sus colaboradores. Esto supone una situación negativa porque tratándose de una empresa que presta servicios financieros, los empleados están en contacto permanente con los clientes y si un trabajador de la cooperativa no está satisfecho, tampoco realizará su trabajo como esperan los usuarios de la cooperativa, lo cual puede ocasionar la desafiliación de los clientes.

El departamento del talento humano de la cooperativa no hace un seguimiento integral de las acciones de sus colaboradores mientras prestan el servicio a los clientes, probablemente por los costos que supone, y la cooperativa por la composición de su portafolio de servicios tampoco tiene una metodología para medir la satisfacción del cliente. Tales inconvenientes impiden que los responsables del departamento tomen decisiones correctivas en el caso de existir inconvenientes entre los empleados y los clientes, sin esta información la cooperativa no puede saber, por un lado, qué servicios necesitan mejoras para satisfacer las necesidades de los usuarios; y, por otro lado, desconocen las necesidades de sus empleados.

En resumen, el problema de esta investigación es la desconexión entre la administración del talento humano y la satisfacción de los clientes internos y externos de la cooperativa, puesto que la información relacionada con la satisfacción de los empleados y los clientes resulta insuficiente para la toma de decisiones que permita mantener e incrementar la cartera de clientes.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la relación de la administración del talento humano con la satisfacción del cliente interno y externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Existen pocas investigaciones relacionadas con el tema propuesto, en ese sentido, este trabajo es importante porque constituye un recurso indispensable para los futuros estudios que aborden problemáticas que involucren a los componentes de la administración del talento humano y la satisfacción de los trabajadores y clientes, que a decir de los estudiosos es crucial para la toma de decisiones que impulsen el crecimiento económico de la institución financiera.

La investigación de este tema permite conocer cómo se desempeña actualmente el departamento de talento humano de la cooperativa, contribuyendo con un aporte para que los directivos de la organización se guíen y puedan tener una visión más clara del impacto de los problemas encontrados, además el valor de dicho análisis reside en esclarecer la realidad de los niveles de satisfacción tanto del colaborador (cliente interno), como del usuario (cliente externo). Los beneficiarios directos de este estudio son todas las personas que conforman el equipo de trabajo de la cooperativa, ya que una vez que conozcan los resultados, podrán usar dicha información para establecer los cambios necesarios que beneficien al clima organizacional y así tomar en cuenta que el éxito de la cooperativa dependerá del apoyo de todos sus colaboradores y clientes. Además, los trabajadores serán capaces de entender como con sus acciones, desempeño y conocimientos influyen, ya sea de manera positiva o negativa en la satisfacción de los clientes de la cooperativa. Todo esto con el fin de ofrecer una mirada integral de la aportación que ha realizado el área de recursos humanos hasta la fecha, la cual permitirá explicar claramente los resultados obtenidos de las variables planteadas.

Por último, desde el punto de vista académico la investigación aporta conocimientos de índole teórico-prácticos, puesto que los resultados de este estudio reflejan como lo aprendido durante la carrera universitaria se aplica en un contexto organizacional real, en el cual la importancia de la información implica el diseño de una metodología que cuente con instrumentos validados, para de esa manera tomar decisiones que preserven los aspectos filosóficos como la misión y visión de las instituciones del sector financiero.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

Analizar la relación de la administración del talento humano con la satisfacción del cliente interno y externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega, en la ciudad de Tulcán.

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación de la administración de talento humano con la satisfacción del cliente interno y externo mediante una correlación de las variables.
- Presentar los hallazgos y discusión de los resultados que facilitaron determinar si existe relación entre la administración de talento humano y la satisfacción del cliente interno y externo.
- Explicar la relación de la administración de talento humano con la satisfacción del cliente interno.
- Explicar la relación de la administración de talento humano con la satisfacción del cliente externo.

1.4.3. Preguntas de investigación

¿Cuáles son los niveles de satisfacción para el cliente interno y externo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega?

¿Cuál es la relación de la administración de talento humano con la satisfacción del cliente interno?

¿Cuál es la relación de la administración de talento humano con la satisfacción del cliente externo?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Las siguientes investigaciones constituyen los antecedentes, el criterio para su selección fue tema y objetivos similares a este trabajo de investigación, en ese sentido, cada uno de los siguientes estudios permitieron el desarrollo de la presente investigación, a continuación, se describe cuál fue el aporte de estos.

Se tomó en cuenta la investigación de Pinco (2017), para la construcción del cuestionario dirigido a los responsables del departamento de talento humano de la cooperativa, el cual está basado en cuatro de las cinco dimensiones de la administración del talento humano de Chiavenato (2007) que son integración, motivación, clima y satisfacción laboral que conforman la variable independiente. Además, la investigación de Pinco permitió seleccionar al coeficiente de correlación como el estadístico para validar las hipótesis de investigación.

El estudio de Peralta (2017), permitió elaborar el instrumento para medir la satisfacción del cliente interno (los trabajadores de la cooperativa), el cual está basado en cuatro de las cinco dimensiones del cuestionario de satisfacción S20/23 validado en 1989 por Peiro y Melia, dando un total de 16 ítems. Las dimensiones seleccionadas fueron satisfacción con el clima laboral, satisfacción con el desempeño en el puesto de trabajo, satisfacción con la motivación y la satisfacción laboral. Peralta sugirió que una vez modificado el instrumento original es conveniente calcular el nivel de confiabilidad global y por constructo mediante el coeficiente de alfa de Cronbach, para garantizar la fiabilidad del instrumento modificado.

La investigación de Pasquel (2019), facilitó el diseño del cuestionario para medir la satisfacción del cliente externo desde cuatro dimensiones fidelización, capacidad de respuesta, atención y comunicación. Después de la revisión del trabajo de Pasquel se determinó que, para argumentar y discutir los resultados respecto a la satisfacción del cliente, el fundamento teórico debe ser el realizado en base al servicio al cliente. Los estudios citados en este apartado también facilitaron la elaboración de la discusión de esta investigación, puesto que entre las conclusiones y recomendaciones de tales estudios se reconoce que toda institución pública o privada debe actualizarse con herramientas modernas que incentiven y motiven al personal de las instituciones. La administración del talento humano debe buscar, adecuar e implementar los

instrumentos, programas, estrategias y factores que se conviertan en una guía para alcanzar la satisfacción de las personas lo cual servirá para la toma de decisiones mejorando la eficacia y eficiencia de los colaboradores.

2.2. MANEJO TEÓRICO DE LA ADMINISTRACIÓN DE TALENTO HUMANO Y LA RELACIÓN DE SATISFACCIÓN CON EL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO.

El propósito de este apartado es exponer los fundamentos teóricos de la investigación, en ese sentido, esta sección se divide en tres partes, primero se explica que se entiende por administración del talento humano y cuáles son sus componentes; segundo, se describe los tipos de cliente interno y externo, y qué se debe considerar para medir su satisfacción; y, tercero, se presenta desde la perspectiva de la administración del talento humano cómo esta podría relacionarse con la satisfacción de los clientes internos y externos.

2.2.1. Administración del talento humano y sus aspectos internos y externos.

La administración del talento humano (ATH) es aplicable a cualquier tipo de organización, no importa el tamaño o el sector en el cual opere una empresa. La ATH también es interdisciplinaria y se relaciona con múltiples campos del conocimiento (Chiavenato, 2007). En ese sentido, es comprensible que el interés de los responsables de la ATH estén en los aspectos internos y externos de las organizaciones.

Para Chiavenato no existen principios universales para la ATH, por tanto, es situacional, en otras palabras depende de las características internas y externas de la empresa tales como los aspectos filosóficos, el desarrollo tecnológico, la competencia en el sector y especialmente la cantidad y calidad del talento humano, entre otros factores. En ese orden de ideas, las técnicas para ejercer la ATH son flexibles y dependen de los cambios que se produzcan en los aspectos antes citados, por esa razón un esquema exitoso de ATH en ciertas empresas puede no serlo para otras.

Resulta imposible prever qué recursos organizacionales serán importantes en el futuro, pero actualmente el capital humano es indispensable, porque son las personas con sus destrezas y conocimiento las causantes del avance exponencial del desarrollo tecnológico (Agüero y Cuellar, 2012). Con estas consideraciones, Dessler (2009) expuso que la ATH debe ser la responsable de aclarar qué tipo de relación debería existir entre la administración y los empleados, determinar los mecanismos para que los empleados puedan participar en la toma de

decisiones que puedan o no afectar sus derechos y obligaciones como integrantes de la empresa, solo así, se lograría priorizar el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Desde un punto sistémico las empresas, independientemente de su naturaleza, administran el capital humano con el propósito de alcanzar los objetivos organizacionales. En ese mismo orden de ideas, Villalpando (2014) explica que: “las actividades esenciales de las personas para lograr los objetivos de la organización, consiste en contratar sus servicios desarrollar sus habilidades y motivaras para alcanzar altos niveles de desempeño” (p. 4).

Considerando lo expuesto en los párrafos anteriores, se puede decir que la administración del talento humano no solo debe ser considerada como un conjunto de acciones las cuales son importantes para potenciar el desempeño y desarrollo de las personas como lo afirma Villalpando, sino que también debe entenderse como un factor para garantizar la satisfacción del capital humano y de los respectivos clientes, buscando el compromiso del personal con la empresa, por lo tanto, debe ir más allá de lo interno; al menos dentro de las organizaciones que prestan servicios el talento humano juega un rol protagónico dentro de la organización y mucho más los integrantes del departamento de talento humano, que son responsables de gestionar el capital humano necesario para la obtención de las metas corporativas.

Chiavenato (citado en Pinco, 2017) considera que existen cuatro dimensiones para evaluar los esfuerzos de los responsables del departamento de ATH: 1) integración, 2) motivación, 3) clima laboral y 4) satisfacción laboral. El proceso de integración del personal se ejecuta con el propósito de establecer un buen clima laboral y crear lazos de cooperación, de esa manera el personal nuevo y experimentado puede asegurar la mutua aceptación, transmisión de confianza y de responsabilidad (Chiavenato, 2007). Además, es uno de los indicadores para medir la satisfacción laboral. Para García (2015) la función de integración es una actividad básica del área de recursos humanos, la cual se realiza mediante la coordinación de acciones inductivas que logran la adaptación de los nuevos empleados, y que además permite identificar si pueden cumplir las normas y moverse ágilmente en la empresa.

Por otro lado, Charleux y Loubat (2016) sostienen que la motivación es el motor que impulsa al comportamiento humano a realizar actividades con mayor entusiasmo, también puede concebirse como una fuerza interior que empuja a las personas a realizar un determinado trabajo a cambio de incentivos, para obtener resultados satisfactorios, la organización debe asegurar la motivación en su personal para sacar lo mejor de ellos en su desempeño. No obstante, es

probable que la motivación sea el único factor que se encuentra parcialmente fuera del control de los responsables de la administración del talento humano, puesto que se trata de un elemento cognitivo del individuo, que en ocasiones busca más que las recompensas monetarias, por esa razón se contemplan planes de salud, los programas de reconocimiento, los ascensos y los reconocimientos simbólicos.

En cuanto al clima laboral, Chiang (2010) lo concibe como un ambiente psicológicamente significativo, es decir, está constituido por la combinación de emociones, personalidades y actitudes de los colaboradores que trabajan en una determinada organización, este mismo autor acota que el clima depende del entorno físico, los dispositivos o máquinas que se usen para desarrollar las tareas. En ese orden de ideas, el clima laboral está estrechamente relacionado con los procesos de integración y motivación, de hecho, podría decirse que la combinación de estos elementos determinan las normas de convivencia entre los trabajadores de toda la organización.

Finalmente, la satisfacción laboral que puede definirse como la sensación de felicidad o la actitud positiva que tiene el personal de una empresa al momento de realizar las actividades en su jornada es influenciada por varios aspectos (Arias y Arias, 2014), entre ellos la relación que existe entre empleados y los responsables de la alta gerencia, la motivación, integración, clima laboral y los diferentes programas de incentivos; los cuales tienen la finalidad de generar el sentido de pertenencia en los trabajadores. Arias y Arias (2014) insisten en que, si los empleados están satisfechos encuentran maneras creativas de resolver los problemas en la atención de los clientes. A simple vista se podría decir que el elemento más importante para alcanzar un nivel de satisfacción laboral significativo es la existencia de un buen clima laboral, lo cual se traduce en un beneficio para alcanzar el éxito empresarial, por lo tanto, los responsables de la administración del talento humano deben promover las buenas relaciones entre compañeros, el trabajo en equipo, ambiente optimista, colaboración, confianza que son componentes que generan bienestar y estabilidad del colaborador en la empresa.

Dado que las organizaciones están conformadas por individuos, una mala ATH puede afectar el flujo de trabajo de las organizaciones y cuando se trata de empresas que prestan servicios, los resultados de una mala gestión del talento humano en cualquiera de las dimensiones descritas en los párrafos anteriores, suponen una reducción en las ventas o probablemente la pérdida de clientes (Dessler, 2009).

2.2.2. La importancia de los clientes internos y externos en las organizaciones.

Para efectos de esta investigación se consideran dos tipos de clientes que son de igual importancia para las empresas, estos son los clientes internos y externos. Respecto del primer tipo Jiménez (2017) explicó que los clientes no solo son las personas que adquieren bienes o servicios, sino que también son todos los colaboradores que contribuyen al crecimiento de la empresa, es decir, todo el personal, miembros, equipo de empleados que trabajan en la empresa denominados también como clientes internos; los cuales cumplen con responsabilidades definidas dentro del proceso de producción. Por lo tanto, este tipo de cliente debe ser tomado cuenta, es decir, no dejar de lado su opinión ya que son indispensables para alcanzar los objetivos organizacionales. Con esto en mente, la administración del talento humano debe utilizar un enfoque que entienda esa dualidad, que el trabajador al mismo tiempo es cliente.

Por su parte, los clientes externos son las personas que satisfacen sus necesidades al adquirir o contratar productos o servicios procedentes de una empresa, de manera específica son aquellos que pagan por un producto/servicio después de tomar la decisión de compra, algunos pensadores creen que el cliente es el activo más importante de las empresas, más aún si prestan servicios (Jiménez, 2017).

Considerando lo expuesto en los párrafos anteriores, los clientes internos y externos se diferencian por como interactúan con la organización, los primeros son agentes que trabajan en los procesos internos de la propia empresa para fabricar productos o vender nuevos servicios, mientras que, los clientes externos desconocen los procesos internos y solo adquieren el producto o servicio para satisfacer sus necesidades. En ese orden de ideas, los factores que determinan el nivel de satisfacción de los clientes internos y externos son distintos y se detallan a continuación.

2.2.2.1. Factores que determinan la satisfacción del cliente interno

Dado que los clientes internos son quienes ejecutan los procesos de la propia empresa, los llamados a garantizar la satisfacción de estos son los responsables de la ATH. En ese sentido, Peiro y Melia citados en Peralta (2017) sugirieron que son cuatro factores que determinan la satisfacción del cliente interno que son: 1) satisfacción con el clima laboral, 2) satisfacción con el desempeño en el puesto de trabajo, 3) satisfacción con la motivación y 4) la satisfacción laboral. La percepción del cliente interno sobre el clima laboral de la empresa proporciona un punto de vista diferente respecto de los encargados de la ATH, porque pueden existir las

condiciones y normas de convivencia en el espacio de trabajo, pero puede que no sean adecuadas o existan conflictos que las propias normas no puedan solucionar apropiadamente y de como resultado fricciones entre la alta administración y los clientes internos, incomodidad en el trabajo, el irrespeto entre los propios colaboradores, que pueden casionar pérdidas importantes para la empresa (Chiang, 2010).

Por otra parte, el desempeño laboral es, quizá, el indicador que permite a los responsables de la administración del talento humano tomar decisiones respecto al comportamiento de los colaboradores (o clientes internos). Para Sánchez (2016) el desempeño valora un conjunto de destrezas, actitudes, conocimientos, que posee el personal de una empresa para desempeñar varias actividades y alcanzar buenos resultados; tales aspectos favorecen al estímulo intelectual del trabajador para alcanzar mayor productividad en el desarrollo de las tareas designadas, si el empleado se siente capacitado en la elaboración del trabajo requerido puede mejorar los indicadores de productividad de su área. Ahora bien, el departamento de talento humanos debe basar sus decisiones respecto al trabajo de los colaboradores, contrastando los indicadores de satisfacción y desempeño laboral, de esa manera se tiene una visión integral y los programas serán coherentes para mejorar el desempeño de sus colaboradores con el beneficio de obtener los mejores resultados y lograr el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

En cuanto a la satisfacción con la motivación, este factor permite obtener información relacionada a la implementación de los planes de salud, los programas de incentivos, los salarios y la forma como se ejecutan los ascensos desde la perspectiva del trabajador, porque pueden existir casos en los cuales por cuestiones de presupuestos u otros elementos una mala implementación de tales procesos ocasione una percepción de inconformidad laboral en los clientes internos (Charleux y Loubat, 2016).

El último factor para determinar la satisfacción del cliente interno es la satisfacción laboral, que valora elementos como la relación ente jefes y empleados, la percepción de estabilidad de los trabajadores y la comodidad en el trabajo de los clientes internos, contrastar las percepciones de los responsables de ATH y los clientes internos proporcionará una visión integral de las fortalezas y debilidades de la gestión del talento humano que pueden mejorarse y lograr los objetivos organizacionales (Arias y Arias, 2014).

2.2.2.1. Factores que determinan la satisfacción del cliente externo

Kotler (2002) consideró que la expresión satisfacción se representa como todas las impresiones y emociones de placer o decepción que tiene el cliente al confrontar el desempeño observado de un producto o servicio con sus perspectivas. La satisfacción del cliente requiere el compromiso de la alta gerencia, el departamento de marketing y el departamento de la administración del talento humano, para constituirlo como un principio organizacional.

La satisfacción del cliente es un indicador que valora la eficiencia del mix de marketing, y medir el grado de satisfacción permite identificar las posibles oportunidades de mejora, para calcular la satisfacción basta con determinar la brecha entre el desempeño percibido del servicio y las expectativas. Si el desempeño se queda corto ante las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas. El cliente queda satisfecho. Si el desempeño excede a las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado (Kotler, 2002).

Para efectos de esta investigación se consideraron cuatro dimensiones para medir la satisfacción del cliente externo que son: 1) fidelización, 2) capacidad de respuesta, 3) atención al cliente y 4) comunicación. Cobo (2014) explicó que la fidelización trata de constituir un lazo significativo el cual sea duradero y verdadero entre la relación de empresa y cliente, es decir, que una vez realizada la compra siga adquiriendo constantemente los productos o servicios brindados y no pierda contacto con la empresa consiguiendo que el cliente regrese habitualmente. Una estrategia importante en las organizaciones es lograr la fidelización de los clientes, porque captar nuevos clientes es costoso si se compara con la implementación de programas que incluyan un trato personalizado, buena atención, y como punto más relevante hacerle sentir especial. En cierto sentido para fidelizar clientes se debe hacer que se vuelvan asiduos, para ello se debe diseñar un buen servicio o producto de buena calidad.

Por otra parte, Yépez y Cabrera (2016) explican que la capacidad de respuesta es la disposición de ayuda que tiene el personal de una empresa para ofrecer soluciones certeras ante posibles inquietudes o problemas con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes de forma rápida y responsable. Cuando los colaboradores tienen la disposición de centrar su atención en el usuario de manera eficiente y eficaz, sentirá, que la información es rápida y adecuada, se le podría definir también como la orientación estratégica que permite atender las dudas, dificultades o problemas con la finalidad de retroalimentar las cuestiones del servicio.

En cuanto a la atención al cliente, Mosquera (2018) explicó que las organizaciones alcanzan el éxito gracias a sus clientes, por lo tanto, dependen en mayor grado de ellos, resulta que son el motor fundamental del funcionamiento de un negocio, es decir, las organizaciones invierten en programas de capacitación en el personal que interactúan directamente con el cliente, para proporcionarle una excelente experiencia y satisfacer sus necesidades; sin embargo, en empresas prestadoras de servicio este personal también promueve el desarrollo organizacional, en ese sentido, las organizaciones necesitan diseñar estrategias pensadas en cada cliente. En otras palabras, la atención al cliente es importante, puesto que determina si las organizaciones prestan un servicio de manera eficiente, si proporcionan información confiable y si pueden transmitir los principios organizacionales a los clientes, por ende, la empresa obtiene mayores márgenes de utilidad o incrementos porcentuales en su cartera de clientes.

Otro elemento que resulta de gran importancia en la satisfacción del cliente externo es la comunicación, en la actualidad, al menos en las instituciones financieras, se implementan nuevos canales de comunicación para solventar de manera más eficiente las necesidades de los clientes, por ejemplo, los correos, los blogs y apps son canales que solucionan problemas en tiempo real. Hoyos y Lasso (2017) afirman que la comunicación en las empresas es definida como la estrategia que sirve para relacionarse de adentro hacia afuera, su importancia radica en los mecanismos que se utiliza para interactuar con los públicos de interés principalmente trabajadores, clientes y proveedores, además la comunicación se expresa mediante los bienes y servicios producidos ya que directamente establecen relaciones con el público.

Finalmente, la combinación de los factores antes mencionados, según Medina (2017), permiten que el cliente valore si al adquirir un producto o servicio en las empresas, este va más allá de sus expectativas. Por lo tanto, las empresas se esfuerzan en capacitar a su personal para que proporcionen la experiencia inolvidable al cliente, lo cual definirá su nivel de satisfacción.

2.2.3. Administración del talento humano y satisfacción de clientes internos y externos

Como se explicó en apartados previos la ATH es interdisciplinaria, situacional y flexible, además, si su propósito es “crear, mantener y desarrollar un contingente de personas con habilidades, motivación y satisfacción por alcanzar los objetivos de la organización” (Chiavenato, 2007, p. 122), entonces se puede decir que la ATH se relaciona directamente con la satisfacción del cliente interno, puesto que los encargados -teóricamente- proporcionan todas las condiciones para garantizar la estabilidad laboral del cliente interno. Sin embargo, la ATH

depende del grado de importancia que le proporcione la alta gerencia, por esa razón, se tiene la idea de que ATH es una función de staff y como tal tiene muchas restricciones.

Por otro lado, se tiene que otro objetivo de la ATH es “lograr eficiencia y eficacia por medio de las personas” (Chiavenato, 2007, p. 122), si se supone que se busca eficiencia y eficacia significa que una de las funciones inherentes de la ATH es satisfacer a los clientes externos, puesto que quienes trabajan en los departamentos de atención al cliente, de ventas, y marketing son personas, entonces una correcta administración del talento humano puede significar clientes externos contentos y satisfechos, no obstante, la limitaciones de la ATH sugieren que esta no trata con las fuentes de ingresos, pese a los objetivos que esta persigue.

III METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

El presente trabajo de investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo, además tal enfoque coincide con el trabajo de Pinco (2017). El enfoque cuantitativo permitió realizar la prueba de hipótesis y el uso de estadísticos de correlación, con la finalidad de determinar si existe o no una relación entre la administración del talento humano y la satisfacción de los clientes internos y externos,

3.1.1. Tipos de investigación.

Para alcanzar los objetivos específicos que se plantearon, este estudio recurrió a cuatro tipos de investigación bibliográfica, de campo, descriptiva y explicativa.

Con la investigación bibliográfica, se construyó la fundamentación teórica a través de la utilización de información de diferentes fuentes bibliográficas con el apoyo de consultas, análisis y crítica de documentos.

Para cumplir con el objetivo relacionado con los aspectos metodológicos se ejecutó una investigación de campo, mediante la cual se obtuvieron datos de primera mano de los responsables del ATH, los clientes internos y externos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega. En términos generales, el proceso de investigación dentro de la organización constó de tres momentos, primero con la cooperación de la dirección de la Carrera de Administración de Empresas mediante oficio se solicitó los permisos correspondientes para recopilar información de los responsables de la dirección de talento humano y trabajadores de la cooperativa (ver anexo 3); segundo para ejecutar el levantamiento de información se solicitó a la cooperativa que proporcione información sobre el número de trabajadores y su cartera de clientes; y finalmente, una vez recabado la información se procedió al análisis de correlación entre la administración del talento humano y la satisfacción del cliente interno (trabajadores de la cooperativa) y clientes externos

La investigación descriptiva permitió caracterizar a los clientes de la cooperativa y sus niveles de satisfacción.

Finalmente, con la investigación explicativa se determinó si existe o no la relación entre la ATH y la satisfacción del cliente interno y externo de la cooperativa, también facilitó el establecimiento del tipo de relación entre las variables de estudio, lo cual permitió el cumplimiento del tercer objetivo específico.

3.2. HIPÓTESIS

Con base a lo revisado en el capítulo II sobre la posible interrelación de la administración del talento humano y la satisfacción de los clientes internos y externos; y considerando que la cooperativa es una empresa dedicada a la prestación de servicios financieros, dónde el proceso de servucción se construye con la interacción del personal y los usuarios, la responsabilidad de la dirección de talento humano no solo se limita al control de los trabajadores, sino que debe involucrarse más para contribuir a la satisfacción del usuario, para lo cual se necesitan de colaboradores satisfechos, motivados y capacitados. Con esto en mente, se plantean las siguientes hipótesis:

Hipótesis nula 1: Existe relación entre la administración del talento humano con la satisfacción del cliente interno de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega.

Hipótesis alternativa 1: No existe relación entre la administración del talento humano con la satisfacción del cliente interno de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega.

Hipótesis nula 2: Existe relación entre la administración del talento humano con la satisfacción del cliente externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega.

Hipótesis alternativa 2: No existe relación entre la administración del talento humano con la satisfacción del cliente externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Conseguir la integración, motivación, buen clima laboral y la satisfacción, con el fin de promover el rendimiento eficaz dentro de la institución, con el propósito de alcanzar los objetivos organizacionales y buscar el bienestar del capital humano.

La administración de talento humano se encarga de facilitar que los empleados se sientan mucho mejor dentro de la organización, garantizando el cumplimiento de objetivos personales, tratando de motivarlos para que cumplan sus funciones y ofrezcan un mejor servicio.

Para el cliente interno la satisfacción permite diagnosticar y delimitar si la empresa está funcionando bien y como ofrece sus servicios, tomando en cuenta el clima laboral, desempeño, motivación y satisfacción laboral, fomentando la interacción del personal, la empatía y la fidelidad que ofrecen, tanto para los clientes internos como externos.

La satisfacción del cliente externo se asocia con la adquisición de un bien o servicio además está ligada con las emociones, es decir, la reacción de percibir aspectos ante el servicio sea bueno o malo, basándose netamente en la fidelización, capacidad de respuesta, atención al cliente y la comunicación que obtiene del cliente interno.

3.3.1. Operacionalización de variables.

Tabla 1.

Operacionalización de variables

| Variables | Dimensiones | Indicadores | Técnicas | Informante |
|--|------------------------|--|-----------------|--------------------------|
| V.I: Administración del talento humano | Integración | Conocimiento de estrategias de integración | Encuesta | Área de recursos humanos |
| | Motivación | Identificación de factores motivacionales | Encuesta | Área de recursos humanos |
| | Clima laboral | Aspectos de clima laboral | Encuesta | Área de recursos humanos |
| | Satisfacción laboral | Consideración del grado de satisfacción | Encuestas | Área de recursos humanos |
| V.D: Satisfacción del cliente interno | Clima laboral | Conocimiento de aspectos aplicados en clima laboral | Encuesta | Cliente interno |
| | Desempeño | Nivel de desempeño | Encuesta | Cliente interno |
| | Motivación | Grado de motivación | Encuesta | Cliente interno |
| | Satisfacción laboral | Grado de personal satisfecho | Encuesta | Cliente interno |
| V.D Satisfacción del cliente externo | Fidelización | Grado de fidelización del usuario | Encuesta | Cliente externo |
| | Capacidad de respuesta | Grado de satisfacción del usuario ante la capacidad de respuesta | Encuesta | Cliente externo |
| | Atención al cliente | Grado de satisfacción del usuario ante la atención | Encuesta | Cliente externo |
| | Comunicación | Grado de satisfacción del usuario en la comunicación | Encuesta | Cliente externo |

Nota. La tabla 1 muestra la operacionalización de las variables, cabe aclarar que se utilizaron tres formularios distintos, se recomienda leer apartado de técnicas e instrumentos. Elaborado por: Cepeda E y Ponce P.(2019)

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.

En este estudio se creyó conveniente el uso del método inductivo-deductivo, que facilitó a partir de las perspectivas de los responsables de la administración de recursos humanos, los clientes internos (trabajadores) de la cooperativa y los clientes externos, además el método permitió analizar si existe una relación entre las variables, sea directa o indirecta, de esta manera se pudieron establecer conclusiones y recomendaciones apegadas a los objetivos del estudio y la realidad de la cooperativa.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

La encuesta constituyó la técnica para recabar datos de primera mano. Considerando las tres fuentes de información directa, se diseñaron tres formularios, el primero estuvo dirigido a los responsables del departamento de recursos humanos de la cooperativa (ver anexo 4), el segundo se aplicó a los clientes internos (ver anexo 5) y el tercer instrumento estuvo dirigido a los clientes externos (ver anexo 6). Para la construcción de estos tres formularios se recurrió a la escala de Likert de 5 puntos.

Se realizó una prueba piloto para determinar si los formularios son fiables y consistentes, esta contó con la participación de un responsable del departamento de recursos humanos, 10 clientes internos y 70 clientes externos, el anexo 7 muestra cómo se determinó el número de participantes para la prueba piloto de los clientes externos. Luego se procesó la información en Spss y para validar el instrumento se seleccionó la prueba de fiabilidad Alfa de Cronbach, para que los instrumentos alcancen el valor mínimo de fiabilidad el coeficiente de Alfa de Cronbach debe ser superior a 0,700, los tres formularios obtuvieron valores de fiabilidad superiores al mínimo, estos se muestran en la tabla 2.

Tabla 2. Índices de fiabilidad por formulario

| Formulario | Alfa de Cronbach | N de afirmaciones |
|------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Dpto. Recursos humanos | ,838 | 16 |
| Clientes internos | ,922 | 16 |
| Clientes externos | ,928 | 16 |

Nota. La tabla 2 muestra los valores del coeficiente Alfa de Cronbach para cada formulario.

Si el lector desea, puede revisar los anexos 8, 9 y 10, que muestran los valores de Alfa de Cronbach de cada formulario por constructo, esta práctica es muy valorada en los comités

científicos pues garantizar la fiabilidad del instrumento a ese nivel, también supone que los formularios pueden aplicarse en otros estudios con temas y objetivos similares.

3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.6.1. Población de la administración de talento humano

Gracias a la información proporcionada por la Cooperativa Pablo Muñoz Vega se supo que los responsables de la administración de talento humano son tres, puesto que el tamaño de la población no supera los 100 individuos no fue necesario el cálculo de la muestra.

3.6.2. Población de clientes internos

De acuerdo con los datos proporcionados por la cooperativa se conoció que el número de clientes internos asciende a 84, no fue necesario el cálculo de la muestra porque el tamaño de la población no supera los 100 individuos.

3.6.3. Población de clientes externos

Gracias a los datos brindados por el departamento de talento humano de la “Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega” se supo que la población de clientes externos asciende a 40.007 individuos se ejecutó un muestreo probabilístico, es decir, que todo individuo tiene la misma posibilidad de pertenecer a un todo de la muestra. Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente formula:

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

Donde, n es el tamaño de la muestra; N es el tamaño de la población, en este caso representa a los 40.007 clientes externos de la cooperativa; Z representa el nivel de confianza establecida a criterio del investigador, para efectos de este trabajo el valor escogido fue el 95% de confianza dado por 1,96; p representa la probabilidad de ocurrencia de un evento cuyo valor es 0,5; q es la probabilidad de no ocurrencia del evento con un valor de 0,5; tales valores se consideraron para garantizar la representatividad de la muestra; y E representa el error de estimación, se ha determinado utilizar el 5% de error. Una vez ejecutado los cálculos correspondientes, el tamaño de la muestra fue de 381 clientes externos.

3.6.4. Análisis estadístico

Con la finalidad de validar o descartar las hipótesis nulas, se utilizó el estadístico denominado coeficiente de correlación de Pearson, que se obtiene de aplicar la siguiente fórmula:

$$r = \frac{\sum(X - X_m)(Y - Y_m)}{(n - 1)S_x S_y}$$

Donde $X=$ es la observación de la variable independiente ATH, $X_m=$ es la media de las observaciones de la variable. $Y=$ es el valor que toman las variables dependientes (satisfacción del cliente interno y externo); $Y_m=$ a la media de las observaciones de la variable, y (n) es el tamaño de la muestra y finalmente S_x y S_y son las respectivas desviaciones estándar. Para facilitar el cálculo se empleó Excel y el software estadístico SPSS.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

El propósito de este apartado es describir los principales resultados que involucran a la administración del recurso humano y la satisfacción de los clientes internos y externos de la cooperativa, en ese orden de ideas, esta sección del informe se divide en tres partes la primera muestra las percepciones de satisfacción de los clientes internos, la segunda expone las percepciones de satisfacción de los clientes externos; y la tercera parte presenta las percepciones de los responsables del departamento de talento humano.

Es preciso exponer en términos generales los datos de los clientes internos y externos de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega. En el caso de los clientes internos, el 58,33% tiene estudios superiores, la mayoría percibe ingresos mensuales que van desde los 501 a 1.000 dólares, y llevan trabajando en la cooperativa entre 3 y 5 años. En cuanto a los clientes externos, el 51,2% tiene ingresos mensuales entre 501 y 1.000 dólares. Si el lector desea profundizar más en las características demográficas de los clientes internos y externos, puede consultar el anexo 11.

4.1.1. Análisis de la satisfacción del cliente interno.

4.1.1.1 Satisfacción del cliente interno enfocado al clima laboral.

Tabla 3. Nivel de satisfacción enfocado al clima laboral

| Indicadores | Media |
|--------------|-------|
| Colaboración | 4,55 |
| Entusiasmo | 4,56 |
| Respeto | 4,60 |
| Igualdad | 4,58 |

Nota: Escala de Likert de 1 a 5.

La tabla 3 muestra que en el constructo clima laboral, el indicador que puntúa como el más alto es el respeto con 4,60, seguido del indicador igualdad y no discriminación con un puntaje de 4,58 aunque las demás están por encima de la media, tales resultados coinciden con la percepción de los responsables del departamento de talento humano, esto implica que los principios que rigen el clima laboral de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega son el respeto y la igualdad laboral, también es probable que estas puntuaciones reflejen un grado positivo de satisfacción del cliente interno. Si bien el estudio de Pinco (2017) no se enfocan en medir la

satisfacción del cliente interno, recomiendan que por muy pequeña que sea la diferencia de percepciones, las dimensiones con puntajes bajos son áreas que necesitan un estudio más profundo para mejorar.

4.1.1.2 Satisfacción del cliente interno basado en el desempeño.

En la tabla 4, los colaboradores de la cooperativa sitúan al indicador, autonomía de trabajar como el más alto con un valor de 4,67 por encima de la media, los demás no son la excepción esto quiere decir que todos ellos son importantes para logra un mejor desempeño y que influyen directamente en alcanzar la satisfacción.

Tabla 4. Nivel de satisfacción basado en el desempeño

| Indicadores | Media |
|---------------------------------------|-------|
| Autonomía suficiente | 4,62 |
| Habilidades en mi trabajo | 4,60 |
| Bonificación al cumplir los objetivos | 4,61 |
| Mejorar el servicio | 4,55 |

Nota: Escala de Likert de 1 a 5.

Estos resultados validan la idea de que, los responsables del departamento de recursos humanos de la cooperativa tienen implantado como un principio de cultura organizacional, la integración del personal, por ese motivo, los colaboradores perciben una autonomía, también es posible que los incentivos que promueve el departamento influyan en el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

4.1.1.3 Satisfacción del cliente interno enfocado en la motivación.

En los estudios de Pinco (2017) y Peralta (2017), la motivación constituye una característica cognitiva y va más allá de los reconocimientos monetarios, sino que también apoyan el bienestar emocional del colaborador. Con esto en mente, en la tabla 5 se observa como indicador más alto para el trabajador, el interés en mi trabajo, con un puntaje de 4,63 sin mucha diferencia de las demás medias que están por encima de la media de 3.

Tabla 5. Nivel de Satisfacción enfocado en la motivación

| Proceso | Media |
|-----------------------|-------|
| Motivado | 4,55 |
| Plan de salud | 4,49 |
| Interés en mi trabajo | 4,63 |
| Reconocimiento | 4,62 |

Nota: Escala de Likert de 1 a 5.

Si se compara con las percepciones de los responsables del departamento de recursos humanos, se valida la premisa de que, en la Cooperativa Pablo Muñoz Vega, se cuida el bienestar

emocional de sus trabajadores, esto podría significar buenos niveles de satisfacción de los clientes internos.

4.1.1.4 Satisfacción del cliente interno de acuerdo a la satisfacción laboral.

En la tabla 6, el capital humano afirma que la relación con sus superiores es muy agradable, situándola como la media más alta con 4,67 por encima de las demás, sin gran diferencia del resto, de modo que las acciones que actualmente realiza la Cooperativa Pablo Muñoz Vega son acertadas, ya en términos de la media la satisfacción laboral del cliente interno es alta. Quizá, en este caso particular, las dimensiones que más aporta a la satisfacción sean la motivación y el clima laboral.

Tabla 6. Nivel de satisfacción de acuerdo a la satisfacción laboral

| Proceso | Media |
|----------------------|-------|
| Relación agradable | 4,63 |
| Trabajar cómodamente | 4,21 |
| Satisfecho | 4,62 |
| Estabilidad laboral | 4,51 |

Nota: Escala de Likert de 1 a 5.

4.1.1.5 Valoración total de las medias del análisis de satisfacción del cliente interno.

En la tabla 7, la satisfacción del cliente interno ha sido descrita en 5 niveles, donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo, ahora bien, de los 84 trabajadores encuestados en la Cooperativa Pablo Muñoz Vega de la ciudad de Tulcán, la mayoría escogió la dimensión de desempeño, con un puntaje de 4,59 como la más alta, sin embargo, se destaca la dimensión de clima laboral con 4,57, como un factor relevante para satisfacer al cliente interno, por otra parte se observa que motivación con 4,57 y satisfacción laboral con 4,50 estando todas por encima de la media (3) es decir no existen resultados que indiquen niveles de insatisfacción en el cliente interno. En otras palabras, la gestión del departamento de recursos humanos viene ejecutando un gran trabajo.

Tabla 7. Nivel de satisfacción del cliente interno

| Dimensiones | Medias |
|----------------------|--------|
| Clima laboral | 4,57 |
| Desempeño | 4,59 |
| Motivación | 4,57 |
| Satisfacción laboral | 4,50 |

Nota: Escala de Likert de 1 a 5.

Considerando que la muestra fue de 84 personas siendo todo el personal de la cooperativa a excepción del departamento de recursos humanos, según las encuestas realizadas, que los trabajadores con respecto a su entorno y condiciones de su trabajo están conformes dentro de la institución y que para ellos todas las dimensiones propuestas en la investigación son fundamentales para mantener el bienestar y las sensaciones positivas (satisfechos). Todas las dimensiones están por encima de la media con puntajes casi similares afirmando que todas influyen en el cliente interno, por lo tanto el grado de satisfacción existente dentro de la organización puede generar mayor tasa de productividad y cumplimiento de los objetivos de la institución.

De esta manera podemos afirmar que el DTH se ha centrado en conseguir la satisfacción del cliente interno, y esto es beneficioso en vida personal y laboral de cada colaborador, además para que ellos ofrezcan un mejor servicio a los clientes externos y que estos puedan afianzarse a la Cooperativa Pablo Muñoz Vega. Si el lector desea profundizar más en las medias por constructo puede revisar los anexos 12 y 13.

4.1.2. Análisis de la satisfacción cliente externo.

4.1.2.1 Satisfacción del cliente externo enfocado a la fidelización.

En la tabla 8, se muestra los componentes de la estrategia de fidelización, de acuerdo con los resultados, recomendar el servicio es dimensión que puntúa más alto con una media de 4,16, sin gran diferencia de las demás, todos los indicadores están por encima de la media, prueban que los usuarios sienten conformidad ante estos procesos, los clientes se sentirán satisfechos si los esfuerzos se basan en lograr su fidelización. Estos resultados guardan coherencia con los niveles de satisfacción de los colaboradores, quienes pueden prestar un mejor servicio y fidelizar a los clientes externos.

Tabla 8. Nivel de satisfacción enfocado a la fidelización

| Proceso | Media |
|--------------------------|-------|
| No cambiaría el servicio | 3,67 |
| Recomendar servicios | 4,16 |
| Atención personalizada | 4,09 |
| Recomendado | 4,09 |

Nota: Escala de Likert de 1 a 5.

4.1.2.2 Satisfacción del cliente externo enfocado en la capacidad de respuesta.

En la tabla 9, se presentan los puntajes que miden la capacidad de respuesta de la cooperativa, de acuerdo a la percepción de los clientes externos, la comunicación dentro de la organización es la que puntúa por encima de las demás con 4,01 sin dejar a tras a los otros indicadores pues todos están por encima de la media aritmética, y de la misma manera se afirma que existe satisfacción para el cliente externo, notando que la comunicación es un factor importante para que el usuario pueda sentirse satisfecho al momento de adquirir un servicio o información dentro de la organización. Mientras que las otras dimensiones requieren la atención de la cooperativa, quizá esto pueda mejorarse si se modifican los procesos de servucción.

Tabla 9. Nivel Satisfacción enfocado en la capacidad de respuesta

| Proceso | Media |
|----------------------|-------|
| Comunica | 4,01 |
| Atención oportuna | 3,92 |
| Ayuda | 3,93 |
| Respuesta adecuados. | 3,92 |

Nota: Escala de Likert de 1 a 5.

4.1.2.3 Satisfacción del cliente externo basada en la atención.

Los resultados de la tabla 10, señalan que las dimensiones con puntajes bajos validan la idea de una revisión y, de ser necesario, una modificación al proceso de servucción, puesto que por la naturaleza del servicio que presta la cooperativa, un servicio ineficiente puede causar grandes niveles de nerviosismo dentro de los clientes y afectar la imagen institucional.

Tabla 10. Nivel de satisfacción basada en la atención

| Proceso | Media |
|-----------------------------|-------|
| Servicio rápido y eficiente | 3,93 |
| Recibo a tiempo | 3,93 |
| Confiable | 4,10 |
| Cordial | 4,03 |

Nota: Escala de Likert de 1 a 5.

Dentro de los aspectos positivos, la tabla 10 muestra que el cliente eligió el indicador confiable como es mal alto con el 4,10, quiere decir que se siente satisfecho con la información brindada, sin embargo, todos son importantes ya que están encima de la media, pero cuando el cliente siente confianza en lo que recibe genera más satisfacción a la hora de adquirir un servicio.

4.1.2.4 Satisfacción del cliente externo en la comunicación.

En la tabla 11, se muestran los puntajes de la dimensión de comunicación de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega, para solventar los requerimientos de los clientes externos que, de acuerdo con su percepción, se necesita mejorar en ‘alguien que sabe’ y ‘satisfactoria’. Tales resultados coinciden con los hallazgos de Peralta (2017), quien manifiesta que los procesos de comunicación son muy importantes para las empresas que prestan servicios, por lo tanto, se deben destinar grandes esfuerzos para evitar malentendidos que puedan afectar la imagen institucional de la cooperativa.

Tabla 11. Nivel de satisfacción en la comunicación

| Proceso | Media |
|-----------------------|-------|
| Mejora las relaciones | 4,12 |
| Información confiable | 4,21 |
| Alguien que sabe | 3,71 |
| Satisfactoria | 3,67 |

Nota: Escala de Likert de 1 a 5.

En cuanto a los aspectos positivos, la tabla 11, indica que el recibir información confiable es la que puntúa más alto, estando todas por encima de la media, afirmando que existe satisfacción del cliente al momento de recibir el servicio generando más confianza para ellos. Esto debe mantenerse dentro de la revisión de los procesos de servucción.

4.1.2.5 Valoración total de las medias del análisis de satisfacción del cliente externo.

En la tabla 12 se observa que las dimensiones, fidelización y atención, tienen resultados similares con un valor alto, de 4,00 lo que demuestra que la proporción de los usuarios de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega de la ciudad de Tulcán, si se encuentran satisfechos; mientras que las dimensiones de capacidad de respuesta con 3,94 y comunicación con 3,93 son oportunidades de mejora para la cooperativa, puesto que influyen al conseguir la satisfacción.

Tabla 12. Nivel de satisfacción del cliente externo

| Dimensiones | Medias |
|------------------------|--------|
| Fidelización | 4,00 |
| Capacidad de respuesta | 3,94 |
| Atención | 4,00 |
| Comunicación | 3,93 |

Nota: Escala de Likert de 1 a 5.

Los resultados indican que la fidelización que tienen los usuarios hacia la organización es buena, está claro que esta dimensión es relevante puesto que da a conocer que, pese al transcurso

de los años aún los clientes se mantienen, logrando así convertirse en usuarios asiduos a los servicios brindados y todavía aún mejor logrado que recomienden los servicios de la cooperativa. Sin embargo, la atención brindada es otra de las dimensiones que más influye para obtener una satisfacción para el cliente externo, puntúa una media de 4,00 significa que quienes atienden al público, brindan cordialidad en el servicio, ofrecen la atención rápida en el servicio, manejan una respuesta adecuada y confiable de la información, tienen la capacidad técnica para hacerlo sentir satisfecho al cliente, las personas externas son bien atendidas, además han logrado crear un espacio de impacto que ayuda a destacar ante la competencia, el beneficio que se obtiene es evitar perder clientes. Si el lector desea profundizar más en las medias por constructo puede revisar los anexos 14 y 15

4.1.3. Análisis de la administración del talento humano

4.1.3.1. Administración para la integración del talento humano.

Al observar los datos obtenidos del constructo integración, se determina que la administración del talento humano para lograr satisfacción de los usuarios se basa más en políticas de integración la proyección de los datos indica que es una de las medias más altas puntuando 4,33, pero sin gran diferencia de las demás, todas están por encima de la media, se entiende que el departamento de talento humano de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega generalmente administra de acuerdo al constructo presentado. De acuerdo con Pinco (2017), una política de integración sólida puede prevenir futuros cuellos de botella en los procesos de servucción, lo cual comprenden los responsables del departamento de recursos humanos de la cooperativa.

Tabla 13. Integración de talento humano

| Indicadores | Medias |
|-------------------------|--------|
| Política de Integración | 4,33 |
| Bienvenida | 4,00 |
| Trabajo en equipo | 4,00 |
| Involucrar trabajadores | 4,00 |

Nota. Escala de Likert de 1 a 5.

4.1.3.2 Administración para la motivación de talento humano.

La motivación es un principio fundamental de la administración del talento humano, pues no solamente incluye reconocimientos monetarios, sino que también apoyan el bienestar emocional del colaborador. En ese sentido, en la tabla 14 se observa dos procesos muy importantes que inciden de manera significativa para entender y alcanzar la motivación de los colaboradores, estos puntúan 4,33 (realizar actividades y plan de salud), todos los ítems están

por encima de la media aritmética resaltando que las personas que se encargan del departamento de talento humano generalmente están de acuerdo con los indicadores presentados en el constructor de motivación para conseguir niveles de satisfacción en su personal.

Tabla 14. Motivación de talento humano

| Indicadores | Media |
|----------------------|-------|
| Realizar actividades | 4,33 |
| Plan de salud | 4,33 |
| Reconocimiento | 4,00 |
| Valoración salarial | 4,00 |

Nota: Escala de Likert de 1 a 5.

4.1.3.3 Administración de clima laboral de talento humano.

En la tabla 15 se evidencia que, aunque todos los indicadores del constructo clima laboral están por encima de la media de la media de 3, el indicador, respeto es el más alto con una puntuación de 4,33 que sobresale de las demás medias, afirmando que la administración del capital humano para alcanzar la satisfacción en la organización, si lo hace es a través de un buen clima laboral basado en el respeto, generando una excelente prestación del servicio y por ende la satisfacción en el cliente de la cooperativa. Con base a los resultados que se exponen en la tabla 6, se puede indicar que, desde la perspectiva de los responsables del departamento del talento humano de la cooperativa, el clima organizacional de la institución se basa en los principios de respeto e igualdad laboral, lo cual coincide con los hallazgos de Pinco (2017).

Tabla 15. Clima laboral de talento humano

| Indicadores | Media |
|--------------------|-------|
| Colaboración | 3,67 |
| Horarios flexibles | 3,67 |
| Respeto | 4,33 |
| Igualdad laboral | 4,00 |

Nota: Escala de Likert de 1 a 5.

4.1.3.4 Administración del talento humano enfocado a la satisfacción laboral.

La tabla 16 indica que las personas que administran el talento humano en la Cooperativa Pablo Muñoz Vega perciben que cumplen con las condiciones necesarias para asegurar un buen nivel de satisfacción laboral, todos puntúan 4, los mismos resultados por encima de la media, de modo que para conocer niveles de satisfactorios en los colaboradores de la cooperativa se basan en construir la satisfacción laboral.

Tabla 16. Satisfacción laboral

| Indicadores | Media |
|------------------------|-------|
| Relación agradable | 4,00 |
| Satisfacer necesidades | 4,00 |
| Realiza su trabajo | 4,00 |
| Estabilidad laboral | 4,00 |

Nota: Escala de Likert de 1 a 5.

4.1.3.5 Valoración de las medias totales de la administración de talento humano.

Como preámbulo a los resultados puntuales por cada dimensión de la variable independiente (administración del talento humano), la tabla 17 presenta un panorama general acerca de dichos componentes, con la finalidad de generar una idea acerca del contexto actual en la Cooperativa Pablo Muños Vega de la ciudad de Tulcán. En cuanto a la extracción de información obtenida de las personas encargadas manejo del departamento de recursos humanos, aplicando el instrumento, de la escala de Likert, se arrojó un resultado general ,con mayor impacto, con una calificación de 4,17. La evidencia muestra que la motivación es el proceso clave en el cual la administración de talento humano se basa para conocer los niveles de satisfacción de su personal , afirmando que están de acuerdo con los indicadores presentados en cada constructo, reconocen que la aplicación de los indicadores les permite conocer las necesidades de los trabajadores determinar si sienten bien o no al realizar su labor. Ahora bien, la capacidad que tiene la institución financiera de mantener comprometido a su personal, ofrecer un buen rendimiento y como lo afirma en su misión que su talento humano tiene la calidez de ofrecer un servicio con una gestión eficiente y responsable socialmente, dependen en gran parte de los procesos de motivación que aplican dicha administración. Como se dijo anteriormente es la clave niveles de satisfacción y mejorar la productividad empresarial, mientras que, la integración con 4,08, satisfacción laboral con 4,00 y clima laboral con 3,93 puntúan por encima de la medía (3) significa que de igual manera son muy importantes, aunque ninguna puntué 5, se puede observar que la mayoría del personal del departamento de talento humano está de acuerdo con las dimensiones para integrar al personal.

Tabla 17. Media aritmética total de la administración del talento humano

| Dimensiones | Medias |
|----------------------|--------|
| Integración | 4,08 |
| Motivación | 4,17 |
| Clima laboral | 3,93 |
| Satisfacción laboral | 4,00 |

Nota: Escala de Likert de 1 a 5.

Los que administran el talento humano se sienten bien con las dimensiones planteadas ya que los puntajes son similares, se podría decir que son importantes para conocer la satisfacción de sus trabajadores, pero resalta la motivación pues esta sería la que más influye con una gran diferencia porque está por encima de las demás y esta ayuda al funcionamiento y de organización, tales resultados coinciden con el trabajo de Peralta (2017), pues la motivación, como componente cognitivo puede influir en las variadas actividades que realizan los trabajadores de la cooperativa. Si el lector desea profundizar más en las medias por constructo puede revisar los anexos 16 y 17.

4.2. DISCUSIÓN

En este apartado se presentan la correlación entre las variables de estudio, con la finalidad de tomar una decisión respecto de las hipótesis planteadas en el capítulo III. En ese orden de ideas, este apartado se divide en dos bloques, el primero vincula a la administración de recursos humanos y la satisfacción del cliente interno; y el segundo, expone la correlación entre la administración de recursos humanos y la satisfacción del cliente externo.

4.2.1. Correlación administración de talento humano con la satisfacción del cliente interno

De acuerdo con los resultados de la tabla 19, se puede decir que existe una relación poco significativa y negativa entre la administración del recurso humano y la satisfacción del cliente interno. Esto sugiere que existen más factores que pueden explicar la satisfacción del cliente interno, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula 1.

Tabla 18. Correlación administración de talento humanos con cliente interno

| | Recurso humano | Cliente interno |
|-----------------|----------------|-----------------|
| Recurso humano | 1 | |
| Cliente interno | -0,17042369 | 1 |

Nota: Correlación

Para Pinco (2017), Peralta (2017) y Beltrán, Vergara & Pérez (2014), la administración del talento humano, no debe ser solo definida como las interacciones internas de las empresas sino que debe ser vista como algo más amplio, es decir, como el conjunto de estrategias, políticas que deben ser aplicadas de adentro hacia fuera que consigan una serie de beneficios excepcionales que logren el éxito conjunto de la compañía, es decir, que debe existir una relación directa de la administración de talento humano con toda la organización.

Ahora bien, pese a que los encuestados fueron benévolos en sus respuestas e indican estar de acuerdo en todas las afirmaciones de la escala aplicada, no hubo relación directa entre las variables, ya que las dimensiones propuestas en la investigación, no van de acuerdo a las que utiliza la cooperativa, afirmando que no importa si la administración de talento humano hace bien o no las cosas el cliente interno estará satisfecho dentro de la organización ya sea por factores externos o por la misma necesidad que tenga el empleado de conservar su trabajo.

Deduciendo que el reto de la administración de talento humano está basado en el diseño de otros factores, procesos, estrategias o políticas que deben ser coherentes con los objetivos planteados o que únicamente son claves que ayuden encontrar la satisfacción de su personal. Además, los resultados muestran que el personal no tiene niveles bajos de insatisfacción, de tal

modo el cliente interno se siente a gusto en la CPMV, sea cual sea la manera el cliente interno afirma que está de acuerdo, así pues, a pesar de no existir una relación directa la organización y sus trabajadores trabajan conjuntamente para alcanzar objetivos de la organización y personales (ver anexo 18).

4.2.1.2 Satisfacción del cliente interno de acuerdo con el género

Del total de 84 personas encuestadas tanto hombres como mujeres, que trabajan en la Cooperativa Pablo Muñoz Vega, se determina que existen 45 hombres que corresponde al 53,6 % y 39 mujeres que son el 46,4% , ocupando cada uno de ellos diferentes cargos en diferentes puestos de trabajo cabe recalcar que la Fundación mujeres (2006), actualmente las oportunidades laborales se presentan para hombres y mujeres así las organizaciones tienen colaboradores de diferentes perfiles que pueden ser competentes y no están sujetos a estereotipos de género.

La situación de hombres y mujeres es favorable ya que predominan en las áreas administrativas, desempeñando una serie de cargos ya sea también de asistentes de caja, contadoras/es, personal del área de recursos humanos, auxiliares de marketing entre otros cargos, es decir los cargos son variados para ambos géneros dando la oportunidad a todos por igual en el empleo y la ocupación, por otro lado una buena estrategia de la administración del talento humano sería mantener el equilibrio de género aprovechando la habilidad de ambos grupos, lo que daría como beneficio que los clientes internos de la cooperativa ese sientan aún más comprometidos con la misma.

Cabe decir que en la organización las personas se encuentran motivadas debido a que la administración de recursos humanos si cuenta con un enfoque de género donde se puede percibir un nivel de satisfacción favorable.

4.2.2 Relación administración de talento humano con la satisfacción del cliente externo.

De acuerdo con los resultados de la tabla 20, se puede decir que existe una relación poco significativa y negativa entre la administración del recurso humano y la satisfacción del cliente externo. Esto sugiere que existen más factores que pueden explicar la satisfacción del cliente interno, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula 2.

Tabla 19. Correlación administración de recursos humanos con cliente externo

| | Recurso Humano | cliente externo |
|-----------------|----------------|-----------------|
| Recurso Humano | 1 | |
| Cliente externo | -0,315314861 | 1 |

Nota: Correlación

Entre estas variables tampoco existe una relación significativa, aun así, los usuarios de la CPMV no se sienten insatisfechos con los servicios que ofrecen, esto se entiende, puesto que, actualmente existen varios aspectos para conseguir satisfacción en las instituciones financieras, una forma importante de lograrla es por medio la buena calidad y excelencia en los bienes o servicios brindados (Mella & Diaz, 2013).

La administración del talento humano tiene el compromiso con los clientes internos de lograr que se sientan satisfechos. Dentro de las empresas que prestan servicios la satisfacción del cliente externo depende en un grado alto la satisfacción de los clientes internos de la cooperativa, que en definitiva son el recurso que interviene en el proceso de servucción y son también los únicos que pueden valorar la atención y calidad del servicio brindado. Por tanto, la variable descrita en la investigación, administración del talento humano debería ser la actividad fundamental para mantenerlos satisfechos a los usuarios mediante la ventaja competitiva en la calidad del servicio a través de la calidez, eficacia, compromiso de su personal. Sin embargo este no es el caso ya que los resultados obtenidos muestran una relación negativa o indirecta lo que puede significar que la administración del talento humano únicamente se interesa en los clientes internos y deja de lado a los clientes externos.

Resulta necesario reiterar que tanto clientes internos como externos son el factor clave para el funcionamiento de la cooperativa Pablo Muñoz Vega, a pesar de que la muestra de usuarios encuestados decidieron estar de acuerdo a todas las afirmaciones referentes a su satisfacción sale una relación indirecta o negativa con la administración de talento humano lo que puede significar, que los usuarios externos se satisfacen a través de otros factores que no vienen necesariamente de la administración del talento humano (ver anexo 19).

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES.

De acuerdo al análisis de la satisfacción del cliente interno se encontró que en las dimensiones planteadas no hay niveles de insatisfacción, porque todas sobrepasan la media aritmética, sin embargo, cabe resaltar que la dimensión de desempeño laboral es uno de los factores claves para lograr su satisfacción porque ha puntuado como la más alta con 4,59 afirmando de esta manera que el colaborador, se siente feliz con su empleo esto significa que el personal de la cooperativa se encuentra satisfecho y por lo tanto logra mantener feliz al usuario.

Al analizar la satisfacción de los clientes externos se encuentra niveles de altos de satisfacción en las dimensiones de fidelización y atención, que a nivel general obtuvieron la puntuación más alta de 4,00, afirmando que el cliente se siente a gusto con la atención brindada en el servicio, lo cual explicaría el grado de fidelidad o lealtad con la cooperativa. Por lo tanto, durante el proceso de servucción el trabajador de la cooperativa suele comprender y satisfacer las necesidades del cliente.

De acuerdo al análisis, los responsables del departamento de recursos humanos perciben que el factor más significativo para lograr una buena administración del talento humano está en la motivación, puntuando 4,17, de esta manera le permite identificar las necesidades de los colaboradores, de modo que motivar es el punto clave para lograr la satisfacción en el personal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega.

Se encontró que la administración del talento humano no tiene relación con la satisfacción de clientes internos con -0,17 y clientes externos con -0,31, afirmando la existencia de más factores que están fuera de las competencias de la administración de recursos humanos, es decir, hay aspectos externos que influyen para mantener la satisfacción de los colaboradores y clientes.

5.2 RECOMENDACIONES.

Se recomienda a los directivos o gerencia de la organización impulsar el desarrollo de otros proyectos que estén orientados al marketing y así alcanzar más clientes.

Con respecto a los resultados encontrados se recomienda que no pierdan el tiempo realizar cambios o mejorar los procesos en la administración del talento humano porque estos no inciden en que haya clientes externos o internos más satisfechos puesto que la satisfacción en ellos está dada por factores externos a dicha administración.

Garantizar la continuidad del trabajo de las personas que dirigen el departamento de talento humano puesto que el compromiso en sus funciones se ve reflejado en un buen trabajo.

Dado la naturaleza del servicio que presta la Cooperativa Pablo Muñoz Vega, se recomienda implementar un proceso (cliente fantasma) que evalúe la satisfacción de sus colaboradores y los clientes externos, puesto que dicho proceso le permitirá prevenir riesgos y ayudará a definir las necesidades insatisfechas de los usuarios y personal.

VI REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agüero, J., y Cuellar, D. (2012). *Gestión del Talento Humano*. Bogotá, Colombia: Javegraf.
- Arias, W., & Arias, G. (2014). Relación Entre el Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral en una Pequeña Empresa del Sector Privado. *Scielo*, 186. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-24492014000300010&script=sci_arttext&tlng=n
- Benavides, Beltrán, Vergara & Pérez. (2014). *Scielo*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400163&lang=es
- Bustos, F. (2012). *Clima laboral*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Charleux, F., & Loubat, R. (2016). *Motivar y animar equipos en trabajo social: Guía muy práctica*. Madrid: NARCEA.
- Chiang, M. (2010). *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral*. Madrid: RB editoriales S.A.
- Cobo, L. A. (Marzo de 2014). Trabajo Fin de Grado. *Estrategia de Fidelización de Clientes*. Obtenido de <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4474/%5B2%5D%20Ag%20C3%BCero%20Cobo%20L.pdf>
- Dessler, G. (2009). *Administración de Recursos Humanos*. México: Pearson.
- Escudero, J. (2017). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid: Paraninfo.SA.
- García, S. (2015). *La dirección corporativa de los recursos humanos*. Madrid: Diaz de Santos S:A.
- Herrera, D. (7 de agosto de 2013). “*Sistema Cooperativo y la Satisfacción del Cliente en la Provincia del Carchi*”. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec:8080/handle/123456789/141>
- Hoyos Zavala, A., & Lasso, M. (septiembre de 2017). Pymes como modelo económico en la creación de estrategias de comunicación. *Scielo*, 61. Obtenido de

http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182017000100105

Jiménez, M. Á. (2017). *Diseño y organización del almacén. COMLO309*. Málaga: IC Editorial.

Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Education .

Medina, M. (21 de marzo de 2017). *Gestión de la experiencia del empleado: una nueva realidad para el departamento de Recursos Humanos*. Obtenido de <https://www.glocalthinking.com/gestion-de-la-experiencia-del-empleado-una-nueva-realidad-para-el-departam>

Mella, H. d., & Diaz, I. (2013). analisis de los factores determinantes de la claidad percivida del servicio prestado por una cooperativa de ahorro y credito. *scielo*, 1-16.

Mosquera, D. C. (febrero de 2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante. *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante*. Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

Mujeres, f. d. (octubre de 2008). *Buenas practicas para integrar la igualdad de genero en las empresas*. Obtenido de <http://www.fundacionmujeres.es/img/Document/15025/documento.pdf>

Pasquel, F. (2019). La gestión financiera y los niveles de satisfacción de clientes y usuarios del banco de la nación (Tesis de maestría). Universidad Nacional Hermilio Valdizán: Perú.

Peralta, H. (2017). Clima organizacional y satisfacción laboral en el personal de enfermería de la Caja de la Banca Privada (Tesis de grado), Universidad Mayor de San Andrés: La Paz – Bolivia.

Pinco, C. (2017). Gestión del Talento Humano para la satisfacción del cliente en la empresa ESAZE SAC. Universidad Peruana Los Andes: Perú.

Salvador, Y. (2008). La satisfacción del cliente interno base primordial para el desarrollo. *Ciencias Holguín*, 7.

Sánchez, P. S. (Julio de 2016). Factores determinantes en el Desempeño laboral de la empresa Buon Giorno de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. *Factores determinantes en el Desempeño laboral de la empresa Buon Giorno de la ciudad de*

Ambato, provincia de Tungurahua. Ambato, Ecuador. Obtenido de
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23781/1/469%20MKT.pdf>

Villalpando, R. F. (2014). *Administración de Recursos Humanos*. Estado de México: Editorial Digital UNID.

Yépez, W., & Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *redalyc*, 14. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81649428003.pdf>

VII ANEXOS

Anexo 1: Certificado o Acta de Perfil de Investigación



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: PAUL ANDRES PONCE POZO
NIVEL/PARALELO: TITULACIÓN

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401724778
PERIODO ACADÉMICO: NOV2020-MAR2021

TEMA DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA RELACIÓN DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO PABLO MUÑOZ VEGA DE LA CIUDAD DE TULCÁN

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. FERNANDO JAVIER VILLARREAL SALAZAR
LECTOR: MSC. EDWIN MARCELO CAHUASQUI CEVALLOS
ASESOR: MSC. QUINDE SARI FREDDY RICHARD

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del Informe de Investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: TEAMS **AULA:** VIRTUAL

FECHA: Jueves, 11 de marzo de 2021

HORA: 10H00

Obteniendo las siguientes notas:

| | |
|-----------------------------------|-------------|
| 1) Sustentación de la predefensa: | 5.23 |
| 2) Trabajo escrito | 3.00 |
| Nota final de PRE DEFENSA | 8.23 |

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su Informe de Investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **jueves, 11 de marzo de 2021**

FERNANDO JAVIER
VILLARREAL
SALAZAR

Firma digitalizada por FERNANDO JAVIER VILLARREAL SALAZAR MSC. FERNANDO JAVIER VILLARREAL SALAZAR FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI CERTIFICACION DE AUTENTICACION Fecha: 2021.03.11 11:08:00

MSC. FERNANDO JAVIER VILLARREAL SALAZAR

PRESIDENTE



Firma digitalizada por:
1709123788 FREDDY
RICHARD QUINDE
SARI

MSC. QUINDE SARI FREDDY RICHARD

TUTOR



Firma digitalizada por:
EDWIN MARCELO
CAHUASQUI
CEVALLOS

MSC. EDWIN MARCELO CAHUASQUI CEVALLOS

LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: ERIKA VIVIANA CEPEDA PEREZ
NIVEL/PARALELO: TITULACIÓN

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401812110
PERIODO ACADÉMICO: NOV2020-MAR2021

TEMA DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA RELACIÓN DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO PABLO MUÑOZ VEGA DE LA CIUDAD DE TULCÁN

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. FERNANDO JAVIER VILLARREAL SALAZAR
LECTOR: MSC. EDWIN MARCELO CAHUASQUI CEVALLOS
ASESOR: MSC. QUINDE SARI FREDDY RICHARD

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: TEAMS **AULA:** VIRTUAL

FECHA: jueves, 11 de marzo de 2021

HORA: 10H00

Obteniendo las siguientes notas:

| | |
|-----------------------------------|-------------|
| 1) Sustentación de la predefensa: | 5.23 |
| 2) Trabajo escrito | 3.00 |
| Nota final de PRE DEFENSA | 8.23 |

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **jueves, 11 de marzo de 2021**

FERNANDO JAVIER
VILLARREAL
SALAZAR

Firmado digitalmente por FERNANDO JAVIER VILLARREAL SALAZAR
DN: cn=FERNANDO JAVIER VILLARREAL SALAZAR, o=UPEC-GUPO, ou=BAJOS-CENTRO DEL COLONDO, email=ERIKAVIVIANA@UPEC-CARCHI.EDU.ec, c=EC
Fecha: 2021.03.11 11:08:00

MSC. FERNANDO JAVIER VILLARREAL SALAZAR

PRESIDENTE



Firmado digitalmente por
1709123788 FREDDY
RICHARD QUINDE
SARI

MSC. QUINDE SARI FREDDY RICHARD

TUTOR



Firmado digitalmente por
EDWIN MARCELO
CAHUASQUI
CEVALLOS

MSC. EDWIN MARCELO CAHUASQUI CEVALLOS

LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

Anexo 2: Certificado de Abstrac por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

| ABSTRACT- EVALUATION SHEET | | | | |
|--|--|---|--|---|
| NAME: Erika Viviana Cepeda Pérez y Paul Andres Ponce Pozo | | | | |
| DATE: 24 de marzo de 2021 | | | | |
| TOPIC: Análisis de la administración del talento humano y la relación de satisfacción del cliente interno y externo de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega, en la ciudad de Tulcán. | | | | |
| REMARKS AWARDED QUANTITATIVE AND QUALITATIVE | | | | |
| VOCABULARY AND WORD USE | Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic | Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic | Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic | Limited vocabulary and inadequate words related to the topic |
| | EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/> | GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/> | AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/> | LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/> |
| WRITING COHESION | Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs. | Adequate progression of ideas and supporting paragraphs. | Some progression of ideas and supporting paragraphs. | Inadequate ideas and supporting paragraphs. |
| | EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/> | GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/> | AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/> | LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/> |
| ARGUMENT | The message has been communicated very well and identify the type of text | The message has been communicated appropriately and identify the type of text | Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing | The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate |
| | EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/> | GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/> | AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/> | LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/> |
| CREATIVITY | Outstanding flow of ideas and events | Good flow of ideas and events | Average flow of ideas and events | Poor flow of ideas and events |
| | EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/> | GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/> | AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/> | LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/> |
| SCIENTIFIC SUSTAINABILITY | Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement | Minor errors when supporting the thesis statement | Some errors when supporting the thesis statement | Lots of errors when supporting the thesis statement |
| | EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/> | GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/> | AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/> | LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/> |
| TOTAL/AVERAGE | 9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED | TOTAL 9 | | |



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Erika Viviana Cepeda Pérez y Paul Andres Ponce Pozo

Fecha de recepción del abstract: 24 de marzo de 2021

Fecha de entrega del informe: 24 de marzo de 2021

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Firmado electrónicamente por:
EDISON BOANERGES
PENAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Anexo 3: Oficio gerente cooperativa

Oficio Nro. UPEC-AEM-2019-023-Of
Tulcán, 24 de abril de 2019

Ingeniero
Alex Vivero

GERENTE GENERAL COOP. DE AHORRO Y CRÉDITO PABLO MUÑOZ VEGA
Presente. –

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos la carrera de Administración de Empresas y Marketing, de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, a la vez le deseamos toda clase de éxitos en cada una de sus actividades en beneficio de la sociedad.

A través del presente me permito solicitarle de la manera más comedida, autorice a quien corresponda, otorgar el permiso necesario para desarrollar el plan de investigación, denominado: ADMINISTRACIÓN DE TALENTO HUMANO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO E INTERNO DE LA COOPERATIVA PABLO MUÑOZ VEGA, de los estudiantes de la carrera ÉRIKA VIVIANA CEPEDA PÉREZ y PAÚL ANDRÉS PONCE POZO. Cabe señalar que la información recopilada es confidencial y será utilizada únicamente para fines académicos.

Por la favorable acogida que le brinde al presente, le expreso mi agradecimiento.

Atentamente,



MSc. Verónica García



DIRECTORA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Educación para el desarrollo y la integración”

VG/dn

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
“PABLO MUÑOZ VEGA”
SECRETARÍA GENERAL
AÑO 2019 MES 04 DÍA 24
HORA 8:48




UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
Ley No. 2006-36 Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

Oficio Nro. UPEC-AEM-2019-023-Of
Tulcán, 24 de abril de 2019

Ingeniero
Alex Vivero

GERENTE GENERAL COOP. DE AHORRO Y CRÉDITO PABLO MUÑOZ VEGA
Presente. –

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos la carrera de Administración de Empresas y Marketing, de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, a la vez le deseamos toda clase de éxitos en cada una de sus actividades en beneficio de la sociedad.

A través del presente me permito solicitarle de la manera más comedida, autorice a quien corresponda, otorgar el permiso necesario para desarrollar el plan de investigación, denominado: ADMINISTRACIÓN DE TALENTO HUMANO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO E INTERNO DE LA COOPERATIVA PABLO MUÑOZ VEGA, de los estudiantes de la carrera ÉRIKA VIVIANA CEPEDA PÉREZ y PAÚL ANDRÉS PONCE POZO. Cabe señalar que la información recopilada es confidencial y será utilizada únicamente para fines académicos.

Por la favorable acogida que le brinde al presente, le expreso mi agradecimiento.

Atentamente,

MSc. Verónica García

DIRECTORA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Educación para el desarrollo y la integración”

VG/dn



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
PABLO MUÑOZ VEGA
SECRETARÍA GENERAL
AÑO 2019 MES 04 DÍA 24
HORA 8:48

Anexo 5: Formulario aplicado a los clientes internos (trabajadores de la cooperativa)

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial
Carrera de Administración de Empresas y Marketing

Buenos días/tardes

Somos estudiantes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, estamos realizando una investigación cuyo objetivo es Analizar la relación de la administración del talento humano con la satisfacción en el cliente interno y externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega.

Califique los siguientes elementos en una escala del 1 al 5, donde 1 está "totalmente en desacuerdo", 2 está "en desacuerdo", 3 está "ni de acuerdo ni desacuerdo", 4 está "de acuerdo" y 5 está "totalmente de acuerdo".

SEXO MASCULINO FEMENINO

EDAD

ESTADO CIVIL CASADO SOLTERO

INGRESOS DE 1 A 100 DE 101 A 500 DE 501 A 1000 DE 1001 A MAS

EDUCACIÓN PRIMARIA SECUNDARIA SUPERIOR POSGRADO

CARGO QUE OCUPA

TIEMPO DE TRABAJO DE 1 A 2 AÑOS DE 3 A 5 AÑOS DE 6 EN ADELANTE

TIPO DE CONTRATO CONTRATO FIJO CONTRATO TEMPORAL

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | CLIMA LABORAL | | | | | |
| 1 | Me gusta mi trabajo ya que siempre existe colaboración con mis compañeros | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2 | Siento entusiasmo al realizar mis tareas dentro de mi horario de trabajo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 3 | En mi trabajo actual me tratan con respeto y eso inspira a dar lo mejor de mi | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 4 | En mi trabajo existe una política de igualdad laboral y no discriminación | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| | DESEMPEÑO | | | | | |
| 5 | En mi puesto tengo autonomía suficiente para trabajar a gusto | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 6 | Cuento con las habilidades necesarias para desempeñarme en mi trabajo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7 | Me agrada la idea de bonificación que brinda la cooperativa al momento de cumplir los objetivo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 8 | Considero que las capacitaciones brindadas por la cooperativa me ayuda mejorar el servicio | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| | MOTIVACION | | | | | |
| 9 | Me siento motivado al realizar mi trabajo en la cooperativa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 10 | Considero que la empresa me brinda un plan de salud eficiente para mí y para mi familia | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 11 | Tengo interés por las cosas que realizo en mi trabajo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 12 | Generalmente, el reconocimiento que obtengo por mi trabajo es reconfortante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| | SATISFACCION LABORAL | | | | | |
| 13 | La relación con mis jefes/as es agradable | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 14 | Considero que mi trabajo esta adecuado para trabajar cómodamente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 15 | En mi trabajo me encuentro satisfecho | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 16 | Mi puesto de trabajo me ofrece estabilidad laboral | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Anexo 6: Formulario aplicado al cliente externo

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------------|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| FIDELIZACIÓN | | | | | | |
| 1 | No cambiaría el servicio de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega por el de otra cooperativa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2 | Como cliente de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega estoy dispuesto a recomendar los servicios financieros que ofrece | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 3 | En un futuro volveré a adquirir los servicios de la cooperativa por la atención personalizada | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 4 | He recomendado en varias ocasiones a mis conocidos, familiares, amigos la atención y servicios financieros que ofrece la Cooperativa Pablo Muñoz Vega. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| CAPACIDAD DE RESPUESTA | | | | | | |
| 5 | En la Cooperativa Pablo Muñoz Vega el personal me comunica aspectos relacionados al servicio | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 6 | El personal de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega, me proporciona atención oportuna durante el servicio. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7 | El personal de Cooperativa Pablo Muñoz Vega, siempre está dispuesto a ayudarme en la atención de mis solicitudes/quejas/reclamos. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 8 | El personal de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega atiende a mis requerimientos con tiempos de respuesta adecuados. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ATENCIÓN | | | | | | |
| 9 | El personal de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega me ofrece un servicio rápido y eficiente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 10 | Recibo a tiempo la entrega del servicio por parte del personal de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 12 | En la Cooperativa Pablo Muñoz Vega la información que recibo es confiable | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 12 | Uno de los valores que tiene el personal de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega es la cordial al brindar un servicio | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| COMUNICACIÓN | | | | | | |
| 13 | Considero que la comunicación con el personal de Cooperativa Pablo Muñoz Vega mejora las relaciones interpersonales | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 14 | Considero que una información confiable depende únicamente del personal de la cooperativa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 15 | Me gusta la comunicación que tengo con el personal de la cooperativa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 16 | Considero que la comunicación entre el personal de la cooperativa es fluida y satisfactoria | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Anexo 7: Número de pruebas piloto para clientes externos

| Definir población | Distribución por género | | | Distribución de % por género | | | 70 | Prueba piloto | |
|---|-------------------------|---------|---------|------------------------------|-----------|-----------|---------|---------------|---------|
| | Ciudad de Tulcán | Hombres | Mujeres | Total | % Hombres | % Mujeres | | | % Total |
| Socios por certificado de aportación | | 14622 | 15448 | 30070 | 36,55% | 38,61% | 75,16% | 26 | 27 |
| Cientes por creación de cuentas de ahorro | | 4735 | 5202 | 9937 | 11,84% | 13,00% | 24,84% | 8 | 9 |
| Total población coop | | 19357 | 20650 | 40007 | 48,38% | 51,62% | 100,00% | 34 | 36 |

Nota. El anexo 7 muestra como se obtuvo el número de pruebas piloto para clientes externos.

Anexo 8: Alfa de Cronbach por constructos del formulario dirigido a dpto. de Talento Humano

Dos de los constructos 2 no tienen varianza por esta razón no los ponemos para observación ya que las respuestas son similares para toda la población

| Estadísticas de fiabilidad motivación | |
|---------------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,667 | 4 |

| Estadísticas de fiabilidad clima laboral | |
|--|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,762 | 4 |

Nota. El anexo 8 muestra los coeficientes de Alfa de Cronbach por constructo del formulario aplicado al dpto. de recursos humanos.

Anexo 9: Alfa de Cronbach por constructos del formulario a Cliente Interno

Uno de los constructos no presenta variación todos los clientes internos respondieron de la misma manera

| Estadísticas de fiabilidad clima laboral | |
|--|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,868 | 4 |

| Estadísticas de fiabilidad desempeño | |
|--------------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,782 | 4 |

| Estadísticas de fiabilidad motivación | |
|---------------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,868 | 4 |

Nota. El anexo 9 muestra los coeficientes de Alfa de Cronbach por constructo del formulario aplicado a clientes internos.

Anexos 10: Alfa de Cronbach por constructos del formulario aplicado a cliente externo

Uno de los constructos no presenta variación todos los clientes externos respondieron de la misma manera

| Estadísticas de fiabilidad | |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,701 | 4 |
| Estadísticas de fiabilidad | |
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,888 | 4 |
| Estadísticas de fiabilidad | |
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,895 | 4 |
| Estadísticas de fiabilidad | |
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,687 | 4 |

Nota. El anexo 10 muestra los coeficientes de Alfa de Cronbach por constructo del formulario aplicado a clientes externos.

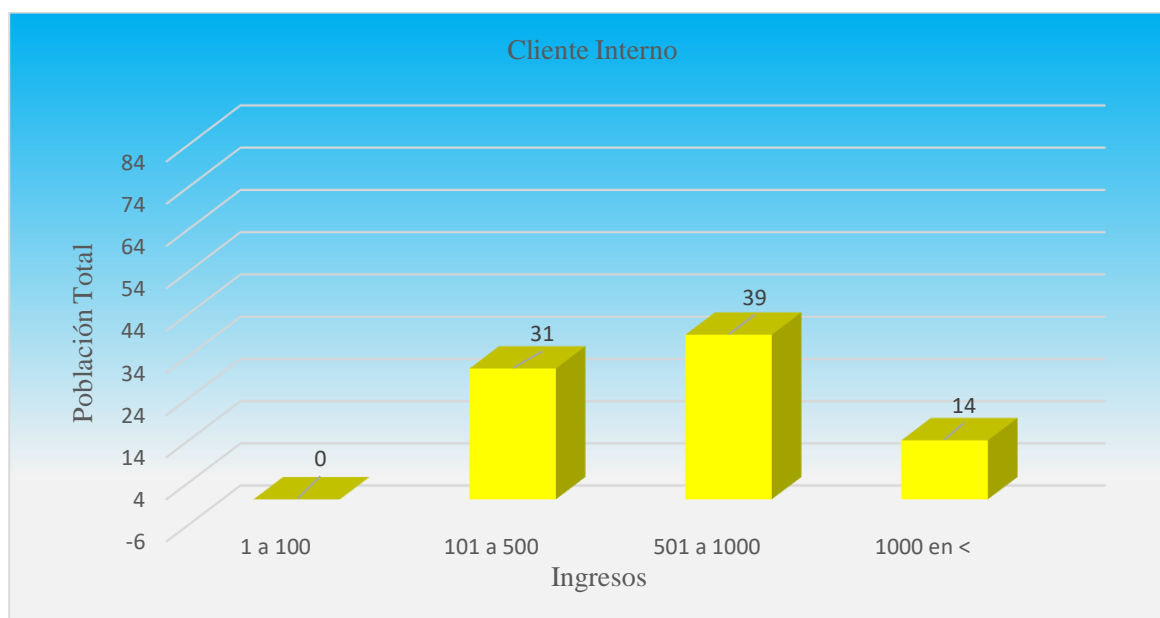
Anexo 11: Características demográficas de los clientes internos y externos

Características demográficas del cliente interno de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega

En la figura 1 se puede apreciar el total de la población, de acuerdo con el nivel ingresos percibidos en la institución, observando que 39 de las 84 personas tienen un sueldo de 501 a 1000, de acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación el salario podría ser uno de los factores que permite que los empleados se sientan satisfechos dentro de la organización porque la mayoría de ellos tiene sueldos por encima del salario básico.

Figura 1. Nivel de ingresos del cliente interno

Nivel de ingresos del cliente interno



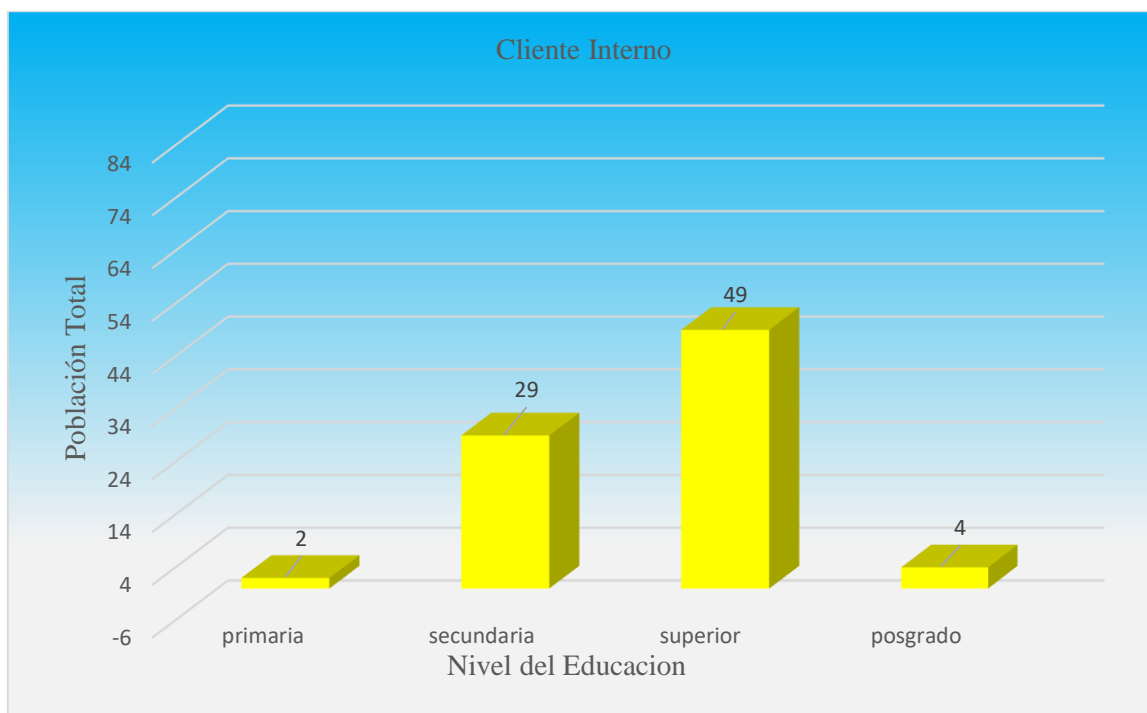
Tomando en cuenta que para la mayoría de la población el tener un buen sueldo permitirá el crecimiento personal siendo esta la motivación para ejecutar bien las funciones dentro de la organización con el fin de conservar su trabajo o simplemente por mantener el sueldo establecido.

El salario sería un factor externo de los plateados al momento de hacer la investigación, afirmando que para el cliente interno a mayor sueldo mayor satisfacción, porque este permite generar estímulos de alegría, obteniendo un ambiente agradable, cómodo y sobre todo el compromiso para realizar sus funciones dentro de la organización.

En la figura 2 podemos apreciar que de los 84 trabajadores de la cooperativa 49 tienen una educación superior, 29 educación secundaria, 4 cuentan con posgrado, y solo 2 tiene educación primaria, por tanto, el índice de educación puede ser un factor estratégico para lograr la satisfacción de los usuarios ya que en cierto sentido las capacidades desarrolladas a través de los conocimientos de cada persona serán utilizados para resolver las posibles problemáticas presentadas en la institución, así el factor humano será el recurso más valioso que posee una organización.

Figura 2. Nivel de educación del cliente interno

Nivel de educación del cliente interno

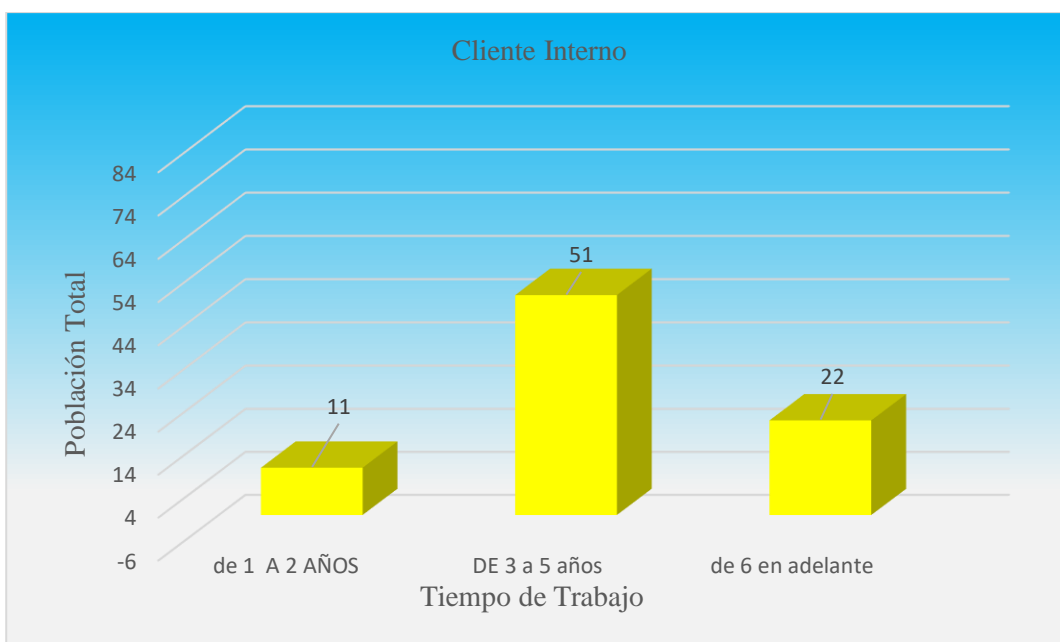


El nivel de educación para una organización se lo puede tomar desde dos puntos, uno el causar satisfacción y otro insatisfacción, el uno porque al tener mayor educación los empleados desean tener un mejor sueldo por el nivel de preparación y dos permitirá que estos puedan resolver mejor las problemáticas de acuerdo a puesto de trabajo, pero en cambio el trabajador que tiene una preparación alta y es mal asalarado no trabaja de la mejor manera generando conflictos dentro de la organización y al momento de ofrecer un servicio al cliente externo.

En la figura número tres se indica que los clientes internos en el rango de 3 a 5 años de trabajo son los que sobresalen en la organización, 22 colaboradores que tiene más de 6 años y 11 que llevan de 1 a 2 años de trabajo.

Figura 3. Tiempo de trabajo del cliente interno

Tiempo de trabajo del cliente interno



El tiempo de trabajo puede ser un factor importante para lograr satisfacción dentro de una institución ya sea por la afinidad encontrada con sus compañeros, por los ingresos percibidos o por el hecho de conservar el trabajo, gente con más de 6 años trabajando afirman que sienten satisfacción al estar dentro de la Cooperativa de ahorro y crédito Pablo Muñoz Vega.

De la misma manera como se genera satisfacción por el tiempo de trabajo, se puede generar insatisfacción, ya sea porque el personal esta aburrido, cansado de las funciones que realiza, malentendidos con sus compañeros etc., o porque el departamento de talento humano no motiva a las personas más antiguas, siendo estos factores negativos para que el cliente se sienta insatisfecho dentro de la cooperativa.

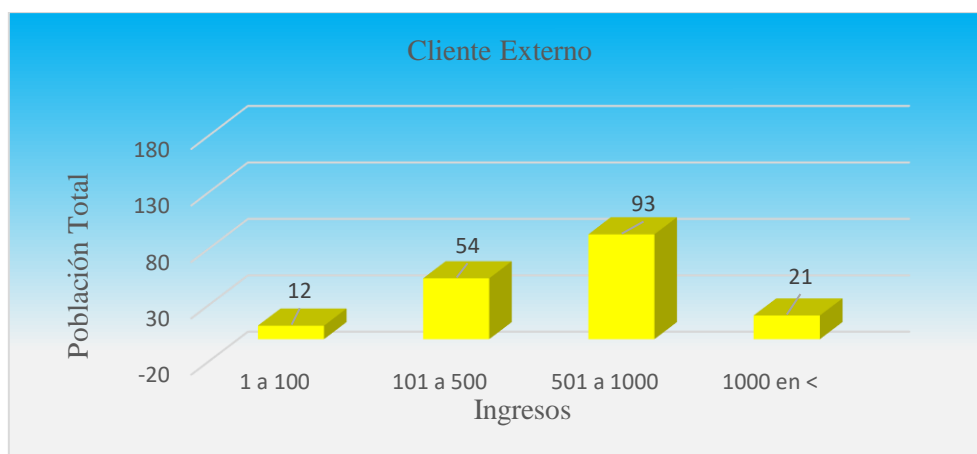
Si bien lo clientes afirman que hay satisfacción, no sería mala idea tomar en cuenta todos estos factores al momento de hacer un análisis interno para un mejor funcionamiento de la organización.

Características demográficas del cliente externo de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega

Si bien es cierto la organización no puede medir la satisfacción de los clientes externos mediante el nivel de sueldo percibido, pero si puede motivar a que la gente con más ingresos aporte más a la organización tal y como lo venido haciendo en los últimos años a mayor aportación más posibilidad de ganar algo dentro de la institución, tomando este factor como el más relevante al momento de preferir a la cooperativa (ver figura 4).

Figura 4.

Ingresos del cliente externo



Los clientes externos cada año tienen la esperanza de ganar el vehículo sorteado por la institución, por ende, que la gente se apresura a realizar aportaciones o ahorros a la cooperativa, resaltando como la cooperativa motiva a los clientes a seguir siendo parte de la misma, de igual manera los beneficios que ofrece la organización como salud o la funeraria son aspectos que permite generar fidelización a la institución logrando que cada vez más personas desean pertenecer a la cooperativa.

Los clientes por lo general exigen cada vez más y con la competencia es más difícil cumplir sus demandas, por lo que atraer al cliente, mediante premios hace a la organización más atractiva y esta resulta cada vez más eficaz al momento de conservar al cliente externo.

Anexo 12: Medias total cliente interno

CLIENTE INTERNO

| clima laboral | desempeño | motivación | satis laboral |
|---------------|-----------|------------|---------------|
| 4,57 | 4,59 | 4,57 | 4,74 |

Anexo 13: Medias de cada constructo cliente interno

CLIMA LABORAL

| | |
|-------------------|------|
| Colaboración | 4,55 |
| Entusiasmo | 4,56 |
| Respeto | 4,60 |
| No discriminación | 4,58 |

DESEMPEÑO

| | |
|---------------------------------------|------|
| Autonomía suficiente | 4,62 |
| Habilidades en mi trabajo | 4,60 |
| Bonificación al cumplir los objetivos | 4,61 |
| Mejorar el servicio | 4,55 |

MOTIVACIÓN

| | |
|-----------------------|------|
| Motivado | 4,55 |
| Plan de salud | 4,49 |
| Interés en mi trabajo | 4,63 |
| Reconocimiento | 4,62 |

SATISFACCIÓN LABORAL

| | |
|----------------------|------|
| Relación agradable | 4,63 |
| Trabajar cómodamente | 5,21 |
| Satisfecho | 4,62 |
| Estabilidad laboral | 4,50 |

Anexo 14: Medias total cliente externo

CLIENTE EXTERNO

| fidelización | capacidad de respuesta | atención | comunicación |
|--------------|------------------------|----------|--------------|
| 4,03 | 3,95 | 3,99 | 3,95 |

Anexo 15: Medias de cada constructo cliente externo

FIDELIZACIÓN

| | |
|--------------------------|------|
| No cambiaría el servicio | 3,67 |
| Recomendar servicios | 4,20 |
| Atención personalizada | 4,10 |
| Recomendado | 4,13 |

CAPACIDAD DE RESPUESTA

| | |
|----------------------|------|
| Comunica | 4,03 |
| Atención oportuna | 3,92 |
| Ayuda | 3,94 |
| Respuesta adecuados. | 3,92 |

| ATENCIÓN | |
|-----------------------------|------|
| Servicio rápido y eficiente | 3,91 |
| Recibo a tiempo | 3,93 |
| Confiable | 4,10 |
| cordial | 4,03 |

| COMUNICACIÓN | |
|-----------------------|------|
| Mejora las relaciones | 4,20 |
| Información confiable | 4,30 |
| Alguien que sabe | 3,68 |
| Satisfactoria | 3,61 |

Anexo 16: Medias total recurso humano

Recurso humano

| integración | motivación | clima laboral | satis laboral |
|-------------|------------|---------------|---------------|
| 4,08 | 4,17 | 3,92 | 4,00 |

Anexo 17: Medias de cada constructo recurso humano

INTEGRACIÓN

| | |
|-------------------------|------|
| Integración | 4,33 |
| bienvenida | 4,00 |
| trabajo en equipo | 4,00 |
| involucrar trabajadores | 4,00 |

MOTIVACIÓN

| | |
|----------------------|------|
| realizar actividades | 4,33 |
| plan de salud | 4,33 |
| reconocimiento | 4,00 |
| valoración salarial | 4,00 |

CLIMA LABORAL

| | |
|--------------------|------|
| colaboración | 3,67 |
| horarios flexibles | 3,67 |
| respeto | 4,33 |
| igualdad laboral | 4,00 |

SATISFACCIÓN LABORAL

| | |
|------------------------|------|
| relación agradable | 4,00 |
| satisfacer necesidades | 4,00 |
| realiza su trabajo | 4,00 |
| estabilidad laboral | 4,00 |

Anexo 18: Correlación talento humano & cliente interno

| RECURSO HUMANO | CLIENTE INTERNO |
|----------------|-----------------|
| 4,08 | 4,57 |
| 4,17 | 4,59 |
| 3,92 | 4,57 |
| 4,00 | 4,74 |

| | RECURSO HUMANO | CLIENTE INTERNO |
|-------------|----------------|-----------------|
| RECURSO HUA | 1 | |
| CLIEN INTER | -0,17042369 | 1 |

Anexo 19: Correlación talento humano & cliente externo

| RECURSO HUAMANO | CLIENTE EXTERNO |
|-----------------|-----------------|
| 4,08 | 4,03 |
| 4,17 | 3,95 |
| 3,92 | 3,99 |
| 4,00 | 3,95 |

| | RECURSO HUMANO | CLIENTE EXTERNO |
|-------------|----------------|-----------------|
| RECURSO HUA | 1 | |
| CLIEN EXTER | -0,13483997 | 1 |