



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



**CALIDAD DE SERVICIO QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE
GESTIÓN DE PERSONAL A LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA
EMPRESA DEL SECTOR DE ALUMINIO**

Tutor: Dr. Manuel Antonio Rodríguez

Línea de Investigación:

Sistemas Productivos y Organización del Trabajo

Autoras:

Ascanio, Geissa

C.I: 20.030.564

Rico, Naydlis

C.I: 18.486.771

Bárbula, Febrero de 2016



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



**CALIDAD DE SERVICIO QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE
GESTIÓN DE PERSONAL A LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA
EMPRESA DEL SECTOR DE ALUMINIO**

Autoras:

Ascanio, Geissa

C.I: 20.030.564

Rico, Naydlis

C.I: 18.486.771

Tutor sugerido:

Dr. Manuel Antonio Rodríguez

Trabajo de Grado presentado para optar al título de Licenciado en
Relaciones Industriales

Bárbula, Febrero de 2016



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



APROBACIÓN DEL TUTOR

Por medio de la presente, se hace constar que el trabajo de grado título:
CALIDAD DE SERVICIO QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE PERSONAL A LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA EMPRESA DEL SECTOR DE ALUMINIO presentado por las bachilleres: Ascanio Garrido, Geissa Jakeline C.I: 20.030.564 y Rico Acevedo, Naydlis Masiel C.I: 18.486.771, cumple con los requisitos de forma y fondo para optar al título de Licenciada en Relaciones Industriales.

Dr. Manuel Antonio Rodríguez
C.I: 6.012.852
Tutor sugerido

Bárbula, Febrero de 2016



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



CONSTANCIA DE ACEPTACION

**CALIDAD DE SERVICIO QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE
GESTIÓN DE PERSONAL A LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA
EMPRESA DEL SECTOR DE ALUMINIO**

Tutor sugerido:
Dr. Manuel Antonio Rodríguez

**Acepta de acuerdo al Estatuto del Profesor Universitario la tutoría del Trabajo
del Trabajo de Ascenso a la Categoría de Asistente Facultad de Ciencias
Económicas y Sociales Escuela de Relaciones Industriales
Por: Dr. Manuel Antonio Rodríguez**

C.I.: 6.012.852

Bárbula, Febrero del 2016



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
 ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
 CAMPUS BÁRBULA



VEREDICTO

Quienes suscriben, miembros del jurado examinador designados por el Consejo de Escuela para evaluar el trabajo de grado titulado **“CALIDAD DE SERVICIO QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE PERSONAL A LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA EMPRESA DEL SECTOR DE ALUMINIO.”**, presentado por las Bachilleres: **Ascanio Garrido, Geissa Jakeline y Rico Acevedo, Naydlis Masiel**, venezolanas, mayores de edad, titulares de las C.I. **20.030.564** y **18.486.771** y con domicilio en el Estado Carabobo, para optar al título de Licenciado en Relaciones Industriales, luego de la exposición correspondiente consideramos que el mismo reúne los requisitos para ser considerado como:

En fe de lo cual firman en la ciudad de Valencia a los _____ días del mes de _____ del año 2016.

| Apellido | Nombre | C.I. | Firma |
|----------|--------|-------|-------|
| _____ | _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ | _____ |



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



Dedicatoria

A Dios por darnos salud, fortaleza y aliento en cada momento de nuestras vidas y por permitirnos hoy lograr esta meta.

A nuestra querida compañera y amiga † Liliana Alvarado, quien dejó sus ideas y todo esfuerzo plasmado en este trabajo de grado, gracias por siempre estar allí, donde quiera que estés te extrañamos mucho, esto es para ti.

A nuestros padres por su ayuda y apoyo en cada una de las etapas de nuestra vida, por su comprensión, y darnos ese aliento para seguir adelante y no desmayemos, por sembrar en nosotros valores que nos fortalecen cada día.

Naydlis: A mi preciosa hija Samantha que es mi motivación cada día para seguir adelante y a mi amado esposo Rubén que es mi apoyo incondicional. A mi bella y hermosa Abuela Hilda que desde lejos me manda sus bendiciones y su aliento.

Geissa: A mi madre Luisa Garrido y a mi hermana Gineth Aguilar por estar allí en todo momento por su paciencia y comprensión, a mi sobrina Sofía que lleno de alegría su llegada y especialmente a mi hermosa hija Angélica que con tan poco tiempo ha cambiado mi vida mi pedacito de cielo es un milagro que este junto a mi eres mi inspiración y mi mayor bendición.

A todos nuestros profesores de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales quien nos ha formado como los profesionales exitosos que hoy nos hemos convertido.

Todos nuestros compañeros que de una u otra manera nos ayudaron a lograr este tan preciado logro personal.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



Agradecimientos

A Dios por darnos vida y salud, por la fortaleza que nos dio para cumplir nuestras metas y jamás abandonarnos. Gracias señor por siempre estar con nosotras y por regalarnos un día más para disfrutar de la vida.

A nuestros padres por su apoyo incondicional durante nuestro proceso de formación.

A la Universidad de Carabobo, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales por ser el lugar de encuentro para nuestra formación profesional, por darnos la oportunidad de recorrer sus aulas.

A los profesores por asesorarnos, enseñarnos y dar su granito de arena para educarnos como profesionales.

A nuestro Tutor Manuel Antonio Rodríguez quien me guio y apoyo en todo lo relacionado a mi Trabajo de Grado. Muchas gracias Profesor por tanta comprensión y confianza.

A nuestras compañeras de Tesis Naydlis por formar este grupo de trabajo y Especialmente a Liliana Alvarado que a pesar de que no estés con nosotras físicamente trabajaste duro para lograr esta meta, y sé que estas allí con nosotras, nos enseñaste a mantener la calma a pesar de las presiones.

A Moisés Blanco por la ayuda prestada para la elaboración de este trabajo de grado.

Y a todas aquellas personas que participaron en la realización de este Trabajo de Grado.

Muchas Gracias!



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



**CALIDAD DE SERVICIO QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE
GESTIÓN DE PERSONAL A LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA
EMPRESA DEL SECTOR DE ALUMINIO**

Autoras: Ascanio, Geissa y Rico, Naydlis

Tutor: Manuel Antonio Rodríguez

Bárbula, Febrero de 2016

RESUMEN

El presente trabajo de investigación plantea analizar la calidad de servicio que ofrece el departamento de gestión de personal a una empresa del sector de aluminio ubicada en Guacara Edo. Carabobo, hoy en día la calidad de servicio ofrece muchos beneficios a las empresas estableciendo métodos estratégicos y competitivos para permanecer en el mercado. El propósito de la misma está sujeto a la percepción de los clientes internos de la organización, los trabajadores encuestados manifestaron su postura en cuanto al servicio que reciben. La presente se basa en un método descriptivo donde se interpretan los factores que generan la calidad en el servicio para realizar su análisis detallado. El instrumento utilizado para la recolección de los datos fue el cuestionario. Se concluye en líneas generales que, la empresa tiene una buena política de servicio, en donde los clientes están satisfechos con el servicio recibido por parte del departamento de gestión de personal, los empleados de dicho departamento ofrecen confianza en la prestación del servicio y se suministra información necesaria para dar respuestas satisfactorias a los requerimientos de sus clientes. Por lo tanto, se recomienda fortalecer la comunicación, desarrollar ampliamente programas de capacitación, entre otras.

Palabras Claves: Calidad de Servicio, Clientes, Satisfacción del servicio.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



**QUALITY OF SERVICE OFFERED BY THE DEPARTMENT OF
MANAGEMENT AND PERSONNEL TO INTERNAL CLIENTS OF A
COMPANY IN THE FIELD OF ALUMINUM**

Authors: Ascanio, Geissa and Rico, Naydlis
Tutor: Manuel Antonio Rodriguez
Bárbula, February 2016

SUMMARY

This research work pose analyze the quality of service offered by the department of personnel management to a company in the aluminum industry located in Guacara Edo. Carabobo, today the quality of service offers many benefits to companies establishing strategic and methods to stay competitive in the market. The purpose of it is subject to internal customer perception of the organization, workers surveyed expressed their position on the service they receive. This is based on a descriptive method where the factors that generate quality service to perform detailed analysis are interpreted. The instrument used for data collection was the questionnaire. It is concluded broadly that the company has a good service policy, where customers are satisfied with the service received by the department of personnel management, employees of the department provide confidence in the service and supplied information needed to give satisfactory answers to the requirements of its customers answers. Therefore, it is recommended to strengthen communication, widely develop training programs, among others

Keywords: Quality of Service, Customer Satisfaction service.

ÍNDICE GENERAL

| | Pág. |
|---|-------------|
| Dedicatoria..... | v |
| Agradecimientos..... | vii |
| Resumen..... | viii |
| Summary..... | ix |
| Índice de Cuadros..... | xii |
| Índice de Gráficos..... | xvi |
| Introducción..... | xvi |
| | |
| CAPÍTULO I | |
| EL PROBLEMA | |
| Planteamiento del Problema..... | 18 |
| Objetivos de la Investigación..... | 20 |
| Objetivo General..... | 20 |
| Objetivos Específicos..... | 20 |
| Justificación de la Investigación..... | 21 |
| | |
| CAPÍTULO II | |
| MARCO TEÓRICO REFERENCIAL | |
| Antecedentes..... | 23 |
| Referente Teórico..... | 26 |
| Teoría del Triángulo de Servicio..... | 26 |
| Bases Teóricas..... | 30 |
| Gestión de Recursos Humanos..... | 30 |
| Calidad de Servicio en las Empresas Públicas..... | 31 |
| Satisfacción del Cliente Interno..... | 35 |
| | |
| CAPÍTULO III | |
| MARCO METODOLÓGICO | |

| | |
|---|-----------|
| Naturaleza de la Investigación..... | 37 |
| Estrategia Metodológica..... | 37 |
| Población o Muestra..... | 41 |
| Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos..... | 43 |
| Validez Y confiabilidad del Instrumento..... | 44 |
| CAPÍTULO IV | |
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS..... | 46 |
| | |
| CONCLUSIONES..... | 71 |
| RECOMENDACIONES..... | 74 |
| LISTA DE REFERENCIA..... | 76 |
| ANEXOS..... | 79 |

ÍNDICE DE CUADROS

| CUADRO No. | Pág. |
|--|-------------|
| 1. Cuadro Técnico Metodológico..... | 38 |
| 1. Cuadro Técnico Metodológico (Continuación)..... | 39 |
| 1. Cuadro Técnico Metodológico (Continuación)..... | 40 |
| 2.- Servicios..... | 46 |
| 3.-Inquietudes..... | 47 |
| 4.- Actividades..... | 48 |
| 5.- Capacidades..... | 49 |
| 6.- Calidad..... | 50 |
| 7.- Tiempo..... | 51 |
| 8.- Información..... | 52 |
| 9.- Personal..... | 53 |
| 10.- Condiciones..... | 54 |
| 11. Respuestas..... | 55 |
| 12.- Cliente..... | 56 |
| 13.- Coordinación..... | 57 |
| 14.-Elementos..... | 58 |
| 15.- Conocimientos..... | 59 |
| 16.- Comportamientos..... | 60 |
| 17.- Decisiones..... | 61 |
| 18.- Nivel de Ética..... | 62 |

| | |
|---------------------------------|----|
| 19.- Sistemas..... | 63 |
| 20.- Servicios y Asesorías..... | 64 |
| 21.-Solventar..... | 65 |
| 22.- Desarrollo..... | 66 |
| 23.-Servicios Prestados..... | 67 |
| 24.- Desempeño..... | 68 |
| 25.-Estrategias..... | 69 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| GRÁFICO No. | Pág. |
|---|-------------|
| 1. Triángulo del Servicio Cliente Externo. Fuente: Albrecht (1998)..... | 27 |
| 2. Triángulo del Servicio Cliente Interno. Fuente: Albrecht (1998)..... | 28 |
| 3.- Gráfico 3..... | 47 |
| 4.- Gráfico 4..... | 48 |
| 5.- Gráfico 5..... | 49 |
| 6.- Gráfico 6..... | 50 |
| 7.- Gráfico 7..... | 51 |
| 8.- Gráfico 8..... | 52 |
| 9.- Gráfico 9..... | 53 |
| 10.- Gráfico 10..... | 54 |
| 11.- Gráfico 11..... | 55 |
| 12.- Gráfico 12..... | 56 |
| 13.- Gráfico 13..... | 57 |
| 14.- Gráfico 14..... | 58 |
| 15.- Gráfico 15..... | 59 |
| 16.- Gráfico 16..... | 60 |
| 17.- Gráfico 17..... | 61 |
| 18.- Gráfico 18..... | 62 |
| 19.- Gráfico 19..... | 63 |
| 20.- Gráfico 20..... | 64 |
| 21.- Gráfico 21..... | 65 |

| | |
|----------------------|----|
| 22.- Gráfico 22..... | 66 |
| 23.- Gráfico 23..... | 67 |
| 24.- Gráfico 24..... | 68 |
| 25.- Gráfico 25..... | 69 |
| 26.- Gráfico 26..... | 70 |

INTRODUCCIÓN

En principio toda organización es susceptible a transformaciones ya que se encuentran sometidas a retos, desafíos y presiones constantemente una gran parte de ella depende del desenvolvimiento del personal de recursos humanos ya que es aquel el cual planifica, dirige, desarrolla y evalúa las conductas y el desenvolvimiento de todos los trabajadores dentro una organización, es importante tener en cuenta que el departamento de gestión de personal debe ofrecer liderazgo, formación, motivación y todos los elementos necesarios que faciliten y mejoren la labor del cliente interno que son los trabajadores.

Sin lugar a dudas un aspecto importante a considerar es la dimensión que posee el talento del capital humano de una empresa y la gestión de dicho talento, también hay que tomar en cuenta las demás actividades que realizan en los diferentes departamentos que contiene una empresa ya que también son elementos fundamentales y necesarios para el éxito de la misma. Pero actualmente la gestión del capital humano es el primordial para lograr la satisfacción de su gente observando y atendiendo las diferentes necesidades y potencialidades de cada uno de ellos.

Es por ello que para las empresas la calidad de servicio del cliente interno es un pilar fundamental no solo en crear estándares de calidad en la producción de bienes, sino en la manera con que se presta un servicio a sus clientes creando un ambiente de confianza que lleve a la satisfacción y a la calidad.

En este sentido el presente trabajo de investigación tiene como propósito estudiar y evaluar la calidad de servicio que ofrece el departamento de gestión de personal a los clientes internos de una empresa del sector de aluminio ubicada en Guacara – Edo. Carabobo, en el cual la estructura en cuanto a los capítulos va de la siguiente manera:

Capítulo I: El problema, Comprende la problemática el cual motivo al desarrollo de la investigación, también contiene los objetivos de la investigación y la justificación.

Capítulo II: Marco Teórico Referencial, Está compuesto por los antecedentes de la investigación, las bases y los referentes teóricos relacionados con el tema para una mejor comprensión del contenido.

Capítulo III: Marco Metodológico, Describe la naturaleza de la investigación, las estrategias metodológicas, la población y muestra y las técnicas e instrumentos para la recolección de los datos.

Capítulo IV: Análisis e Interpretación de los resultados, Se aplican las técnicas e instrumentos para analizar e interpretar los datos obtenidos, y también se presentan las conclusiones y recomendaciones generadas para dar respuestas a los objetivos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

El mundo de hoy, se ha tornado en una economía de servicios enfocada hacia el cliente, razón por la cual ha tomado mayor relevancia para las organizaciones. Ya no sólo las organizaciones se abocan a la producción o a la prestación del servicio, sino que también busca satisfacer los requerimientos y superar las expectativas del capital humano a través de la identificación real de sus necesidades.

Por lo que se evidencia el cambio en el tiempo, ahora las organizaciones se ven involucradas en economías modernas en donde deben actuar con cambios radicales para obtener posiciones de liderazgo en las organizaciones, desarrollando nuevas estrategias para suministrar una mejor calidad de respuesta para enfrentar con éxito las exigencias del entorno.

En este sentido, la calidad de servicio permite agregar valor al producto para establecer por esta vía una diferenciación en el mercado, garantizar la lealtad de los clientes, impulsar las ventas y contribuir con la creación de una imagen para la organización. De acuerdo a Forrest y Sánchez (2008), hoy en día la gran mayoría de las empresas latinoamericanas, están convencidas de que el servicio al cliente es una ventaja competitiva que les puede permitir diferenciarse de sus competidores y adquirir mayor participación de mercado y mayor posicionamiento de las organizaciones.

Es cada vez más notorio que el elemento realmente significativo con el que cuenta una empresa es su personal. Por lo tanto se debe motivar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes internos.

El Departamento de Gestión de Personal o Recursos Humanos es el idóneo para la satisfacción de las necesidades de cada trabajador y trabajadora que se desenvuelve en la organización, ya que las decisiones que en este departamento se

tomen van a impactan directamente a todo el personal bien sea de manera positiva o negativa, sin dejar a un lado la cantidad de información que constantemente se maneja concerniente a cada empleado. Este departamento debe cumplir con las normas básicas más elementales, entre las cuales podemos mencionar la protección del capital humano que hace vida en la organización.

La calidad de servicio según Miranda, Chamorro y Rubio (2007:241) es; “el servicio que responde a las expectativas de los clientes, satisfaciendo sus necesidades y requerimientos”.

No obstante, las principales necesidades que se deben abordar son las del cliente interno, sin calidad de capital humano no es posible tener éxito en la calidad de servicio que se les brinde a los clientes externos.

El eje central de estudio giro entorno a la calidad de servicio dentro de la organización, con respecto al cliente interno, con el fin de determinar la satisfacción que están obteniendo al momento de recibir dicho servicio. Para efecto de nuestra investigación, que el cliente interno al cual se hace referencia es todo personal externo al departamento de gestión de personal.

Con el fin de conseguir la calidad de servicio se deben satisfacer las necesidades de los clientes, Juran (1996:07) define la satisfacción como; “el resultado alcanzado cuando las características del producto responden a las necesidades del cliente”. Esta cita responde a conocer esencialmente, la orientación para el logro de las metas trazadas.

Al potenciar la calidad del capital humano, estamos elevando los niveles de desarrollo de la organización manteniendo así la satisfacción del cliente durante el tiempo y que los prestadores de este servicio se sientan realmente eficientes con el papel que desenvuelven proyectando un buen futuro para la organización.

En el caso particular de la empresa en donde se está llevo a cabo la investigación, tiene más de cincuenta años en el mercado, se encuentra ubicada en Guacara-Edo.Carabobo, tiene una población de 650 trabajadores que laboran en

diferentes turnos y están distribuidos en 11 gerencias que a su vez se sub-dividen en 38 departamentos, se dedica a laminar aluminio a bajo espesor con venta industrial y comercial. En este caso en particular el estudio se enfoca, en la calidad de servicio que ofrece el departamento de gestión de personal se han percibidos fallas. En conversaciones informales sostenidas con los trabajadores que ahí laboran ellos comentan que no han recibido la atención necesaria, ya que al momento de realizar diversas solicitudes que competen directamente al departamento mencionado son evadidos indicándoles que deben tramitar toda inquietud con sus respectivo supervisor quien servirá de puente entre los trabajadores y el departamento, toda esta situación genera molestia en cada uno de los trabajadores que visitan a diario las oficinas del departamento ya que acude a él en busca de soluciones, buena atención y comodidad a sus requerimientos.

Por lo expuesto, se realizo la investigación para dar respuesta a las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son los servicios ofrecidos por el departamento de Gestión de Personal a su cliente interno?

¿Cómo es el proceso de servicio que utiliza el departamento de Gestión de Personal para la atención del cliente interno de la empresa estudiada?

¿Están conscientes los empleados de satisfacer a sus clientes internos al momento de ofrecer el servicio?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Evaluar la calidad de servicio que ofrece el departamento de Gestión de Personal a los clientes internos de una empresa del sector de aluminio, a los fines de determinar la satisfacción de dicho cliente.

Objetivos Específicos

Describir la calidad de servicios ofrecidos por el departamento de Gestión de Personal al cliente interno de una empresa del sector de aluminio ubicada en Guacara estado Carabobo.

Describir el proceso de servicio al cliente interno del departamento de Gestión de Personal de una empresa del sector de aluminio ubicada en Guacara estado Carabobo.

Analizar la satisfacción del cliente interno sobre la calidad de servicio que ofrece el departamento de Gestión de Personal de una empresa del sector de aluminio ubicada en Guacara estado Carabobo.

Justificación de la Investigación

Actualmente las organizaciones que desean sobrevivir a los rápidos cambios del entorno, buscan la manera de mejorar su gestión, aplicando las teorías gerenciales de mejoramiento, donde sobresalen elementos importantes como: la calidad, el servicio, la innovación, el incentivos, entre otros. Partiendo de la importancia que tiene la calidad del servicio en el sector empresarial, los resultados obtenidos a través de esta investigación permitieron mejorar las políticas referentes al servicio que la empresa del sector aluminio ofrece a sus clientes internos del departamento de gestión de personal, siendo este un pilar fundamental, para lograr los objetivos y metas de la organización constituyéndolo de esta manera al logro efectivo de la calidad de atención al cliente.

Además, la posibilidad con que se realizó la investigación trae sustento en la disposición que ha manifestado dicha organización, de apoyar en todo momento el estudio, puesto que su preocupación es la calidad de servicio que ofrece el departamento de gestión de personal a los clientes y así mejorar el servicio de calidad mediante su servicio global y por ende, lograr la satisfacción de sus clientes.

Las razones que orientaron la realización de este trabajo, responden a una necesidad de búsqueda de conocimientos sobre las expectativas y percepciones que se tienen al Evaluar la calidad de servicio que ofrece el departamento de gestión de personal a los clientes internos de una empresa del sector de aluminio ubicada en Guacara Estado Carabobo.

Es importante señalar, que existe la inquietud de tener un conocimiento claro y sistemático del nivel de satisfacción que presentan los clientes internos, ya que de ello dependerán las acciones a tomar para enfrentarse a sus necesidades y exigencias que presenten.

Por otra parte, los resultados obtenidos permitieron a la dirección de la empresa tomar decisiones acertadas sobre acciones que contribuyan al mejoramiento de la calidad de servicio. Igualmente, con la aplicación de los resultados del estudio, la empresa tendrá la oportunidad de mejorar continuamente, crecer y volverse más competitiva en el mercado y de la competencia.

Finalmente, se tiene que considerar, el aporte que tuvo la presente investigación para la Universidad de Carabobo (UC), específicamente en la Facultad de ciencias Económicas y sociales (FACES) ya que en el campo de desarrollo la Línea de Investigación: Sistemas productivos y organización del trabajo, se proponen técnicas de aplicación práctica para otras organizaciones; y a su vez, sirven de apoyo para posteriores estudios.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Antecedentes

La investigación se desarrolló con una serie de acontecimientos manifestados a través del planteamiento del problema, donde surgieron brechas y debilidades en el servicio que ofrece el departamento de gestión de personal a los clientes internos dentro de la organización, y los métodos o herramientas utilizados para mejorar y lograr la satisfacción del cliente, es por ello que se relaciono con otros trabajos similares al tema, partiendo de los diferentes enfoques a que se refieren cada uno de ellos, de esta manera permitió suministrar información relacionada con el objeto de estudio.

Actualmente se realizaron varias investigaciones acerca de la calidad de servicio al cliente interno y la influencia que tiene en la satisfacción en el ámbito empresarial para el cual se desenvuelven. A continuación se presentan los estudios más relevantes que ayudaron a desarrollar la investigación:

Manzano, Irma (2009) en su trabajo de grado de pre-grado titulado; la calidad en el servicio dirigida al cliente interno que presta el departamento gestión de gente en una empresa de alimentos de consumo masivo. Presenta un estudio cuya finalidad fue indagar cómo se presta la calidad de servicio al cliente interno por la gestión de recursos humanos de una empresa de alimentos de consumo masivo ubicada en valencia estado Carabobo, donde la investigadora realizó un análisis descriptivo apoyado con la investigación documental y de campo del cliente interno para exponer sus experiencias y posturas en cuanto al servicio que reciben, interpretando los resultados obtenidos mediante la aplicación de cuestionarios y encuestas en las instalaciones de la empresa para recopilar los datos de manera cuantitativa, la población estaba conformada por 809 trabajadores de la empresa, con una muestra probabilística o aleatoria, la misma fue validada por un juicio de expertos en la materia, llegando a la conclusión se determina por medio de indicadores que el departamento de gestión de gente está alineado a los

parámetros establecidos por la organización y así prestar un servicio de calidad, es decir, para la organización es importante que el personal se sienta motivado y satisfecho ya que así rinden mas y benefician a la organización, dentro de la cultura organizacional está establecido que para prestar un servicio de calidad se debe tener un personal altamente capacitado, donde la aptitud, la disposición y autonomía para atender al cliente son aspectos esenciales para que el mismo sea de calidad. El trabajo fue seleccionado ya que sirve como guía en cuanto a las estrategias y variables aplicadas por parte del departamento de gestión de personal para beneficiar a los trabajadores de manera personal y profesional, logrando mejorar los procesos de manera continua en la organización.

Godoy, Jenny (2011:25) expresa en su artículo El Capital Humano en la Atención al Cliente y la Calidad de Servicio. Observatorio Laboral Revista Venezolana, que “la calidad de servicio se derivan por la motivación y la capacitación como fortalezas que deben tener el departamento de gestión de personal”. Se hace referencia en esto, debido a la capacitación del capital humano que presta un servicio debe poseer la integración de elementos esenciales que conducen un cambio actitudinal y conductual, esta capacitación tiene que ser de manera profesional, técnica, moral y cultural, para optimizar la calidad de atención al cliente.

Es importante tener en cuenta que lo primordial es satisfacer las necesidades y deseos del cliente, ya que ellos son los que impulsan el desarrollo de la organización en el mundo actual. Se menciona la atención al cliente porque ellos son el pilar de una empresa. Para tener una eficiente atención al cliente interno la empresa debe diseñar una misión y visión el cual ellos se sientan identificados, influyendo positivamente en ellos. El personal que se dedica a prestar este servicio debe poseer conocimientos, habilidades y destrezas adecuadas para desempeñar eficazmente sus funciones, capacitándose a través de programas y cursos dictados por la empresa para alcanzar los niveles establecidos exigidos por la organización.

Se mencionó este artículo ya que sirvió de apoyo para identificar los elementos más importantes que se deben tomar en cuenta en la calidad de servicio y atención al cliente porque el agrado de un cliente contento incrementa un alto nivel de desarrollo de la organización.

Falcón, Petersson, Benavides y Sánchez (2012:13) La Medición de la Calidad del cliente interno en una instalación hotelera. Este texto ha sido seleccionado como antecedente porque relata la construcción de un índice global para medir la calidad del cliente interno. El hotel está situado en el polo turístico de varadero, Cuba, donde se tiene un alto impacto económico, debido a esto el cliente es considerado como un recurso potencialmente estratégico para la empresa, siendo en términos generales valioso, escaso, difícil de imitar, transferir, sustituir, por eso es importante para las organizaciones medir cuantitativamente ese esfuerzo.

Para analizar los indicadores globales utilizados por la empresa se usó una serie de métodos el cual fue de gran ayuda para la obtención de resultados. Los indicadores fueron los siguientes; selección de los expertos la cual se refiere a la población que colaboró con la prestación de servicio. Además, de la selección de los indicadores para medir la calidad del cliente interno; Ítem utilizado para medir la información necesita. Luego existe la preparación del cuestionario con el fin de medir los indicadores, donde fue realizada una encuesta para la recopilación de datos, se selecciona la muestra de los trabajadores a encuestar y se procesó estadísticamente las encuestas, prueba de validez y fiabilidad por medio de ecuaciones para evaluar las variables, luego esos resultados son validados.

Seguidamente se calcularon las medidas descriptivas para las variables analizadas, las cuales se refieren a las variables estudiadas, para detectar las debilidades y fortalezas del cliente interno. Se desarrolló un análisis factorial para la reducción del número de variables que no es otra cosa que los factores que representativos de las variables. Y por último, se determinó el peso de los factores y variables colocando las ponderaciones que representan las variables.

Se tomó en cuenta este artículo ya que determina los pasos a seguir para medir de manera cuantitativa, mediante indicadores las debilidades y fortalezas en la calidad de servicio. Es un bosquejo de guía el cual nos permite identificar las necesidades que tenga el cliente, para así elaborar mejoras en el servicio que se presta al cliente.

Como recomendación es importante mantener informados a los trabajadores del servicio que presta el departamento de gestión de personal para que identifiquen y disfruten de los servicios y se sientan complacidos tanto con la organización como personalmente. Cuando los clientes internos de una empresa se sienten a gusto con el servicio que reciben, ellos desempeñan sus funciones de manera eficiente dando paso a la organización a que tengan éxito en el mercado y a tener mayor productividad.

También es recomendable que toda organización establezca parámetros que estén estandarizados y alineados con los objetivos de la empresa, para que así tanto las personas que presta el servicio como los clientes que lo reciben se sientan satisfechos.

Referente Teórico

Teoría del Triángulo de Servicio

La calidad de atención al cliente es un proceso encaminado a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos. En tal sentido, los clientes constituyen el elemento vital de cualquier organización. Sin embargo, son pocas las organizaciones que consiguen adaptarse a las necesidades de sus clientes ya sea en cuanto a calidad, eficiencia o servicio personal.

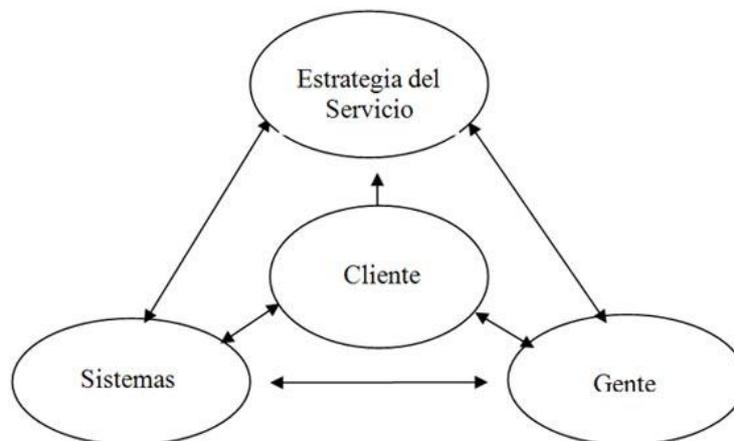
La economía de hoy en día conlleva a las organizaciones a implementar técnicas gerenciales innovadores que deben ser basadas en teorías intencionalmente reconocidas, con el fin de evolucionar y estar a la vanguardia del mercado. Partiendo de esas premisas se considera importante tomar la obra de Karl Albrecht uno de los principales expertos en la gerencia de servicio.

Albrecht(1998) expone la necesidad de la gerencia de orientarse de manera estratégica al servicio, la habilidad para administrar y diseñar efectivamente la prestación del servicio. Empezó a realizar sus estudios y aportes a partir de 1941, en Estados Unidos influenciado por la recuperación de Europa luego de la II Guerra Mundial. Durante este tiempo desarrollaron relevantes hechos históricos; el hombre fue a la luna, se realizó la lucha de los derechos civiles así mismo se dieron los primeros pasos para la igualdad de géneros, se desencadenaron guerras que marcaron pauta en la historia como las soviéticas, vietnam y coreanas, además cae el comunismo en Rusia y Europa del este, esta información se puede dilucidar en su primer libro Gerencia del Servicio, donde se desarrolla los inicios de sus investigaciones.

Albrecht se enfoca a través de su teoría del triángulo del servicio con el fin de realizar inminentes aportes a las organizaciones con el fin de potenciar la calidad de servicio. Elabora dos perspectivas el triángulo del servicio externo y el triángulo del servicio interno, para conocer la importancia del cliente interno se debe conocer el cliente externo.

Ilustración 1

Triángulo del Servicio Cliente Externo.



Fuente: Albrecht (1998)

Este consiste en una diagramación estratégica de la gerencia de servicio, estos interactúan entre sí, teniendo como universo el cliente, por ello se sitúa en el centro del triángulo, con el fin de mantener un alto nivel de calidad de servicio.

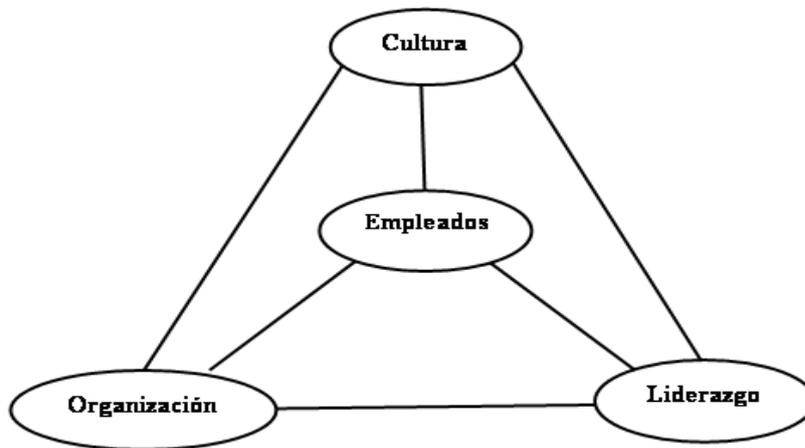
Según Albrecht (1998) los componentes básicos que fundamentan la teoría del triángulo del servicio, se definen de la siguiente manera:

Una estrategia del servicio bien concebida. Las mejores organizaciones han desarrollado una idea unificadora sobre lo que hacen. Personal que tiene contacto con el público. A través de algunos medios, los directivos de esas organizaciones han estimulado y ayudado a los empleados a mantener su atención fija en las necesidades del cliente. Sistemas amables para el cliente. El sistema de prestación de servicio en que se apoya el empleado, está verdaderamente diseñado para la convivencia del cliente y no para la convivencia de la organización. (p.39).

En este sentido, se puede decir que la estrategia del servicio debe ser orientada a las metas de la organización, partiendo del principio de cubrir las necesidades del cliente, abarcando los aspectos básicos señalados por el autor para el logro del objetivo. La perspectiva del triángulo del servicio del cliente interno, también se orienta al cliente pero se hace indispensable trabajar ciertos elementos claves al interior de la organización, para desarrollar nuestra calidad de servicio. A continuación se ampliará matriz la cual está vinculada estrechamente con el objeto de estudio de nuestra investigación.

Ilustración 2

Triángulo del Servicio Cliente Interno



Fuente: Albrecht (1998)

La cultura de servicio al cliente, sin duda alguna le ofrece una ventaja competitiva a la organización, se reconoce cuando existe una clara visión o concepto de servicio, debe estar enfocada a los valores, principios y objetivos de la empresa.

El liderazgo contempla el diseño y la operacionalidad concreta y constante, del sistema de integral, en este aspecto están sumergidos como protagonistas el personal de contacto, los cuales le dan vida a la empresa y accionan la cadena de valor y generan el sentido calidad de servicio.

Por su parte la organización, es la estructura y los sistemas que tienen que estar disponible para los trabajadores. Los empleados deben alinearse a los diferentes sistemas y procesos que se desencadenen dentro de ella, los cuales deben estar estratégicamente diseñados, para la convivencia del cliente. Dentro de esta se encuentra el personal que gira en torno a los usuarios que la componen y el personal de contacto.

Para construir una verdadera cultura de servicio, se hace indispensable, ante todo, desarrollar el triángulo del servicio interno, ya que es el cliente interno el

que la hace cierta y real la prestación y calidad de servicio. El recurso humano necesita sentirse útil y ser resueltas sus necesidades básicas. Así como se necesita el triángulo del servicio externo trazada bajo una clara estrategia, es fundamental el triángulo interno para ayudar a los clientes internos con la calidad de servicio.

Araluce (2001:31) señala “La gestión del triángulo del servicio forma parte de las estrategias competitivas. Estriba en lograr y mantener el equilibrio entre empleados y clientes, a fin que los clientes como los trabajadores permanezcan fieles a la organización”. Se puede deducir de esta cita, es la función que ejerce el triángulo de servicio dentro de la organización y esta concatenada con a el objetivo que debe perseguir las empresas actualmente en el mercado, que no es más que mantener sus empleados y clientes ligados estrechamente a la misma.

Además, Vargas y Aldana de Vega (2007:69) muestra su perspectiva con la siguiente cita; “la concepción del triángulo del servicio se centra en las preferencias del cliente. Su éxito se asocia al grado de compromiso adquirido con el desarrollo del sistema de calidad y la eficacia de las actividades”.

Por lo antes expuesto, se puede decir que dicha teoría nos permite desarrollar nuestro objeto de estudio, por medio del análisis de las estrategias planteadas y la cultura fomentada en la organización tal como lo plantea la teoría. El planteamiento del triángulo de servicio interno brinda herramientas fundamentales que nos permite alcanzar satisfacer las necesidades de nuestros empleados, con el fin de ejecutar un plan eficaz de formación enfocado al cliente para obtener la calidad del servicio brindado.

Referencias teóricas

Para llevar a cabo la investigación se hace necesaria la referencia de las bases teóricas que darán argumento a la variables del tema que se está estudiando, es decir, la calidad de servicio que ofrece el departamento de Gestión de Personal a los clientes internos de un empresa del sector de aluminio ubicada en Guacara

Estado Carabobo, con la finalidad de determinar la satisfacción y comodidad de los trabajadores de la misma.

Se presentaron un grupo argumentos que avalan y fundamentan la investigación, facilitando que el tema abordado sea comprendido y entendido de la manera más fácil, partiendo de la gestión de recursos humanos, seguidamente de la calidad de servicio en las empresas públicas y cada una de las características que esta calidad conlleva para tener la clave en el manejo del recurso las importante de toda organización como lo son todos los trabajadores que la componen. De esta manera se desarrollan los aspectos siguientes.

Gestión de Recursos Humanos

Se debe tener en cuenta que las empresa debe tener una planificación estratégica y una planificación de recursos humanos, y que trabajando ambas en conjunto trabajan de manera eficaz generándose así una relación recíproca e interdependiente y esto lo podemos notar cuando el equipo de alta jerarquía reconoce que las decisiones estratégicas tiene impacto tanto de Recursos Humanos como administrativas. En tal sentido el fundamento de la gestión de Recursos Humanos está centrado en seleccionar, contratar, formar y retener a los colaboradores que componen a la organización.

Recursos Humanos según, Chiavenato (2010:2) “Se refiere a las personas que forman parte de las organizaciones y que desempeñan en ellas determinadas funciones para dinamizar los recursos organizacionales”. El autor se refiere a que dicho departamento es el encargado de fomentar el bienestar y motivar a los empleados y que logren ser cada día más comprometidos con su rol dentro de la organización, de esta manera ejercerá con mayor agrado su servicio dando cabida a una efectiva y eficiente calidad de asistencia a los clientes internos de la organización.

Asimismo, Robbins y Decenzo (2002:28), mencionan que “la administración de Recursos es la función de la administración que se encarga de conseguir,

capacitar, motivar y retener a empleados competentes”. Es de gran importancia que el departamento de Recursos Humanos detecte aquellas necesidades del personal a tiempo para evitar que estas repercutan en las metas trazadas, pues la preparación de los mismo es tarea fundamental del departamento antes mencionado al igual que informar las tareas respectivas de cada puesto de trabajo dentro de la organización. Además de impulsar las competencias de cada individuo que hace vida dentro de la empresa, contribuyendo al desarrollo de la productividad laboral e intelectual del talento humano.

Calidad de servicio en las empresas públicas

La calidad puede denominarse como el nivel de excelencia que le permite a una organización alcanzar el éxito, según Juran (1990: 32), manifiesta que calidad “Es ausencia de deficiencias. Planificar la Calidad es fundamental para la Planificación Empresarial”; “Calidad es adecuación al uso” es decir, la calidad es percibida directamente por el cliente, para quien existe una empresa y lo que ella ofrezca o haga. De igual forma tenemos la opinión de Deming (1989: 10), quien plantea que “La calidad provoca una reacción en cadena; en un proceso por conseguir la calidad entran en juego factores críticos como los clientes, el personal, la gerencia, proveedores, comunidad, entre otros”.

La calidad tiene un fuerte contenido administrativo y se enfoca en la planeación, organización y responsabilidades de la administración en la calidad, en la necesidad que tiene de hacer metas y objetivos para la mejora continua. Se enfatiza en el mejoramiento de la calidad y se compone de tres tipos de acciones: Control de calidad, Mejora del nivel o cambio significativo y Planeación de la calidad. La calidad de un producto o servicio comprende un conjunto de facultades y cualidades que de alguna u otra manera influyen en el grado de satisfacción de quienes interactúan con este, es decir, para que un producto o servicio sea de calidad no solo debe satisfacer una necesidad sino que también deberá cumplir con las expectativas y deseos del usuario o cliente.

Actualmente se ha notado un crecimiento en utilización de palabra calidad. La diversidad de teorías y definiciones que se formulan sobre este concepto dependen lógicamente de los intereses y las perspectivas que se asumen en cada caso. De tal manera, que se puede decir que el término calidad es un concepto relativo que puede ser definido desde una perspectiva multidimensional.

Por otra parte, un servicio no se requiere el uso de bienes tangibles, dado a que está más ligado a un resultado psicológico y personal que responde a las necesidades de un cliente, para lo que es necesario que todas las actividades de la empresa funcionen de la mejor forma, las personas que asisten a una determinada organización buscan más de lo que implica satisfacer sus necesidades, estas van acompañadas de ciertas actitudes y condiciones dadas por su experiencia personal.

Evans y Lindsay (2010:58) pueden definir el servicio como “cualquier actividad primaria o complementaria que no producen directamente un bien físico; es decir, la parte sin producto de la operación entre el comprador (cliente) y el vendedor (proveedor)”.

El servicio comprende, todo lo que el cliente percibe o recibe desde que entra al lugar donde se le prestara dicho servicio dando lugar a lo que se busca que un calidad de servicio de calidad. Las empresas manufactureras y comerciales desarrollan una buena cantidad de actividades de servicio, como ventas, mediante representantes, mostradores, centros telefónicos, distribución, cobranza, devoluciones o reclamaciones e incluso, asesoría técnica, lo cual es el enfoque real hacia donde se dirigen las organizaciones para alcanzar el éxito total. Se debe tener en cuenta que tanto el personal que labora en la organización como el cliente externo, se deben mantener satisfechos en sus necesidades, dado a que esto genera una aceptabilidad y fidelidad reciproca en donde el departamento de Recursos Humanos juega un papel significativo, por ser el encargado de velar por que los trabajadores tenga la capacidad y la voluntad de prestar un buen servicio y a su vez ser ellos los primeros en ofrecerlos.

Para Deming (1989:145) la calidad de servicio se refiere a “la satisfacción de los clientes con respecto a cualquier servicio dado o artículo fabricado, y según cualquier criterio, si es que tiene alguna opinión que ofrecer”.

Hoy en día las empresas grandes, medianas y pequeñas deben velar por ser competitivas en el mercado, y para mantenerse en él, lo primero que deben tomar en cuenta son aquellas estrategias que le permitan alcanzar altos niveles de satisfacción en sus clientes logrando así la fidelidad en ellos.

En la actualidad todos coinciden en reconocer la necesidad de mejorar la calidad de los productos y servicios para poder ser competitivos y permanecer en el negocio. En lo que frecuentemente no se coincide es en la forma de lograrlo. Algunos piensan que la mejora se dará con el solo hecho de exigir la calidad en el trabajo que desempeñan cada uno de los miembros de la organización, es decir, piensan que es cuestión de imponer disciplina a los trabajadores.

En realidad el concepto y el vocabulario de la calidad son esquivos. Las distintas personas interpretan la calidad en forma diferente. Muy pocos pueden definir la calidad en términos que sea posible medir y traducir en operaciones. En términos menos formales se puede decir que la calidad la define el cliente, es el juicio que éste tiene sobre un producto o servicio y resulta por lo general en la aprobación o rechazo del producto.

Un cliente queda satisfecho si se le ofrece todo lo que él esperaba encontrar y más, así, la calidad es ante todo satisfacción del cliente. La satisfacción está ligada a las expectativas que el cliente tiene sobre el producto o servicio. Al estar determinada la satisfacción del cliente por aspectos subjetivos como las expectativas y la percepción, la calidad no siempre se puede cuantificar o definir en términos objetivos, por lo que se hace necesario que las empresas estén retroalimentándose de forma constante con la percepción del cliente respecto a su producto o servicio.

La calidad de servicio de las empresas públicas se ve significativamente afectada, debido a que el servicio público está ligado estrechamente a las políticas de Estado.

Así lo plantea textualmente Palacios (1999:181). “Se ha realizado un esfuerzo por mejorar la calidad de servicio de las empresas públicas, factores como la mala administración de recursos, la corrupción, las prioridades políticas y básicamente la muy golpeada economía del país han debilitado mucho de los proyectos y trabajos realizados”.

Sin embargo, esto no justifica la falta de profesionalismo o de ética que en muchos casos se ve presente, esto debe ser obviado para la prestación de servicio que se pueda ofrecida por el Talento Humano presente en el departamento, debe tener una capacitación orientada a las relaciones interpersonales, de tal manera que el cliente se vea ligeramente afectado por el entorno que rodea el servicio y que el profesional pueda cubrir las imperfecciones que exista en el sistema es lo ideal y es la clave para que se genere un clima organizacional agradable, aunque las condiciones no sean las mejores.

Satisfacción del cliente interno

Teniendo en cuenta que la satisfacción se puede definir como el placer que se tiene cuando se logra o realiza un buen trabajo, debemos tomar en cuenta que Davis y Newstrom (1999:276), definen satisfacción como "el conjunto de sentimientos y emociones favorables o desfavorables con el cual los empleados consideran su trabajo". Por otro lado tenemos la opinión del autor Robbins (1999:25), quien a su vez establece que la “satisfacción en el trabajo, es la diferencia entre la cantidad de recompensas que los trabajadores reciben y la cantidad que ellos creen que deberían recibir”.

Partiendo desde estos dos puntos de vistas se debe considerar que la satisfacción es un eje que juega un importante papel en las organizaciones que cuentan con departamentos de servicios, ya que a través de ellos se podrá percibir

el grado de satisfacción que puedan transmitirles a quienes los rodean e interactúan, todo esto es logrado mediante una serie de características que el puesto de trabajo ha de tener, entre estas podemos indicar el contenido y actividades que tenga el lugar en donde se desarrollan, además de las condiciones y las oportunidades de progreso que se evidencien.

En este sentido, todo lo anteriormente expuesto tiene un protagonista fundamental y se trata del cliente, quien sin lugar a duda se trata de personas u organizaciones que perciben o tienen algún beneficio de los servicios o productos que ofrece una organización, según James (1997:21), “Un cliente es el receptor de uno o más de los resultados especificados de un proceso”. Mientras que Albrecht (1991:103), “el cliente es el punto de partida para definir el negocio y se debe representar al cliente como un elemento clave para el negocio”.

Es por esta razón que los clientes son un elemento de mucha relevancia para la vida de las empresas, posicionándolos en primer lugar antes de la gerencia de la organización. Una vez desarrollados los conceptos de satisfacción y clientes para el entendimiento y claridad de las ideas, debemos visualizar la determinación del cliente según se debe puntualizar en esta investigación, obteniendo que dentro de una empresa u organización Juran, (1990) se refiere a dos tipos de clientes:

Cliente Interno: son afectados por el producto y también son miembros de la empresa que lo produce. A menudo se les llama clientes a pesar del hecho de que no lo son en el sentido que da el diccionario, esto es, no son compradores.
Cliente Externo: son afectados por el producto, pero no son miembros de la empresa que lo produce. Los clientes externos incluyen clientes que compran el producto, organismos reguladores gubernamentales y el público (que pueden ser afectados por productos inseguros o que causen daño al medio ambiente). (p.16)

Según, López (2007:6), “el cliente interno implica reconocer al trabajador como el principal activo de la empresa, no como un costo”. Supone apostar por una fuerza laboral estable y en constante proceso de formación, a la que se aplica

el llamado salario emocional (valor que recibe el trabajador más allá del estrictamente monetario).

Supone fidelizar al empleado reconociendo su valor y su posición dentro de la empresa, para que una organización construya la lealtad en sus clientes internos debe generar confianza, comunicarse con ellos y manejar en forma eficaz las interacciones y relaciones con este cliente a través de los enfoques del Departamento de Recursos Humanos y su personal, razón por lo que las empresas deben seleccionar con cuidado a los empleados que conformaran este departamento capacitarlos bien y facultarlos para cubrir y superar las expectativas del cliente.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Naturaleza de la Investigación

Para elaborar esta investigación un elemento significativo es la naturaleza de ella, donde su estudio tiene carácter descriptivo, debido a que va orientada a la descripción cuantitativa de un evento o fenómeno que está dirigido a recolectar información en referencia a la calidad de servicio que ofrece el departamento de gestión de personal al cliente interno. Para el autor Tamayo y Tamayo (2003) define:

La Investigación descriptiva, comprende; el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre como una persona, grupo o cosa, se conduce o funciona en el presente. Trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta. (p. 35)

Partiendo de la idea del autor se comprende que la metodología a utilizarse en esta investigación es descriptiva, toda vez que permite analizar las características significativas de la calidad de servicio que ofrece el departamento de gestión de personal a los clientes internos de una empresa de aluminio.

Estrategia Metodológica

En esta investigación se utilizara como estrategia el Cuadro Técnico Metodológico el cual está definido por Hurtado y Toro (2007:88) “El cuadro técnico metodológico busca la descomposición de los objetivos o de las hipótesis de investigación en unidades de contenido más precisas que el enunciado general que los define”. A continuación se presenta el desglose de los objetivos, en atención a los siguientes aspectos: Dimensión, Definición, Indicador, Ítems, Técnicas e instrumentos, fuentes. (Ver Cuadro 1).

Cuadro 1

Cuadro Técnico Metodológico

| Objetivo General: Evaluar la calidad de servicio que ofrece el departamento de Gestión de Personal a los clientes internos de una empresa del sector de aluminio, a los fines de determinar la satisfacción con dicho cliente. | | | | | | | |
|--|---------------------|--|--------------|----------------------------|---|--------------------------|---|
| Objetivo Específico | Dimensión | Definición | Indicador | Ítems | | Técnicas e instrumentos | Fuente |
| Describir la calidad de servicios ofrecidos por el departamento de Gestión de Personal al cliente interno de una empresa del sector de aluminio ubicada en Guacara estado Carabobo. | Servicios ofrecidos | Stanton, Etzel y Walker (2004:139), definen los servicios "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades" | Actividades | Relacionadas a: | | Encuesta Cuestionario | 106 trabajadores de diferentes departamentos |
| | | | | Selección, | 1 | | |
| | | | | Adiestramiento, | 2 | | |
| | | | | entre otras. | 3 | | |
| | | | Satisfacción | Tiempo de Ejecución. | 4 | | |
| | | | | Suministro de información. | 6 | | |
| | | | | Rapidez de atención. | 7 | | |
| | | | | Nivel de satisfacción. | 8 | | |
| Personal capacitado. | | | | | | | |

Fuente: Elaboración Propia (2015).

Cuadro 1 (Continuación)

Cuadro Técnico Metodológico

| Objetivo General: Evaluar la calidad de servicio que ofrece el departamento de Gestión de Personal a los clientes internos de una empresa del sector de aluminio, a los fines de determinar la satisfacción con dicho cliente. | | | | | | | |
|--|--|--|-----------------|--|----|--------------------------|---|
| Objetivo Específico | Dimensión | Definición | Indicador | Ítems | | Técnicas e instrumentos | Fuente |
| Describir el proceso servicio al cliente interno del departamento de Gestión de Personal de una empresa del sector de aluminio ubicada de Guacara estado Carabobo | Proceso de servicio al cliente interno | Está constituido por una serie de fases y comportamientos que permiten dar respuestas de manera satisfactoria a todas las necesidades del cliente. | Fases | Contacto con el cliente. | 9 | Encuesta Cuestionario | 106 trabajadores de diferentes departamentos |
| | | | Comportamientos | Necesidades del cliente. | 10 | | |
| | | | | | 11 | | |
| | | | | | 12 | | |
| | | | | Contacto visual. | 13 | | |
| | | | | | 14 | | |
| | | | | Postura del cuerpo. | 15 | | |
| | 16 | | | | | | |
| | | | | Gestualidad. Vestimenta del personal. | | | |

Fuente: Elaboración Propia (2015)

Cuadro 1 (Continuación)

Cuadro Técnico Metodológico

| Objetivo General: Evaluar la calidad de servicio que ofrece el departamento de Gestión de Personal a los clientes internos de una empresa del sector de aluminio, a los fines de determinar la satisfacción con dicho cliente. | | | | | | | |
|--|----------------------------------|---|---------------------|---------------------------------------|----|--------------------------|--|
| Objetivo Específico | Dimensión | Definición | Indicador | Ítems | | Técnicas e instrumentos | Fuente |
| Analizar la satisfacción del cliente interno sobre la calidad de servicio que ofrece el departamento de Gestión de Personal de una empresa del sector de aluminio ubicada en Guacara estado Carabobo | Satisfacción del cliente interno | Philip Kotler y Gary Armstrong (2003:10) definen la satisfacción del cliente como el “Grado en que el desempeño percibido de un producto concuerda con las expectativas del comprador”. | Desempeño percibido | Resultados percibidos por el cliente. | | Encuesta Cuestionario | 106 trabajadores de diferentes departamentos |
| | | | | Estado ánimo. | | | |
| | | | | Grado de desenvolvimiento. | 17 | | |
| | | | | | 18 | | |
| | | | Expectativas | Servicios adicionales. | 19 | | |
| | | | | Respuestas satisfactorias. | 20 | | |
| | | | | Cubrimiento de necesidades. | 21 | | |
| | | | | Comunicación entre las partes. | 22 | | |
| | | | | | 23 | | |
| | | | | | 24 | | |

Fuente: Elaboración propia (2015)

Población y Muestra

Para el abordaje de la investigación se hizo necesario determinar la población sobre la cual se enfoca el estudio. En este particular, se cita el autor Sabadías (1995:34) “Llamamos población o universo al conjunto de elementos que van a ser observados en la realización de un experimento”. En tal sentido, se puede decir, que nuestro colectivo a investigar es considerada como la totalidad del fenómeno a estudiar, el cual se estudia y da origen a datos.

La población objeto de estudio está conformada en su totalidad por 650 trabajadores de la empresa, considerados en sentido general. Con la finalidad de abordar la investigación se hace necesaria la obtención de una muestra, Moguel (2005:84) la define como “Esta descansa en el principio de que la partes representan al todo y por tal, refleja las características que definen la población de la cual fue extraída, lo que nos indica que es representativa”. Esto quiere decir que el investigador debe tener pleno conocimiento de que la muestra escogida sea adecuada, que represente todas las características de la población total y deben estar alineados con los criterios y objetivos significativos de la investigación.

El tipo de muestreo que se utilizara es el probabilístico aleatorio simple, Muñoz (2005:05) define como muestreo probabilístico “Conocido también como muestreo de selección aleatorio simple, como una herramienta que utiliza el azar como instrumento de selección pudiéndose calcular de antemano la probabilidad de que cada elemento sea incluido en la muestra”.

Para determinar la cifra exacta de la muestra se tomará en cuenta la formula de población finita, para Ramírez (1999:92) establece que la población finita es aquella cuyos elementos en su totalidad son identificables por el investigador, por lo menos desde el punto de vista del conocimiento que se tiene sobre su cantidad total. Cuya Formula es la siguiente:

$$n = \frac{N * z_{\alpha}^2 * P * q}{d^2 * (N - 1) + z_{\alpha}^2 * P * q}$$

Donde:

N= total de la población = 650

Z α = 99% que equivale a 2.576

P= Proporción esperada = asumamos que puede ser próxima al 5% (0.05); si no tuviese ninguna idea de dicha proporción utilizaríamos el valor p = 0.5 (50%) que maximiza el tamaño muestral.

Q= 1-p (en este caso 1-0.05=0.95

D=5%=0.05 es la que se debe utilizar en las investigaciones

$$n = \frac{650 * 2.576^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 * (650 - 1) + 2.576^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = \frac{204.879584}{1.93769936} = 106$$

Es por ello que la muestra escogida es representativa de la población total que asciende a un número de 106 trabajadores, pertenecientes a diferentes departamentos, para un aproximado de 10 trabajadores seleccionados por área cifra arrojada de la formula, además es razonada e intencionada a la clave del objeto de estudio que esta direccionado a los clientes internos.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

En la presente investigación tomando en cuenta la naturaleza de la Investigación, se hace referencia a lo que son las técnicas e instrumentos que se van a tomar en cuenta para recolectar los datos, Hernández, Fernández y Batista (2003), establecen que:

Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos la información; es el recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente. El instrumento sintetiza toda la labor previa de investigación, resumen los aportes del marco teórico al seleccionar datos que correspondan a los indicadores, y por tanto a la variable o conceptos utilizados. (p.292)

Según Hurtado (2000:427), “son los procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener la información necesaria para dar cumplimiento a su objetivo de investigación”.

En este sentido, para recolectar la información se aplicará como técnica la encuesta, ya que según Díaz (2001:13), “Búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados”. Por ello la técnica a aplicar en la investigación es la encuesta ya que es el método con el cual se identifica nuestro trabajo.

El instrumento que se realiza en la investigación será el cuestionario, en donde Fernández y Baptista (2001:176) consideran que “contienen categorías o alternativas de respuesta que han sido delimitadas y son definidas a priori por el investigador, quien se los presenta al respondiente para que éste pueda seleccionar más de una opción o categoría de respuesta”.

Validez y Confiabilidad

Los instrumentos para la recolección de datos fueron presentados a un juicio de expertos, en donde la evaluaron de acuerdo a los siguientes aspectos: Que esté relacionado con los objetivos de la investigación, que los ítems tenga coherencia y correspondan con el propósito planteado.

La validez según Rusque (2003:134)” La validez representa la posibilidad de que un método de investigación sea capaz de responder a las interrogantes formuladas”; En pocas palabras un instrumento es válido cuando los ítems dan respuesta de una manera precisa y puntual a lo que se quiere estudiar.

También es importante señalar que la validez según Palella y Martins (2003) definen:

Es el grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir, se determina antes de la aplicación del instrumento sometiendo el mismo a un juicio de expertos (profesionales que están relacionados con la temática a investigar), se requiere un número impar de expertos (3). (148).

El instrumento de recolección de datos fue validado por (3) especialistas que pertenecen a la Universidad de Carabobo, cada uno de ellos manifestaron sus opiniones y sugerencias a los cambios que fuesen necesarios para que los ítems se ajustaran a los objetivos planteados. (Ver Anexo B)

La confiabilidad también es importante en todo trabajo de investigación según Hurtado (2000:438) define: “La confiabilidad de un instrumento como el grado en que la aplicación repetida del instrumento a las mismas unidades de estudio, en idénticas condiciones, produce iguales resultados”.

La confiabilidad de esta investigación se realizó bajo el coeficiente de Alpha de Cronbach, el cual permite medir el grado de los ítems que conforman el instrumento según Cronbach (1951) define: “Es un índice usado para medir la confiabilidad de tipo consistencia interna de una escala”.

Para determinar el grado de confiabilidad se mide del (0 a 1) donde 0 – 0.50 No hay confiabilidad, del 0,51 – 0.625 Regular Confiabilidad y 0,625 – 1 Alta Confiabilidad. De acuerdo a los resultados expuestos en los anexos el instrumento aplicado tiene una confiabilidad de 0,9360 el cual es calificado como Alta Grado de Confiabilidad. (Ver Anexo C)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

Para elaborar esta investigación un elemento importante es comprender el análisis e interpretación de los datos estadísticos obtenidos mediante la utilización de instrumentos aplicados a los trabajadores de una empresa del sector aluminio.

La técnica de procesamiento y análisis de los resultados fue mediante un razonamiento cuantitativo que según autor define: Álvarez (1990:63) Las técnicas cuantitativas de obtención de información requieren de apoyo matemático y permiten la cuantificación de los resultados", se plantea entonces el problema presentándolos de manera ordenada de acuerdo al conocimiento e interés de las personas encuestadas.

El estudio está basado en el cliente interno que está constituido por una muestra de 106 trabajadores de diferentes departamentos cuya finalidad es evaluar la calidad de servicio para determinar el nivel de satisfacción del cliente, a continuación se señala el análisis correspondiente de los resultados obtenidos, la cual se desarrollaron a través de un cuadro de frecuencia cuyos cálculos establecieron un porcentaje obtenido por cada opción de respuesta de cada pregunta y a su vez un gráfico en forma de pastel donde se puede visualizar el porcentaje tabulado por cada alternativa dispuestas en el cuestionario.

Ítem 1. Cuadro N° 2, Servicios

¿Considera usted excelente los servicios que ofrece el dpto., de gestión de personal?

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 17 | 16% |
| De Acuerdo | 46 | 43% |
| Medianamente de Acuerdo | 33 | 31% |

| | | |
|--------------------------|-----|------|
| En Desacuerdo | 6 | 6% |
| Totalmente en Desacuerdo | 4 | 4% |
| TOTAL | 106 | 100% |

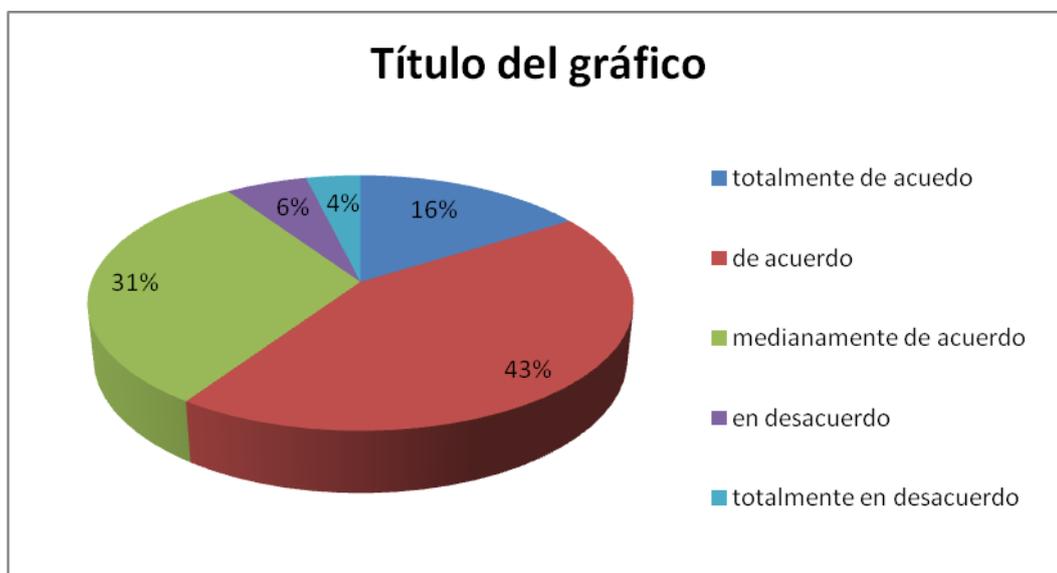


Gráfico 3

Análisis e Interpretación del Cuadro 2, Gráfico 3: El cuarenta y tres por ciento (43%), de la muestra estuvo de acuerdo que el Departamento de Gestión de Personal ofrece un excelente servicio; el treinta y uno por ciento(31%), expresa que estuvo mediana mente de acuerdo, el dieciséis por ciento (16%), señala que estuvo totalmente de acuerdo, el seis por ciento (6%), coincidió estar en desacuerdo y el cuatro por cien (4%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que la ordenación actual del dpto. De gestión de personal ofrece un excelente servicio el cual es el apropiado para los empleados.

Ítem 2. Cuadro 3, Inquietudes

El proceso de servicio que utiliza el Dpto., de Gestión de Personal para solventar las inquietudes del cliente es efectivo.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 20 | 19% |
| De Acuerdo | 29 | 27% |
| Medianamente de Acuerdo | 41 | 39% |
| En Desacuerdo | 16 | 15% |

| | | |
|--------------------------|-----|------|
| Totalmente en Desacuerdo | 0 | 0% |
| TOTAL | 106 | 100% |

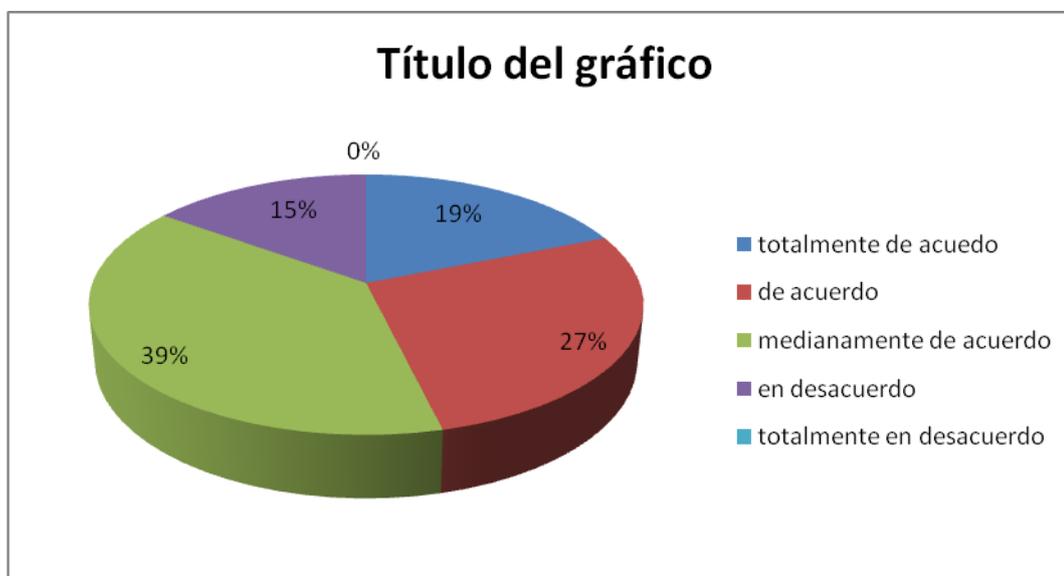


Gráfico 4

Análisis e Interpretación del Cuadro 3, Gráfico 4: El treinta y nueve por ciento (39%), de la muestra está medianamente de acuerdo con el proceso que utiliza el Departamento de Gestión de Personal para solventar las inquietudes; el veintisiete por ciento (27%), está de acuerdo, el diecinueve por ciento (19%), está totalmente de acuerdo, el quince por ciento (15%), está en desacuerdo. Estos resultados indican que los procesos utilizados por el del dpto. De gestión de personal requiere de mejoras para la calidad de servicio ofrecido.

Ítem 3. Cuadro 4, Actividades

Las actividades que ofrece el Dpto. de Gestión de Personal son orientadas para que el cliente se identifique con la empresa.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 12 | 11% |
| De Acuerdo | 36 | 34% |
| Medianamente de Acuerdo | 36 | 34% |
| En Desacuerdo | 13 | 12% |
| Totalmente en Desacuerdo | 9 | 9% |
| TOTAL | 106 | 100% |

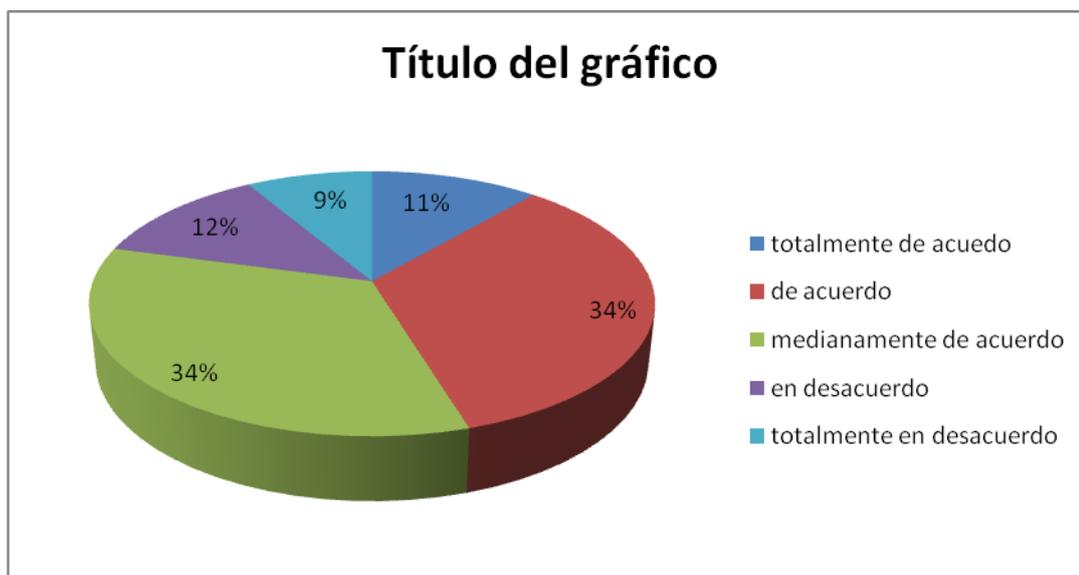


Gráfico 5

Análisis e Interpretación del Cuadro 4, Gráfico 5: El Treinta y cuatro por ciento (34%), de la muestra estuvo de acuerdo con las actividades que ofrece el Depto., de Gestión de Personal; también el treinta y cuatro por ciento(34%), expresa que estuvo medianamente de acuerdo, el doce por ciento (12%), señala que está en desacuerdo, el once por ciento (11%), coincidió estar totalmente de acuerdo y el cuatro por cien (9%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican mayoritariamente que los clientes están de acuerdo y/o medianamente de acuerdo.

Ítem 4.Cuadro 5, Capacidades

Las capacidades y conocimientos que posee el dpto. De Gestión de Personal para ofrecer sus servicios al trabajador son colocados en práctica de manera oportuna.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 14 | 13% |
| De Acuerdo | 31 | 29% |
| Medianamente de Acuerdo | 37 | 35% |
| En Desacuerdo | 14 | 13% |
| Totalmente en Desacuerdo | 10 | 10% |
| TOTAL | 106 | 100% |

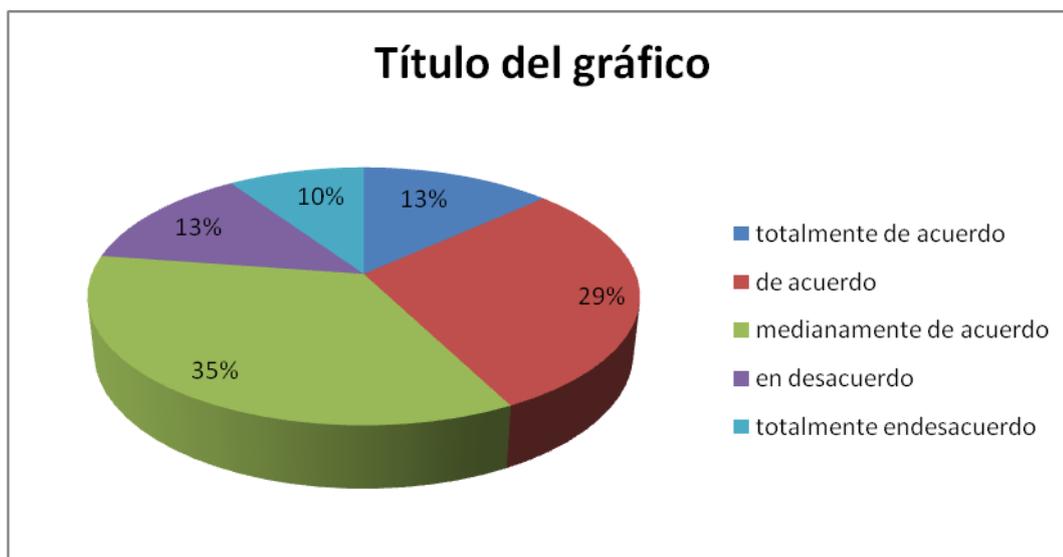


Gráfico 6

Análisis e Interpretación del Cuadro 5, Gráfico 6: El Treinta y cinco por ciento (35%), de la muestra está medianamente de acuerdo con los conocimientos y capacidades que posee Depto., de Gestión de Personal; el veintinueve por ciento (29%) está de acuerdo, el trece por ciento (13%) está totalmente de acuerdo, también el trece por ciento (13%) expresa estar en desacuerdo, y solo el diez por ciento (10%), señala estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que la gran mayoría de los clientes están medianamente de acuerdo del que el personal del dpto. De gestión de personal posee los conocimientos y capacidades para prestar el servicio.

Ítem 5. Cuadro 6, Calidad

La calidad del servicio recibido por parte del dpto., de Gestión de Personal es satisfactorio.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 17 | 16% |
| De Acuerdo | 40 | 38% |
| Medianamente de Acuerdo | 35 | 33% |
| En Desacuerdo | 11 | 10% |
| Totalmente en Desacuerdo | 3 | 3% |
| TOTAL | 106 | 100% |

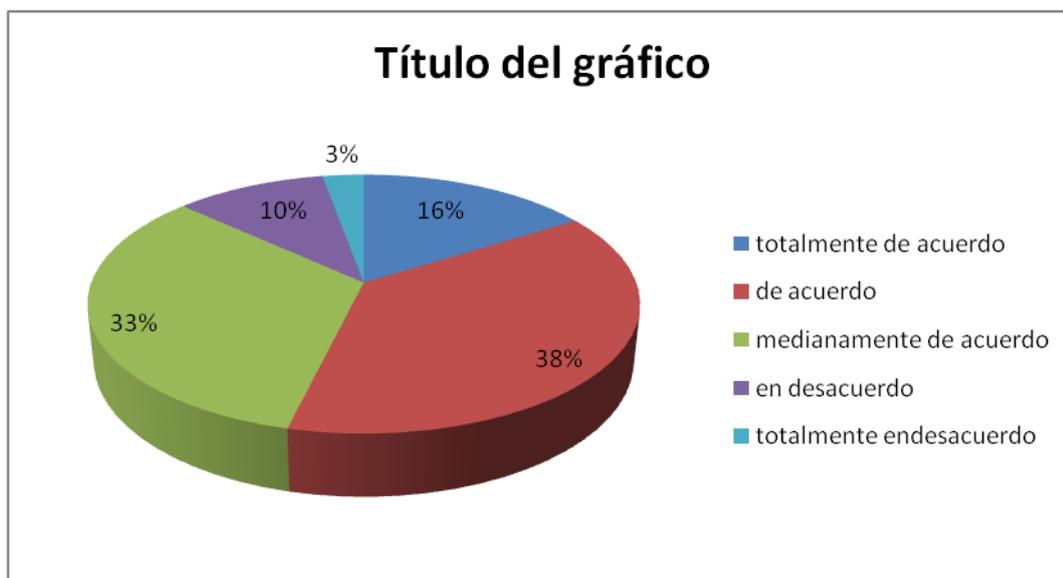


Gráfico 7

Análisis e Interpretación del Cuadro 6, Gráfico 7: El Treinta y ocho por ciento (38%), de la muestra está de acuerdo de que el servicio recibido por el Dpto., de Gestión de Personal es satisfactorio; el treinta y tres por ciento (33%), esta medianamente de acuerdo, el dieciséis por ciento (16%), señala que está totalmente de acuerdo, el diez por ciento (10%), coincidió estar en desacuerdo y el tres por ciento (3%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que el dpto., de Gestión de personal ofrece un excelente servicio, apropiado para los empleados.

Ítem 6. Cuadro 7, Tiempo.

El tiempo empleado para dar respuesta a las necesidades de los trabajadores es aceptable.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 24 | 23% |
| De Acuerdo | 32 | 30% |
| Medianamente de Acuerdo | 35 | 33% |
| En Desacuerdo | 12 | 11% |
| Totalmente en Desacuerdo | 3 | 3% |
| TOTAL | 106 | 100% |

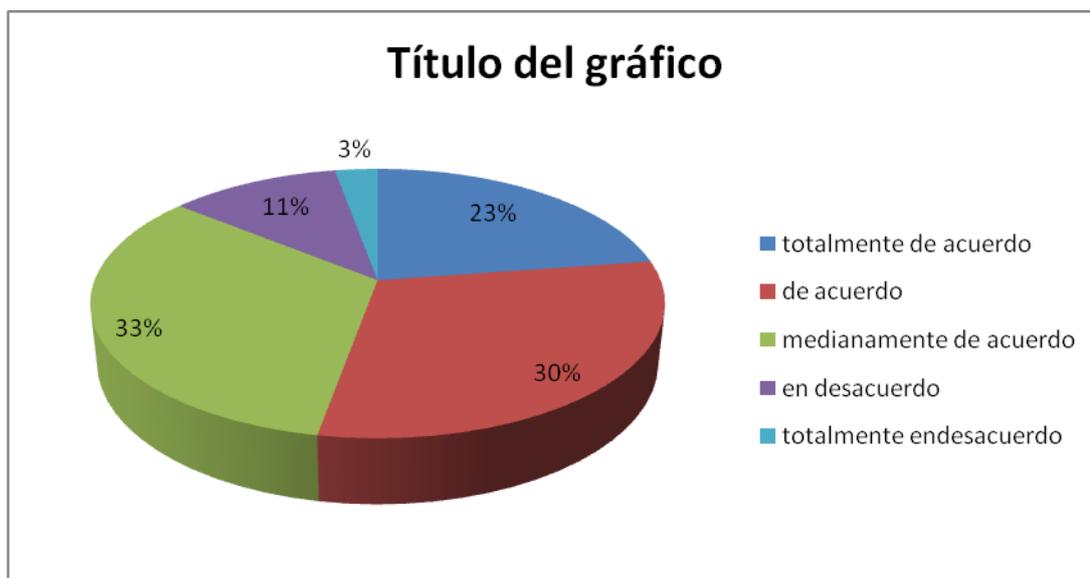


Gráfico 8

Análisis e Interpretación del Cuadro 7, Gráfico 8: El treinta y tres por ciento (33%), de la muestra estuvo medianamente de acuerdo con el tiempo empleado para dar respuesta a los trabajadores; el treinta por ciento (30%), expresa estar de acuerdo, el veintitrés por ciento (23%), señala que estuvo totalmente de acuerdo, el once por ciento (11%), coincidió estar en desacuerdo y el tres por ciento (3%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Los resultados validan que los tiempos de respuesta son apropiados.

Ítem 7. Cuadro 8, Información

La información recibida es suficiente para la satisfacción de las necesidades.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 18 | 17% |
| De Acuerdo | 32 | 30% |
| Medianamente de Acuerdo | 37 | 35% |
| En Desacuerdo | 15 | 14% |
| Totalmente en Desacuerdo | 4 | 4% |
| TOTAL | 106 | 100% |

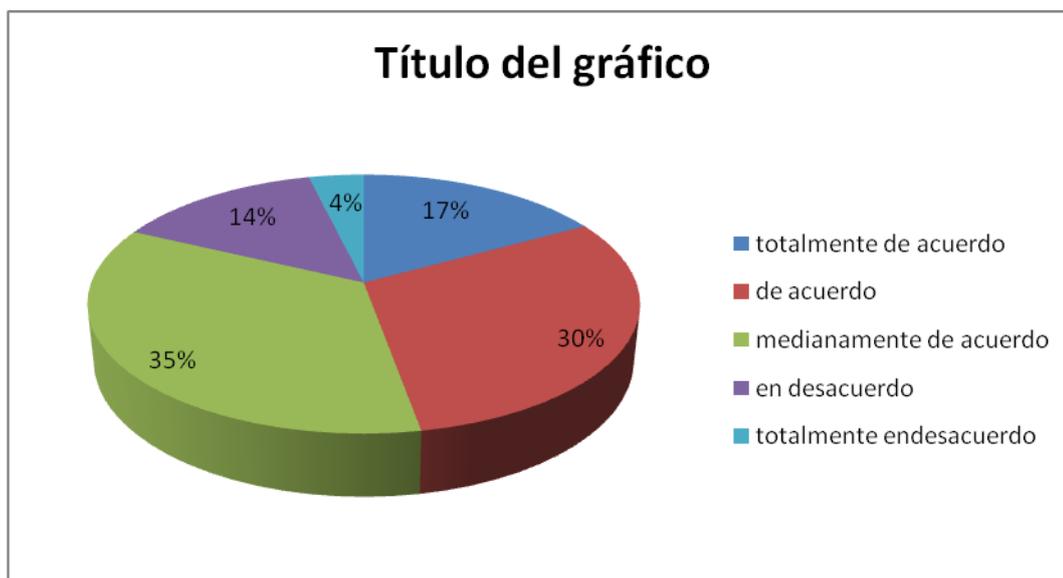


Gráfico 9

Análisis e Interpretación del Cuadro 8, Gráfico 9: El treinta y cinco por ciento (35%), de la muestra estuvo medianamente de acuerdo con la información recibida; el treinta por ciento (30%), expresa estar de acuerdo, el diecisiete por ciento (17%), señala que estuvo totalmente de acuerdo, el catorce por ciento (14%), coincidió estar en desacuerdo y el cuatro por ciento (4%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que la información recibida para satisfacer las necesidades del cliente es un poco apropiado para los empleados.

Ítem 8. Cuadro 9, Personal

El personal del Dpto., de gestión de Personar siempre están dispuestos a ayudar a los trabajadores.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 24 | 23% |
| De Acuerdo | 37 | 35% |
| Medianamente de Acuerdo | 27 | 25% |
| En Desacuerdo | 16 | 15% |
| Totalmente en Desacuerdo | 2 | 2% |
| TOTAL | 106 | 100% |

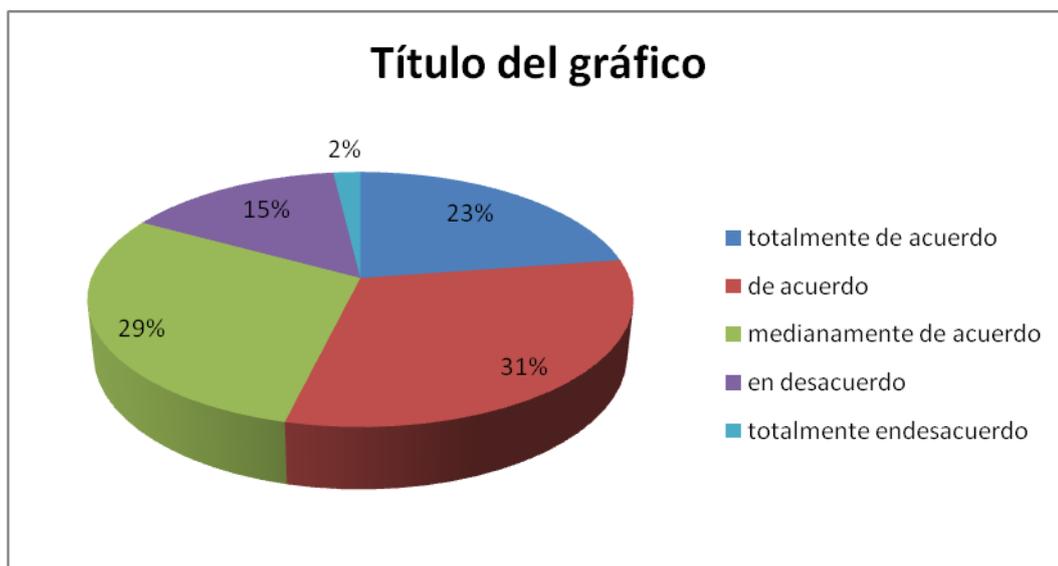


Gráfico 10

Análisis e Interpretación del Cuadro 9, Gráfico 10: El treinta y cinco por ciento (35%), está de acuerdo de que el personal del dpto. de Gestión de personal están dispuesto a ayudar a los trabajadores; el veinticinco por ciento (25%), expresa estar medianamente de acuerdo, el veintitrés por ciento (23%), estuvo totalmente de acuerdo, el quince por ciento (15%), coincidió estar en desacuerdo y el dos por ciento (2%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que el personal del dpto. está dispuesto a ayudar y es apropiado para los empleados.

Ítem 9. Cuadro 10, Condiciones

Las condiciones físicas del Dpto. de Gestión de Personal permiten un buen contacto con el cliente.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 24 | 23% |
| De Acuerdo | 33 | 31% |
| Medianamente de Acuerdo | 31 | 29% |
| En Desacuerdo | 16 | 15% |
| Totalmente en Desacuerdo | 2 | 2% |
| TOTAL | 106 | 100% |

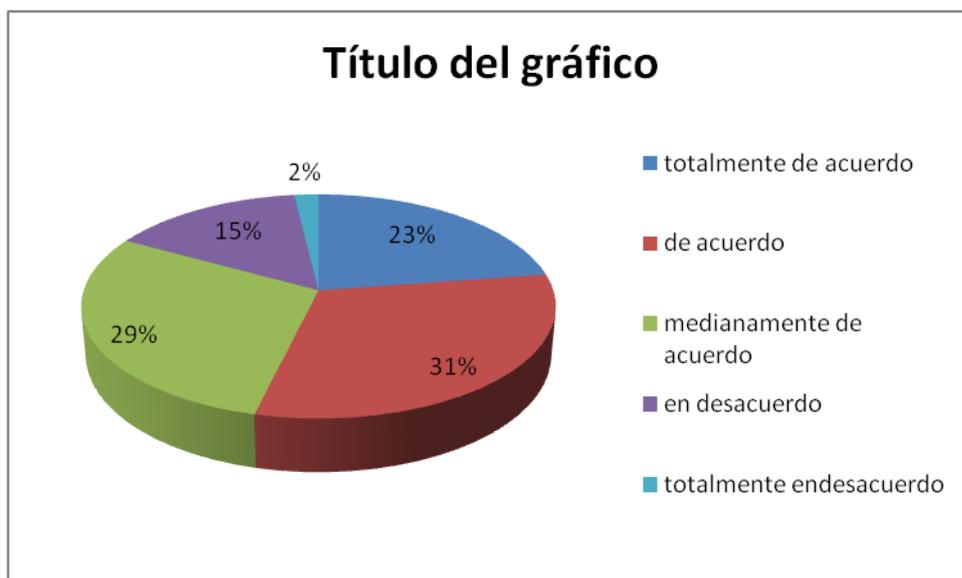


Gráfico 11

Análisis e Interpretación del Cuadro 10, Gráfico 11: El treinta y uno por ciento (31%), de la muestra está de acuerdo de que las condiciones físicas del dpto. de Gestión de personal permite un buen contacto con el cliente; el veinte nueve por ciento(29%), expresa estar medianamente de acuerdo, el veintitrés por ciento (23%), señala que estuvo totalmente de acuerdo, el quince por ciento (15%), coincidió estar en desacuerdo y el dos por ciento (2%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Los resultados afirman que las condiciones físicas son apropiadas para los empleados.

Ítem 10. Cuadro 11, Respuesta

Las respuestas obtenidas por el Dpto. de Gestión de Personal de acuerdo a las diferentes necesidades y peticiones del cliente son acertadas

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 14 | 15% |
| De Acuerdo | 36 | 34% |
| Medianamente de Acuerdo | 36 | 34% |
| En Desacuerdo | 16 | 15% |
| Totalmente en Desacuerdo | 2 | 2% |
| TOTAL | 106 | 100% |

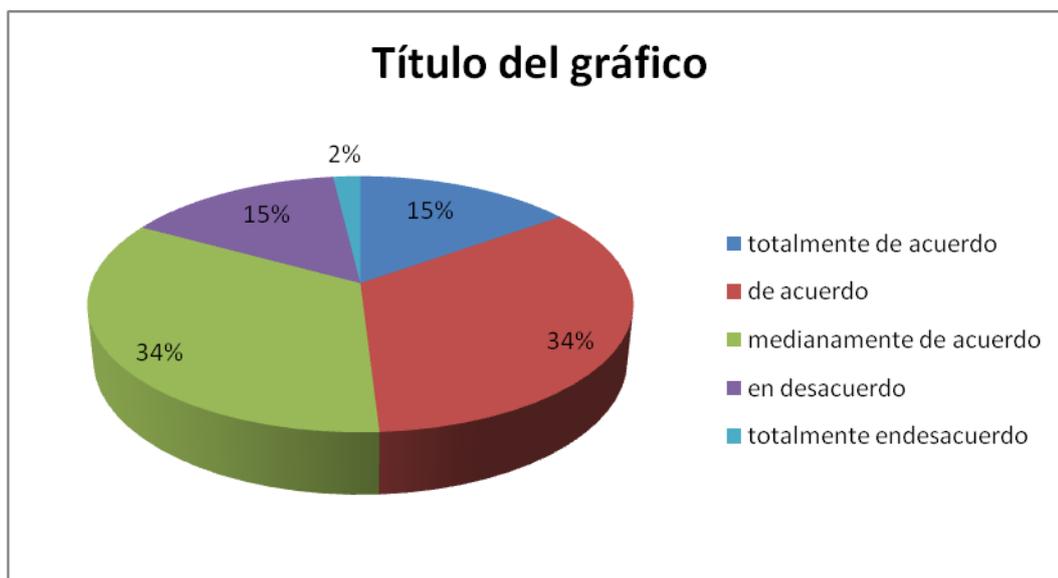


Gráfico 12

Análisis e Interpretación del Cuadro 11, Gráfico 12: El treinta y cuatro por ciento (34%), está de acuerdo de con las respuestas obtenidas por del dpto. de Gestión de personal; también un treinta y cuatro por ciento(34%), expresa estar medianamente de acuerdo, el quince por ciento (15%), señala que estuvo totalmente de acuerdo, también el quince por ciento (15%), dijo estar en desacuerdo y el dos por ciento (2%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Los resultados indican que el Dpto., debe mejorar para que las peticiones y necesidades del cliente sean acertadas.

Ítem 11. Cuadro 12, Cliente

Las condiciones relativas al horario y calendario de trabajo que tiene el Dpto. de Gestión de Personal para la atención al cliente, es adecuado.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 24 | 23% |
| De Acuerdo | 37 | 35% |
| Medianamente de Acuerdo | 32 | 30% |
| En Desacuerdo | 11 | 10% |
| Totalmente en Desacuerdo | 2 | 2% |
| TOTAL | 106 | 100% |

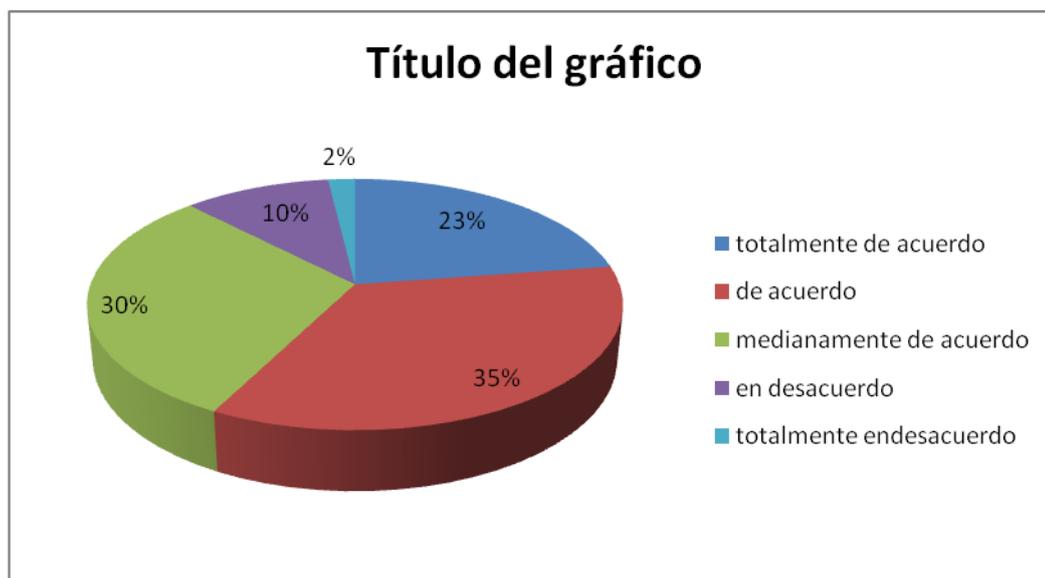


Gráfico 13

Análisis e Interpretación del Cuadro 12, Gráfico 13: El treinta y cinco por ciento (35%), de la muestra está de acuerdo con el horario y calendario de trabajo del dpto. de Gestión de personal; el treinta por ciento (30%), expresa estar medianamente de acuerdo, el veintitrés por ciento (23%), señala que estuvo totalmente de acuerdo, el diez por ciento (10%), dijo estar en desacuerdo y el dos por ciento (2%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que las condiciones del trabajo y calendario del dpto., de gestión de personal es apropiado para los empleados.

Ítem 12. Cuadro 13, Coordinación

Existe una coordinación entre las distintas áreas del Dpto. de Gestión de Personal para la prestación de un buen servicio.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 17 | 16% |
| De Acuerdo | 31 | 29% |
| Medianamente de Acuerdo | 38 | 36% |
| En Desacuerdo | 20 | 19% |
| Totalmente en Desacuerdo | 0 | 0% |
| TOTAL | 106 | 100% |

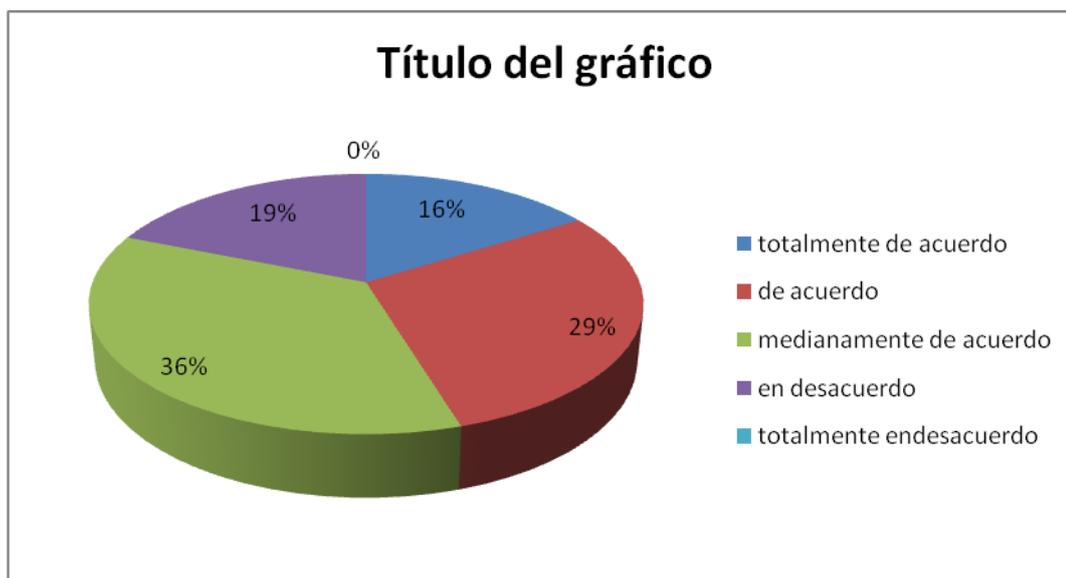


Gráfico 14

Análisis e Interpretación del Cuadro 13, Gráfico 14: El treinta y seis por ciento (36%), está de medianamente de acuerdo con la coordinación en las áreas del dpto. de Gestión de personal; el veintinueve por ciento (29%), expresa estar de acuerdo, el diecinueve por ciento (19%), señala que estuvo en desacuerdo, el dieciséis por ciento (16%), dijo estar en totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que las coordinación entre las áreas del dpto., de gestión de personal debe establecer mejoras.

Ítem 13. Cuadro 14, Elementos

Son utilizados elementos materiales (folletos, carteleras y similares) actualizados y visualmente atractivos.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|-------------------|-------------------|
| Totalmente de acuerdo | 22 | 21% |
| De Acuerdo | 28 | 26% |
| Medianamente de Acuerdo | 38 | 36% |
| En Desacuerdo | 15 | 14% |
| Totalmente en Desacuerdo | 3 | 3% |
| TOTAL | 106 | 100% |

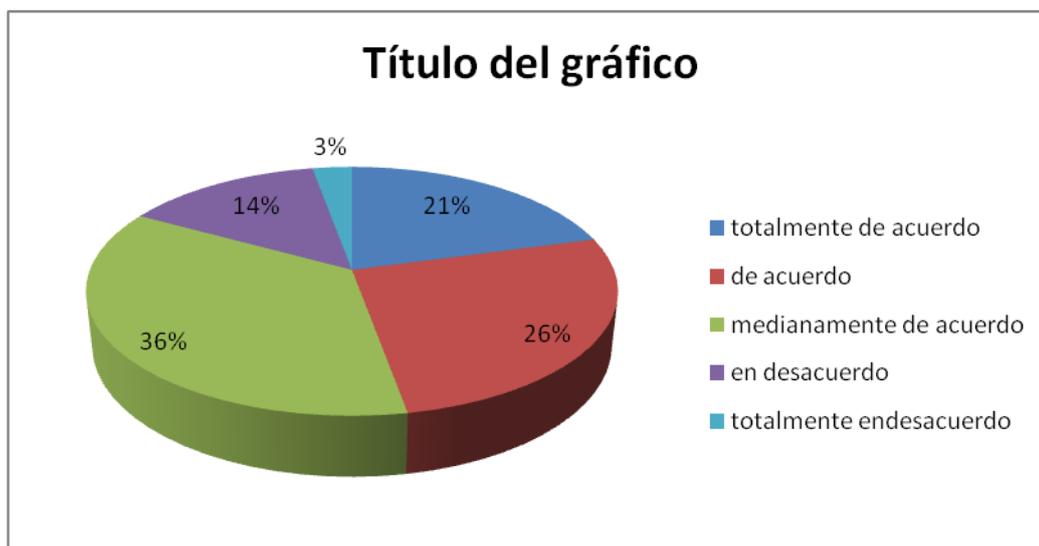


Gráfico 15

Análisis e Interpretación del Cuadro 14, Gráfico 15: El treinta y seis por ciento (36%), estuvo medianamente de acuerdo con los materiales que usa el Departamento para que los mismos sean visualizados y con información actualizada; el veintiséis por ciento (26%), expresa que estuvo de acuerdo, el veintiuno por ciento (21%), señala que estuvo totalmente de acuerdo, el catorce por ciento (14%), coincidió estar en desacuerdo y el tres por ciento (3%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Los resultados indican que los elementos utilizados por del dpto., requieren mejorar.

Ítem 14. Cuadro 15, Conocimiento

Posee usted conocimiento sobre los objetivos y proyectos que tiene el Dpto. de Gestión de Personal para satisfacer sus necesidades.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 17 | 16% |
| De Acuerdo | 31 | 29% |
| Medianamente de Acuerdo | 32 | 30% |
| En Desacuerdo | 19 | 18% |
| Totalmente en Desacuerdo | 7 | 7% |
| TOTAL | 106 | 100% |

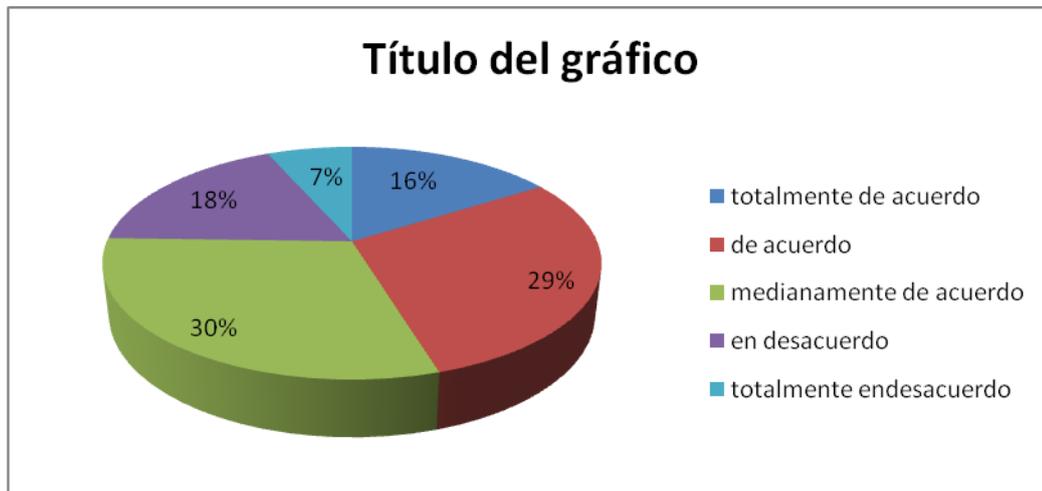


Gráfico 16

Análisis e Interpretación del Cuadro 15, Gráfico 16: El treinta por ciento (30%), de la muestra estuvo medianamente de acuerdo con los proyectos y objetivos del Departamento de Gestión de Personal para satisfacer las necesidades del cliente; el veintinueve por ciento (29%), expresa que estuvo de acuerdo, el dieciocho por ciento (18%), señala que estuvo en desacuerdo, el dieciséis por ciento (16%), coincidió estar en totalmente de acuerdo y el siete por ciento (7%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que los conocimientos sobre los proyectos y objetivos del dpto. De gestión de personal requieren de mejoras para gran satisfacción de los empleados.

Ítem 15. Cuadro 16, Comportamiento

El comportamiento de la Gerencia de Gestión de Personal va dirigido de manera correcta a los problemas y demandas de los clientes.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 16 | 15% |
| De Acuerdo | 40 | 38% |
| Medianamente de Acuerdo | 30 | 28% |
| En Desacuerdo | 16 | 15% |
| Totalmente en Desacuerdo | 4 | 4% |
| TOTAL | 106 | 100% |

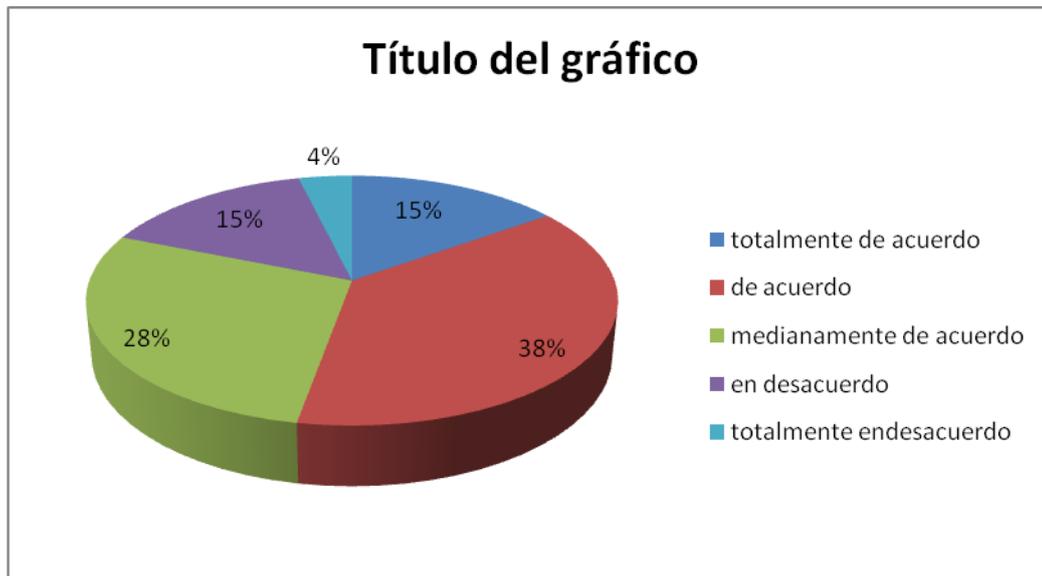


Gráfico 17

Análisis e Interpretación del Cuadro 16, Gráfico 17: El treinta y ocho por ciento (38%), estuvo de acuerdo con el comportamiento gerencial de Gestión de Personal en virtud a las demanda del cliente; el veinte ocho por ciento(28%), expresa que estuvo medianamente de acuerdo, el quince por ciento (15%), estuvo en desacuerdo, también el quince por ciento (15%), coincidió estar en totalmente de acuerdo y el cuatro por ciento (4%) estaba totalmente en desacuerdo. Los resultados, el comportamiento gerencia del dpto. de gestión de personales el apropiado para los empleados.

Ítem 16. Cuadro 17, Decisiones

Las decisiones que está tomando la Gerencia de Gestión de Personal benefician ampliamente los trabajadores de la organización

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 18 | 17% |
| De Acuerdo | 31 | 29% |
| Medianamente de Acuerdo | 37 | 35% |
| En Desacuerdo | 17 | 16% |
| Totalmente en Desacuerdo | 3 | 3% |
| TOTAL | 106 | 100% |

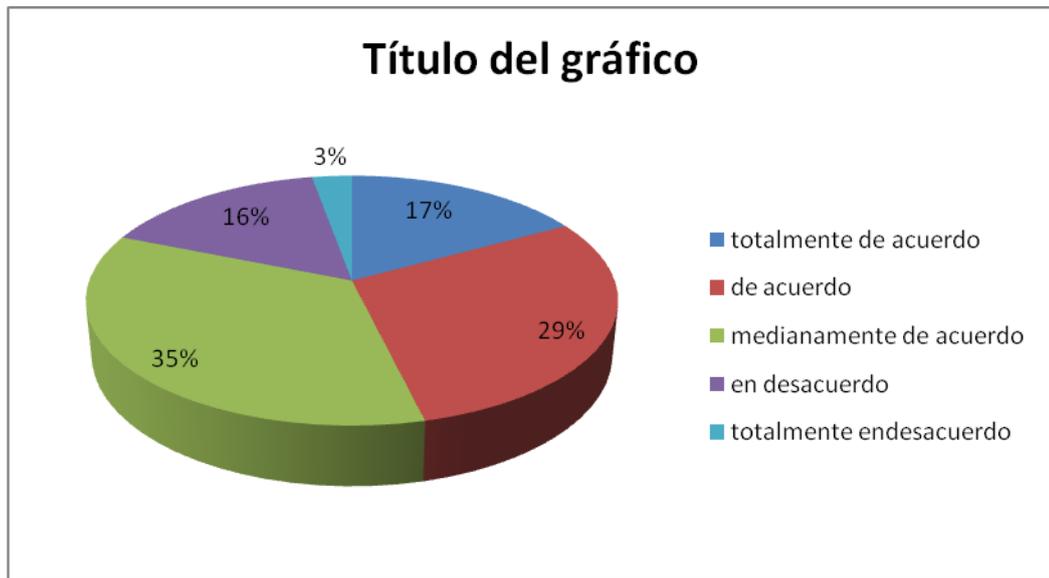


Gráfico 18

Análisis e Interpretación del Cuadro 17, Gráfico 18: El treinta y cinco por ciento (35%), de la muestra estuvo medianamente de acuerdo con las decisiones que toma la gerencia de Gestión de Personal; el veinte nueve por ciento (29%), estuvo de acuerdo, el diecisiete por ciento (17%), señala que estuvo en totalmente de acuerdo, el dieciséis por ciento (16%), coincidió estar en desacuerdo y el tres por ciento (3%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que las decisiones de la gerencia De gestión de personal requieren de mejoras para los empleados.

Ítem 17. Cuadro 18, Nivel de etica

Califica usted excelente el trato del personal viéndose reflejado un alto nivel de ética profesional con los usuarios.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 21 | 20% |
| De Acuerdo | 35 | 33% |
| Medianamente de Acuerdo | 29 | 27% |
| En Desacuerdo | 15 | 14% |
| Totalmente en Desacuerdo | 6 | 6% |
| TOTAL | 106 | 100% |

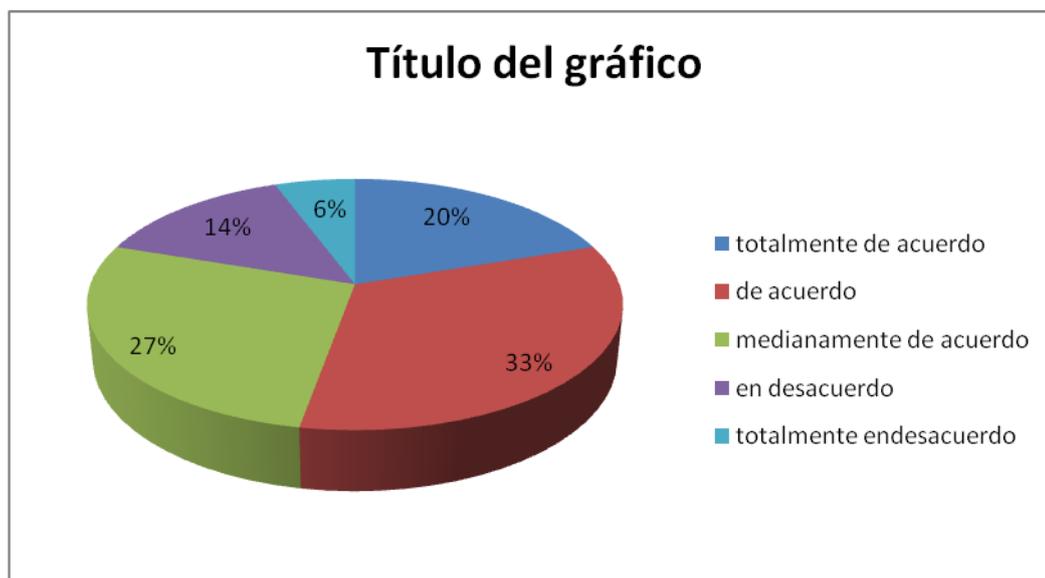


Gráfico 19

Análisis e Interpretación del Cuadro 18, Gráfico 19: El treinta y tres por ciento (33%), estuvo de acuerdo con el nivel de ética del profesional del dpto. De Gestión de Personal; el veintinueve por ciento (27%), expresa que estuvo medianamente de acuerdo, el veinte por ciento (20%), señala que estuvo en totalmente de acuerdo, el catorce por ciento (14%), coincidió estar en desacuerdo y el seis por ciento (6%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que el nivel de ética de los profesionales del dpto. De gestión de personales el apropiado para los empleados.

Ítem 18. Cuadro 19, Sistemas

Los sistemas de comunicación utilizados por el dpto., de Gestión de Personal para transmitir la información son fluidos hacia sus clientes.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 22 | 21% |
| De Acuerdo | 28 | 26% |
| Medianamente de Acuerdo | 30 | 28% |
| En Desacuerdo | 24 | 23% |
| Totalmente en Desacuerdo | 2 | 2% |
| TOTAL | 106 | 100% |

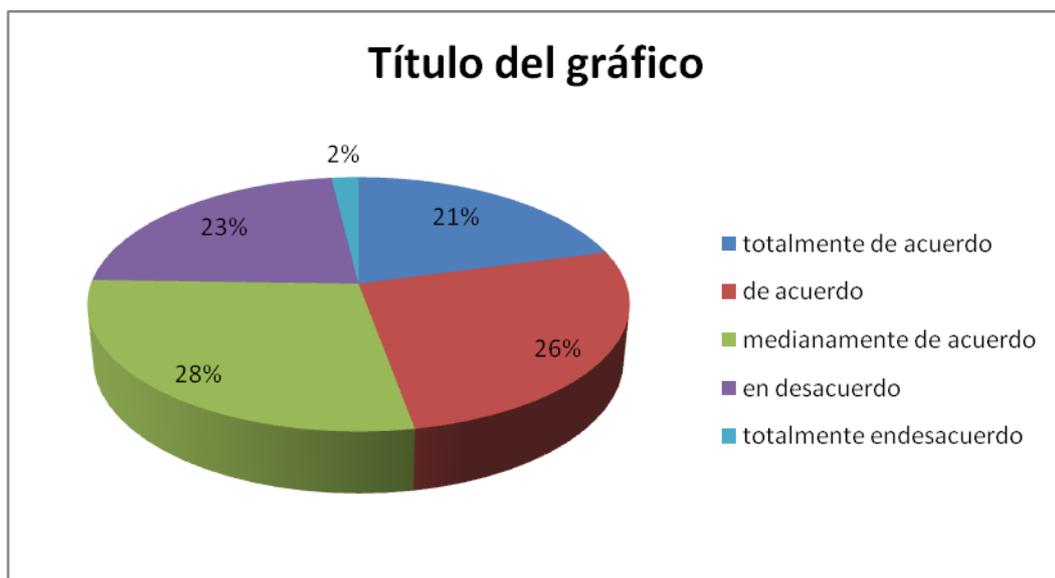


Gráfico 20

Análisis e Interpretación del Cuadro 19, Gráfico 20: El veintiocho por ciento (28%), estuvo medianamente de acuerdo con los sistemas de comunicación del dpto. de Gestión de Personal; el veintiséis por ciento (26%), estuvo de acuerdo, el veintitrés por ciento (23%), señala que estuvo en desacuerdo, el veintiuno por ciento (21%), coincidió estar totalmente de acuerdo y el dos por ciento (2%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que los sistemas de comunicación del dpto. De gestión de personal requiere de mejora para los empleados.

Ítem 19. Cuadro 20, servicios y asesorías

El servicio y la asesoría prestada por el dpto., de Gestión de Personal es dirigida hacia usted de manera adecuada.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 17 | 16% |
| De Acuerdo | 42 | 40% |
| Medianamente de Acuerdo | 25 | 23% |
| En Desacuerdo | 20 | 19% |
| Totalmente en Desacuerdo | 2 | 2% |
| TOTAL | 106 | 100% |

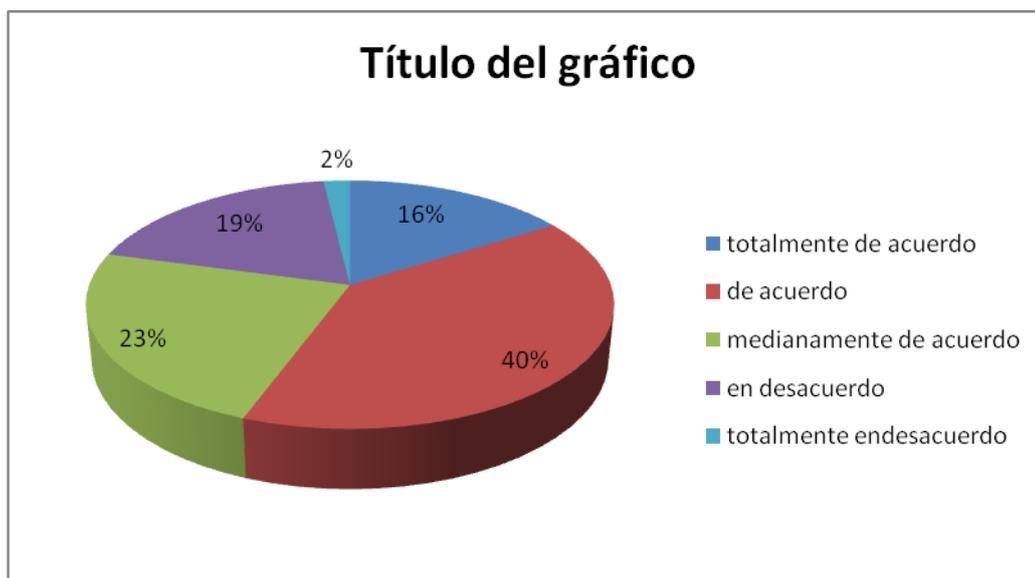


Gráfico 21

Análisis e Interpretación del Cuadro 20, Gráfico 21: El cuarenta por ciento (40%), de la muestra estuvo de acuerdo con los servicios y asesorías prestada por el dpto. De Gestión de Personal; el veintitrés por ciento (23%), expresa que estuvo medianamente de acuerdo, el diecinueve por ciento (19%), estuvo en desacuerdo, el dieciséis por ciento (16%), coincidió estar totalmente de acuerdo y el dos por ciento (2%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que servicio y la asesoría prestada por del dpto. De gestión de personales apropiado para los empleados.

Ítem 20. Cuadro 21, Solventar

El servicio empleado para solventar sus dudas, sugerencias y observaciones, es a oportuna para la satisfacción de sus necesidades.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 17 | 16% |
| De Acuerdo | 37 | 35% |
| Medianamente de Acuerdo | 33 | 31% |
| En Desacuerdo | 16 | 15% |
| Totalmente en Desacuerdo | 3 | 3% |
| TOTAL | 106 | 100% |

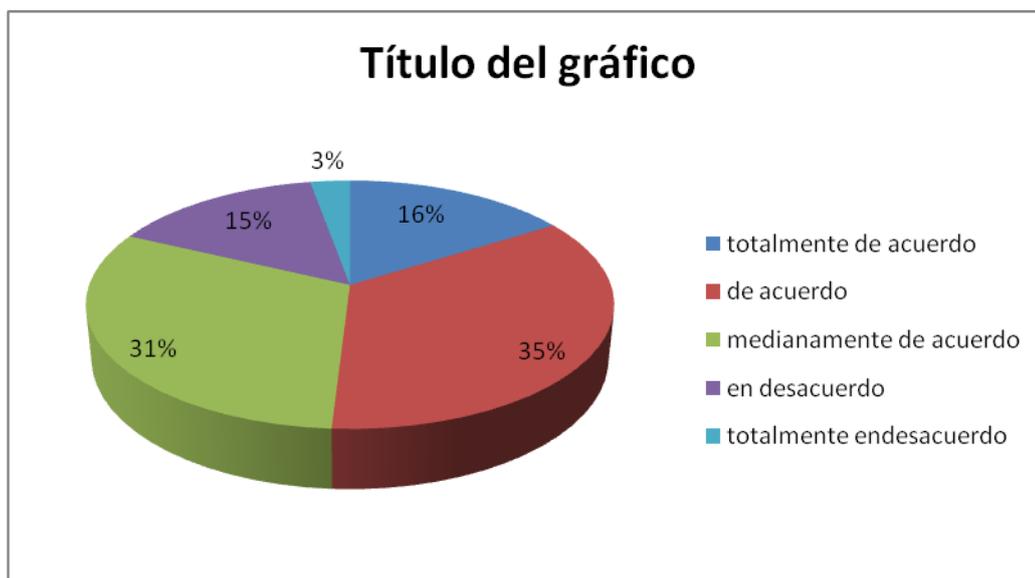


Gráfico 22

Análisis e Interpretación del Cuadro 21, Gráfico 22: El Treinta y cinco por ciento (35%), estuvo de acuerdo de que el servicio empleado es el óptimo para solventar las necesidades del cliente; el treinta y uno por ciento (31%), estuvo medianamente de acuerdo, el dieciséis por ciento (16%), estuvo totalmente de acuerdo, el quince por ciento (15%), coincidió estar en desacuerdo y el tres por ciento (3%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que servicio es apropiado para los empleados porque le solventas sus dudas y toman en cuenta sus sugerencias.

Ítem 21. Cuadro 22, Desarrollo

Considera usted que el nivel de desenvolvimiento del personal del departamento de gestión del personal es el adecuado

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 18 | 17% |
| De Acuerdo | 44 | 41% |
| Medianamente de Acuerdo | 26 | 25% |
| En Desacuerdo | 14 | 13% |
| Totalmente en Desacuerdo | 4 | 4% |
| TOTAL | 106 | 100% |

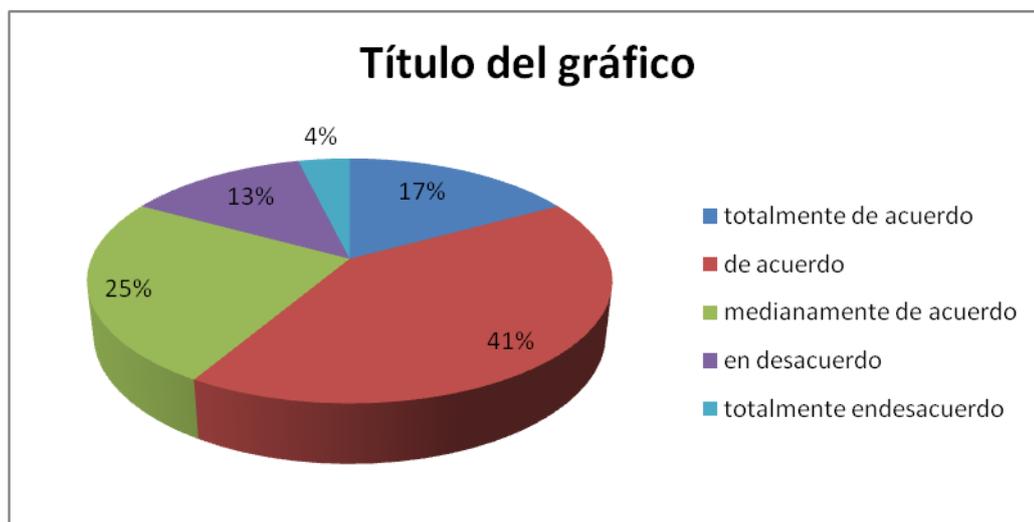


Gráfico 23

Análisis e Interpretación del Cuadro 22, Gráfico 23: El cuarenta y uno por ciento (41%), de la muestra estuvo de acuerdo con el desenvolvimiento de los profesionales del dpto.. de Gestión de Personal; el veinticinco por ciento (25%), expresa que estuvo medianamente de acuerdo, el diecisiete por ciento (17%), señala que estuvo totalmente de acuerdo, el trece por ciento (13%), coincidió estar en desacuerdo y el cuatro por ciento (4%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que el desenvolvimiento de los empleados del dpto., es el apropiado para los trabajadores.

Ítem 22. Cuadro 23, Servicios prestados

Cree usted que el servicio prestado por el departamento de gestión de personal es el indicado.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 20 | 19% |
| De Acuerdo | 36 | 34% |
| Medianamente de Acuerdo | 36 | 34% |
| En Desacuerdo | 11 | 10% |
| Totalmente en Desacuerdo | 3 | 3% |
| TOTAL | 106 | 100% |

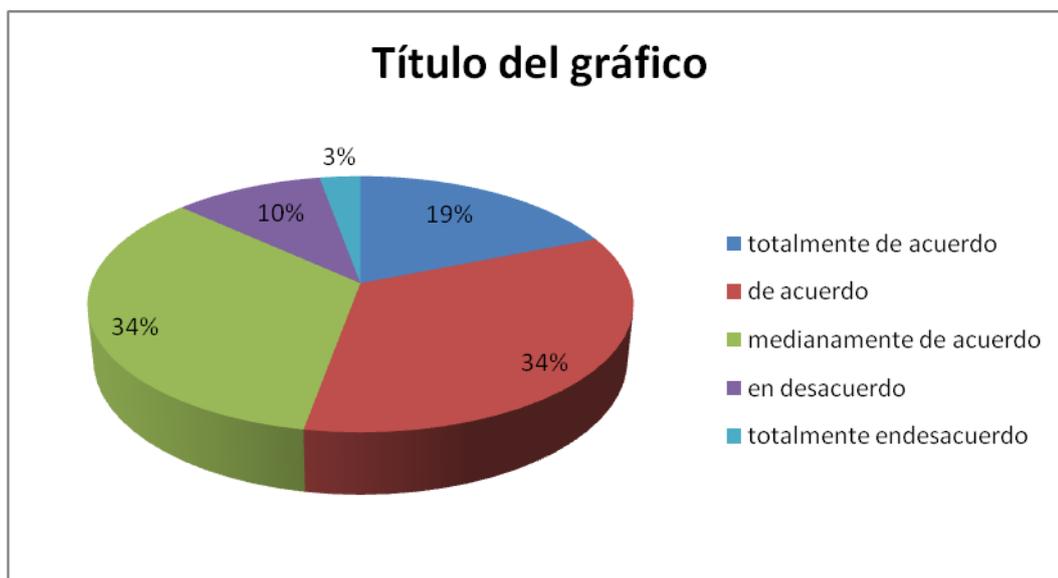


Gráfico 24

Análisis e Interpretación del Cuadro 23, Gráfico 24: El treinta y cuatro por ciento (34%), de la muestra estuvo de acuerdo con servicios prestados por el dpto. de Gestión de Personal; también el treinta y cuatro por ciento (34%), expresa que estuvo medianamente de acuerdo, el diecinueve por ciento (19%), señala que estuvo totalmente de acuerdo, el diez por ciento (10%), coincidió estar en desacuerdo y el tres por ciento (3%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que los servicios prestados requieren mejora para los trabajadores.

Ítem 23.Cuadro 24, Desempeño

Usted cree que el departamento de gestión de personal tuvo un buen desempeño en su labor prestada

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 16 | 15% |
| De Acuerdo | 42 | 40% |
| Medianamente de Acuerdo | 29 | 27% |
| En Desacuerdo | 16 | 15% |
| Totalmente en Desacuerdo | 3 | 3% |
| TOTAL | 106 | 100% |

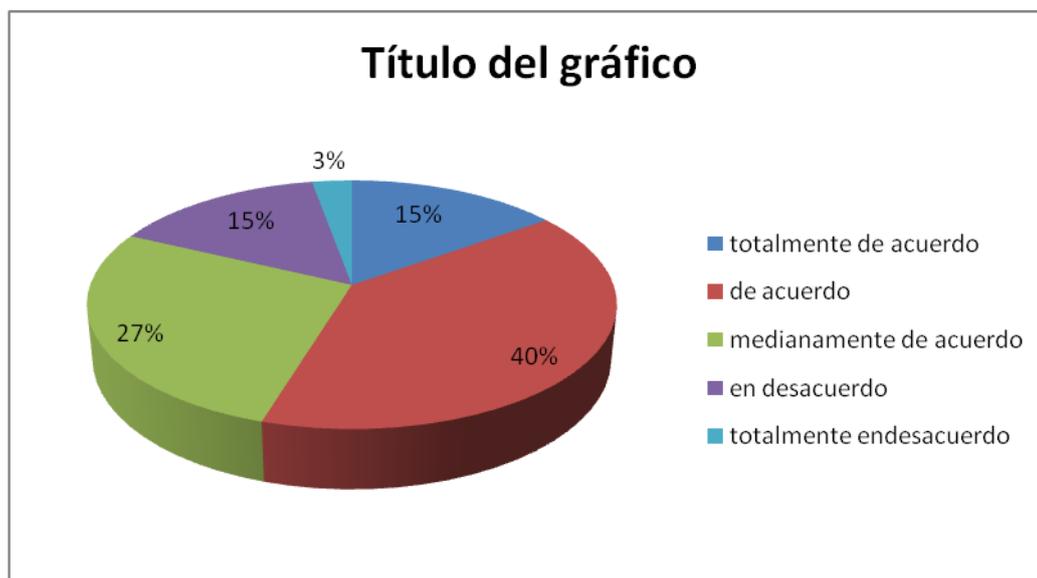


Gráfico 25

Análisis e Interpretación del Cuadro 24, Gráfico 25: El cuarenta por ciento (40%), de la muestra estuvo de acuerdo con el desempeño de los profesionales del dpto. de Gestión de Personal; también el veintisiete por ciento (27%), expresa que estuvo medianamente de acuerdo, el quince por ciento (15%), señala que estuvo totalmente de acuerdo, también el quince por ciento (15%), coincidió estar en desacuerdo y el tres por ciento (3%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que el desempeño del personal del dpto. de gestión es el apropiado para los trabajadores.

Ítem 24. Cuadro 25, Estrategias

Considera usted que las estrategias utilizadas por el departamento de gestión de personal son viables para el cliente

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 19 | 18% |
| De Acuerdo | 35 | 33% |
| Medianamente de Acuerdo | 35 | 33% |
| En Desacuerdo | 13 | 12% |
| Totalmente en Desacuerdo | 4 | 4% |
| TOTAL | 106 | 100% |

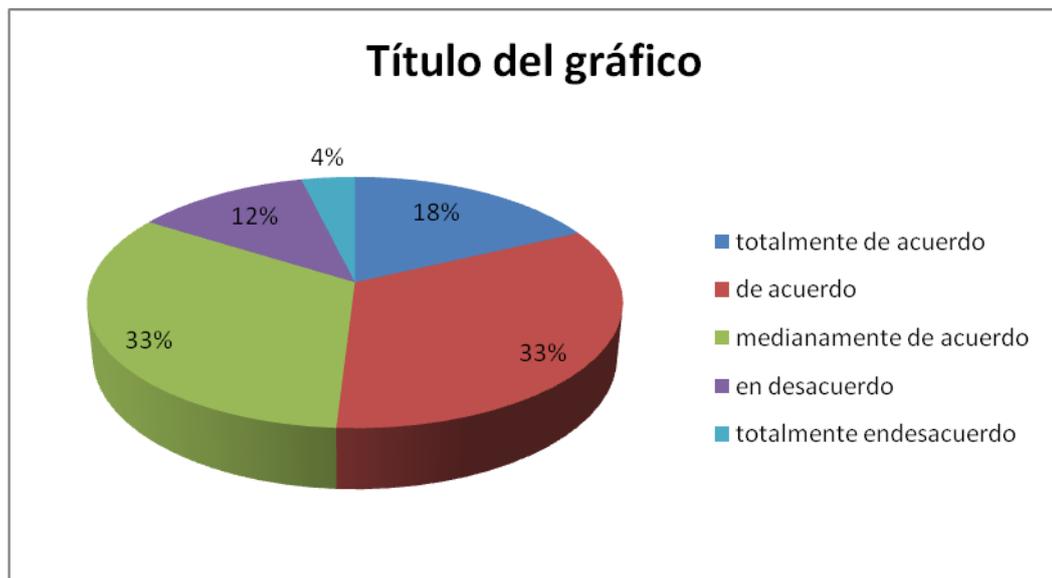


Gráfico 26

Análisis e Interpretación del Cuadro 25, Gráfico 26: El treinta y tres por ciento (33%), de la muestra considera que las estrategias utilizadas por el departamento de gestión de personal son viables para el cliente; también el treinta y tres por ciento (33%), expresa que estuvo medianamente de acuerdo, el dieciocho por ciento (18%), señala que estuvo totalmente de acuerdo, el doce por ciento (12%), coincidió estar en desacuerdo y el cuatro por ciento (4%) dijo que estaba totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que las estrategias requieren mejora para lograr tener más clientes satisfechos con su desempeño.

Podríamos resumir a continuación que los análisis e interpretación de los datos responden a la satisfacción de las necesidades del cliente interno en cuanto a la calidad, eficiencia y servicio personal, ya que dichos análisis están orientados al triangulo de servicio del cliente interno. A continuación le presentamos los indicadores que dieron respuesta a la investigación:

En primer lugar los trabajadores afirman estar de acuerdo con la ética y el profesionalismo dado por las personas que conforman el departamento de gestión de personal destacando que las actividades que se desarrollan se ejecutan en el tiempo establecido, las herramientas de selección y adiestramiento cumplen con

los lineamientos estipulados por el departamento de gestión para ofrecer un servicio.

En segundo lugar se encuentra que el suministro de la información y la rapidez de atención dan satisfacción al cliente interno en cuanto al servicio recibido, reconociendo que el personal que labora en el departamento de gestión garantiza que dentro de la organización existe una cultura organizacional donde el personal tanto obrero como administrativo se siente identificado con la empresa.

En tercer lugar tenemos que la operabilidad y las escalas jerárquicas son las adecuadas tanto para la empresa como para sus trabajadores manifestando estar de acuerdo con el liderazgo y el diseño estructural de la organización respondiendo a las necesidades del cliente suministrando un contacto directo y cumpliendo con las fases del proceso de atención al cliente.

En el cuarto lugar se manifiestan que la gestualidad y vestimenta de los empleados del departamento de gestión de personal demuestran que el comportamiento utilizado es el adecuado, es por ello que en los resultados percibidos por los trabajadores se obtiene satisfacción en el desempeño percibido. Y por último tenemos que las expectativas del cliente generan respuestas satisfactorias ya que existen cubrimientos en las necesidades y una buena comunicación entre las partes.

Para finalizar podemos decir que la gestión de recursos humanos trabaja para establecer una buena planificación en la gestión de personal respondiendo a las necesidades del cliente interno fomentando el bienestar y motivando a los trabajadores a que se sientan comprometidos con su rol dentro de la organización.

CONCLUSIONES

Actualmente la calidad de servicio se ha convertido en un tema de suma importancia dentro de las organizaciones porque si existe satisfacción del cliente interno esto genera satisfacción en la calidad del producto, satisfacción con los clientes externos y respuestas favorables proyectando una imagen competitiva y rentable tanto para la empresa como a las personas que la conforman.

El laborar en una empresa del sector de aluminio deja una experiencia mucho más amplia de la que se tiene como estudiante. Definitivamente no es lo mismo asistir a clases y ver toda la teoría administrativa de una empresa en libros a estar en contacto directo con todas las funciones estudiadas en un salón de clases y darse cuenta de que se pueden aportar nuevas ideas para el mejoramiento de la empresa.

Se considera que es de gran importancia la participación de practicantes en las organizaciones ya que traen ideas innovadoras y nuevos conocimientos. Muchas veces los empleados de las grandes organizaciones están ciclados en las mismas actividades y dejan de percibir los pequeños detalles que podrían hacer la diferencia entre ellos y la competencia. Alucasa tienen una cultura hacia los practicantes que permite que se sientan cómodos en la empresa. Los incluye en las decisiones y los hace parte de los procesos del funcionamiento. Esto es muy importante ya que motiva a asistir y deja a un lado la monotonía del trabajo.

Por otro lado, es común que cuando se aprende la teoría se llega a pensar que es universal pero, en este caso, es importante colocarse en el lugar de las demás personas para entender su razonamiento y su forma de hacer las cosas.

Visto de esta forma el propósito de la investigación está basado en Evaluar la calidad de servicios ofrecidos por el departamento de gestión de personal al cliente interno de una empresa del sector de aluminio. Se tomó en consideración la perspectiva de los trabajadores mediante un análisis obtenido de los resultados arrojados de la encuesta generando con ello un conjunto de recomendaciones.

Las conclusiones derivadas se realizaron en función y concordancia a los objetivos específicos de la investigación con la finalidad de manifestar detalladamente los resultados de cada objetivo y así señalar estrategias orientadas

a mejorar la calidad de servicio ofrecido por el departamento de gestión de personal.

Como resultado al primer objetivo específico **“Determinar la calidad de servicios ofrecidos por el departamento de Gestión de Personal al cliente interno de una empresa del sector de aluminio ubicada en Guacara estado Carabobo”** Es este caso los trabajadores expresan conformidad por los servicios ofrecidos por el dpto. De acuerdo con su apreciación el personal realiza su labor lo más eficientemente posible.

Para el segundo objetivo **“Describir el proceso servicio al cliente interno del departamento de Gestión de Personal de una empresa del sector de aluminio ubicada de Guacara estado Carabobo”** En este caso se pudo comprobar que el departamento posee uniformidad en los procesos y poseen los conocimientos básicos para llevar a cabo la atención al cliente ya que existe coordinación en las decisiones para satisfacer de la mejor manera las necesidades del cliente.

Y para el tercer objetivo **“Analizar la satisfacción del cliente interno sobre la calidad de servicio que ofrece el departamento de Gestión de Personal de una empresa del sector de aluminio ubicada en Guacara estado Carabobo”** El cliente interno se encuentra satisfecho con el servicio de atención al cliente cabe destacar que en todos los objetivos se requieren de mejoras a pesar de que tiene fortalezas también posee ciertas debilidades que en su momento habría que analizarlas detalladamente para así asegurar la satisfacción de los clientes y todo lo que involucra.

Finalmente, cada uno de los objetivos planteados en el departamento de gestión de personal, proporciona el funcionamiento adecuado para el buen desempeño con los empleados y el cliente el departamento de gestión de personal, busca comprender el recursos humano con el proceso productivo de la empresa, haciendo que este ultimo sea más eficaz, como resultado de la selección y contratación de los mejores talentos disponibles en función del ejercicio de una excelente labor de estos; así como también la maximización de la calidad del proceso productivo depende de igual modo de la capacitación de los elementos humanos para hacer más valederos sus conocimientos.

El departamento de gestión de personal, busca que las estrategias y políticas que usa cada área del departamento sean las más adecuadas, y en todo caso funge como asesoría y consultoría de cada departamento. Este es un departamento que une de la manera más eficiente los recursos humanos.

RECONMENDACIONES

Basándose en las conclusiones obtenidas en la investigación, las recomendaciones permitirán establecer mejoras en las estrategias empleadas para el departamento de gestión de personal y procurar en ellos el mantenimiento de la satisfacción del cliente.

De acuerdo al primer objetivo específico **“Determinar la calidad de servicios ofrecidos por el departamento de Gestión de Personal al cliente interno de una empresa del sector de aluminio ubicada en Guacara estado Carabobo”** se le sugiere lo siguiente:

Determinar de manera clara, sencilla y objetiva: los objetivos de la empresa; la organización obtiene resultados cuando centra la acción de mejoría en una filosofía que rige su diario desarrollo con la participación y colaboración del personal subordinado.

Establecer tiempo de respuesta que sean apropiados a las solicitudes realizadas por los clientes internos.

Brindar ayuda a los empleados en función de mantener la armonía entre éstos, además buscar solución a los problemas que se desatan entre estos.

Para el segundo objetivo **“Describir el proceso servicio al cliente interno del departamento de Gestión de Personal de una empresa del sector de aluminio ubicada de Guacara estado Carabobo”** se le sugiere lo siguiente:

Reclutar al personal idóneo para cada puesto.

Implementar filtros de comunicación con el departamento de gestión de personal promoviendo una relación más directa entre los trabajadores y el personal a cargo.

Capacitar y desarrollar programas, y toda actividad que vaya en función del mejoramiento de los conocimientos del personal.

Distribuye políticas y procedimientos de recursos humanos, a todos los empleados, mediante boletines, reuniones, memorándums para mejorar los sistemas de información.

Y para el tercer objetivo **“Analizar la satisfacción del cliente interno sobre la calidad de servicio que ofrece el departamento de Gestión de Personal de**

una empresa del sector de aluminio ubicada en Guacara estado Carabobo” se le sugiere lo siguiente:

Establecer una definición clara del rol de las áreas corporativas de las organizaciones (asesoría, servicio, dirección), definiéndose claramente la relación departamento-cliente interno, generando hasta donde sea posible su propia información, para evitar entorpecer las operaciones de las personas a las que se da servicio y asesoría.

Garantizar la diversidad en el puesto de trabajo, ya que permite a la empresa triunfar en los distintos mercados.

Para finalizar cada departamento tiene su importancia en la empresa, y por ende recomendamos a esta compañía a ir innovando cada día en función de su crecimiento estructural y funcional.

LISTA DE REFERENCIAS

- Albrecht, Karl y Zemke, Ron (1998). **Gerencia del Servicio**. Bogota Colombia.
- Albrecht, Karl (1991). **La excelencia en el servicio**. Editorial Legis. Colombia.
- Albrecht, Karl (1997). **La Revolución Del Servicio: Lo Único Que Cuenta Es Un Cliente Satisfecho**. Bogota Colombia
- Álvarez (1990); y otros. Métodos de Investigación.
- Araluce, Maria (2001). **Empresas De Restauración Alimentaria: Un Sistema De Gestión Global**. Madrid España.
- Berrios, Tulelvia y Ramos, Regina (2004) **Calidad de Servicio Hacia el Cliente Interno que presta el Departamento De Recursos Humanos de una Empresa de Servicio** (Grupo Fernández y Asociados) Tesis de pre-grado publicada. Universidad de Carabobo. Bárbula.
- Chiavenato, Idalberto (2010). **Administración de Recursos Humanos: el capital humano de las organizaciones**, Editora Mc Graw Hill. **Novena edición**.
- Cronbach, Lee Joseph (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334. Recuperado el 12 de Febrero de 2012 en: http://psych.colorado.edu/~carey/Courses/PSYC5112/Readings/alpha_Cronbach.pdf
- Davis, Keith y Newstrom, John (1999). **Comportamiento Humano en el trabajo**. México. Editora Mc Graw Hill.
- Díaz de Rada Igúzquiza (2001) *Revista española de investigaciones sociológicas*.
- Deming, Edward (1989). **Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis**, Ediciones Díaz de Santos, S.A
- Evans, James y Lindsay, William (2010). **Calidad Total en las Organizaciones**. Universidad Nacional Autónoma de Honduras Centro Universitario Regional del Litoral Atlántico. UNAH-CURLA. (pp 6)
- Falcon, Odalys, Petersson, Maritza, Benavides, Sonia y Sacher, Rocio (2012). **Medición de la calidad del cliente interno en una instalacion hotelera**.

ingeniería industrial/issn 1815-5936 volumen xxxiii n°1, (pp 13-18).

Forrest y Sánchez (2008). **El Ejecutivo en Latinoamérica y sus Empresas**. Buenos Aires: Sudamericana.

Godoy, Jenny Najul (2011). **El Capital Humano en la Atención al Cliente y la Calidad de Servicio**. Observatorio Laboral Revista Venezolana volumen 4 N°8, (pp 25-30).

Gonzalez, Blanca y Edith Atencio (2010) **Incidencia del Factor Humano y de la Calidad de Servicio en Organizaciones Privadas del Estado Zulia**. Revista de Ciencias Sociales Dialnet, Vol. 16, N° 3, (pp 468-480).

Hernández Roberto, Fernández Carlos y Batista Pilar (2003) **Metodología de la investigación**. México.

Hurtado Jacqueline. (2000) **Metodología de la Investigación Holística**. Caracas (3 Ed).

Hurtado León Ivan, Toro Garrido Josefina (2007), **Paradigmas y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambios**. Editorial CEC, SA.

Juran, Joseph (1990). **Juran y el liderazgo para la calidad: manual para Ejecutivos**. Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Juran, Joseph (1996). **Juran y La Calidad por el Diseño**. Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2003). **Fundamentos de Marketing**, Sexta edición, Pearson Educación.

López Sobejano, Juan (2007). **El cliente interno en Contribuciones a la Economía**, Enero.

Manzano, Irma. (2009). **La calidad en el servicio dirigida al cliente interno que presta el departamento gestión de gente en una empresa de alimentos de consumo masivo, localizada en Valencia Estado Carabobo**. Tesis de pre-grado publicada. Universidad de Carabobo. Bárbula.

Miranda González, Francisco Javier, Chamorro Mera, Antonio y Rubio Lacoba,

Sergio. (2007). **Introducción de la Gestión de la Calidad**. Delta Publicaciones. Madrid España.

Moguel, Ernesto. (2005). **Metodología de la Investigación**. México.

Muñoz, Tomas (2005) Etapas del proceso investigador. Población y muestra.

Palacios, Luis Enrique (1999). Sabiduría Popular en la Empresa Venezolana. Universidad Católica Andrés Bello. Primera Edición. Publicaciones UCAB.

Parella y Martins (2000). Metodología de la investigación Cuantitativa. Fondo Editorial de la UPEL, Caracas – Venezuela.

Robbins, Stephen Pearson. y Decenzo, David (2002). Fundamentos de administración: Conceptos Esenciales y Aplicaciones. 3era Edición. México.

Ramirez, Manuel (1999) Océano Grupo Editorial S.A. (2.010). Gran Enciclopedia Interactiva Siglo XXI.

Rusque, Ana Maria (2003), De la Diversidad a la Unidad en la Investigación Cualitativa. Editorial Vadell Hermanos. Caracas-Venezuela.

Sabadias, Antonio (1995). **Estadística Descriptiva e Inferencial**. España.

Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw Hill, (2004). **Fundamentos de Marketing**, 13va. Edición.

Vargas Quiñonez, Martha Elena y Aldana de Vega, Luzángela (2007). **Calidad y Servicio. Conceptos y Herramientas**. Universidad de La Sabana,

Tamayo y Tamayo, Mario (2003). **Proceso de la Investigación Científica**. Editorial Noriega. Editores. 4 edición, Mexico.

ANEXOS

ANEXO A

CUESTIONARIO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

|  | |  | | | | |
|---|--|---|----|---|---|----|
| <p>Objetivo de la investigación: La finalidad de la presente es investigar las condiciones de trabajo, según procediere, que a través del mismo se logre la implementación exitosa para llevar a cabo las investigaciones realizadas en esta institución de trabajo.</p> <p>El investigador, o el equipo de investigadores, que tienen como objetivo conocer la que cubre el estudio y planear su realización de acuerdo con el programa de investigación, así como también en esta institución de trabajo, por lo tanto, en su investigación se debe tener en cuenta:</p> <p>Es que debe garantizar en primer lugar la mayor objetividad y franqueza en la realización de las investigaciones, considerando en todo (20) la información que se proporciona a los investigadores de acuerdo a la siguiente escala:</p> <p>1- Totalmente en Desacuerdo (TD)</p> <p>2- En Desacuerdo (ED)</p> <p>3- Indiferente (I)</p> <p>4- Acuerdo (A)</p> <p>5- Totalmente de Acuerdo (TA)</p> | | | | | | |
| INSTRUCCIONES | | | | | | |
| <p>Marque con una de las respuestas al momento de contestar las afirmaciones que se le presenten, utilizando para ello el siguiente guion de respuesta:</p> | | | | | | |
| N° | DESCRIPCIÓN | TD | ED | I | A | TA |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Condiciones de trabajo en las empresas que forman el Depto. de Gestión de Personal. | 4 | 3 | 2 | 1 | 5 |
| 2 | El proceso de servicio que ofrece el Depto. de Gestión de Personal para solucionar los problemas del alumno o aliente. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 3 | Las actividades que ofrece el Depto. de Gestión de Personal para brindar apoyo a la familia en el desarrollo de la empresa. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 4 | Las actividades y programas que ofrece el Depto. de Gestión de Personal para brindar apoyo a los trabajadores en relación con problemas de manera urgente. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 5 | La calidad de los servicios que se brindan por parte del Depto. de Gestión de Personal en su totalidad. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 6 | El tiempo que se requiere para dar respuesta a las necesidades de los trabajadores o aliente. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 7 | La información recibida es suficiente para la satisfacción de las necesidades. | 4 | 3 | 2 | 1 | 5 |
| 8 | El personal del Depto. de Gestión de Personal siempre está dispuesto a ayudar a los trabajadores. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 9 | La información que se brinda por parte del Depto. de Gestión de Personal permite un buen contacto con el cliente. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 10 | Las respuestas brindadas por el Depto. de Gestión de Personal de acuerdo a las diferentes necesidades y problemas del alumno o aliente. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 11 | Las actividades relativas al trabajo y satisfacción de trabajo que brinda el Depto. de Gestión de Personal favorece la satisfacción del alumno o aliente. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 12 | Condiciones de trabajo dentro de las distintas áreas del Depto. de Gestión de Personal que le permiten de un buen servicio. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 13 | Se brindan servicios de atención al cliente (teléfono, correo electrónico y presencial) en todas las y unidades de la institución. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 14 | Brinda un buen servicio a los alumnos y profesores que forman el Depto. de Gestión de Personal para satisfacer sus necesidades. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 15 | El comportamiento de la Gerencia de Gestión de Personal no dirige la manera correcta a los problemas y demandas de los alumnos. | 4 | 3 | 2 | 1 | 5 |
| 16 | Las decisiones que se toman en la Gerencia de Gestión de Personal benefician a los alumnos de los trabajadores de la institución. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 17 | La información recibida por parte del personal referente al trabajo es suficiente para brindar un buen servicio a los alumnos. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 18 | Las acciones de comunicación de los líderes por el Depto. de Gestión de Personal que favorecen la información de los alumnos o aliente. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 19 | El servicio y la atención brindada por el Depto. de Gestión de Personal es dirigida hacia el cliente de manera adecuada. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 20 | El servicio que se brinda para solucionar los problemas, sugerencias y quejas de los alumnos, es oportuno para la satisfacción de sus necesidades. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 21 | Condiciones de trabajo dentro de las unidades de la institución personal del departamento de gestión del personal en el momento. | 4 | 3 | 2 | 1 | 5 |
| 22 | Condiciones que el servicio brindado por el departamento de gestión de personal en el momento. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 23 | Trabaja en el departamento de gestión de personal donde se brindan servicios de manera adecuada. | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 24 | Condiciones que los servicios brindados por el departamento de gestión de personal son viables para el aliente. | 4 | 3 | 2 | 1 | 5 |



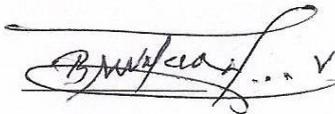
ANEXO B



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Yo, Bruno M. Valera Titular de la cédula de identidad V7575154, Profesor activo de la Escuela de Relaciones Industriales, Especialista en Estadística, luego de haber leído, analizado y evaluado, el instrumento del trabajo de grado titulado **“CALIDAD DE SERVICIO QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE PERSONAL A LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA EMPRESA DEL SECTOR DE ALUMINIO.”** presentado por las bachilleres: Geissa Ascanio C.I.: 20.030.564 y Naydlis Rico C.I.: 18.486.771, considero que el instrumento es válido ya que, a través de su aplicación es posible alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

 V7575154

Firma

Bárbula, Febrero de 2016



ANEXO B



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Yo, Polanco Smith I Titular de la cédula de identidad 3.998.315
Profesor activo de la Escuela de Relaciones Industriales, Especialista en Relac de Trabajo, luego de haber leído, analizado y evaluado, el instrumento del trabajo de grado titulado “**CALIDAD DE SERVICIO QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE PERSONAL A LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA EMPRESA DEL SECTOR DE ALUMINIO.**” presentado por las bachilleres: Geissa Ascanio C.I.: 20.030.564 y Naydlis Rico C.I.: 18.486.771, considero que el instrumento es válido ya que, a través de su aplicación es posible alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

Firma

Bárbula, Febrero de 2016



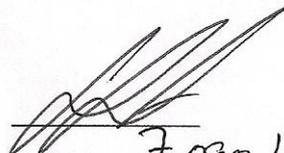
ANEXO B



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Yo, Luis I. Muga P. Titular de la cédula de identidad 7.090.281, Profesor activo de la Escuela de Relaciones Industriales, Especialista en RELACIONES IND., luego de haber leído, analizado y evaluado, el instrumento del trabajo de grado titulado **“CALIDAD DE SERVICIO QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE PERSONAL A LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA EMPRESA DEL SECTOR DE ALUMINIO.”** presentado por las bachilleres: Geissa Ascanio C.I.: 20.030.564 y Naydlis Rico C.I.: 18.486.771, considero que el instrumento es válido ya que, a través de su aplicación es posible alcanzar los objetivos planteados en la investigación.


Firma 7.090.281

Bárbula, Febrero de 2016

ANEXO C

CÁLCULO DE ALPHA DE CRONBACH
15 de Febrero del 2016

TITULO: CALIDAD DE SERVICIO QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE PERSONAL A LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA EMPRESA DEL SECTOR DE ALUMINIO

BACHILLERES: Ascanio Geïssa C.I. V-20.030.564
Rico Naydlis C.I. V-18.486.771

| SUJETO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | TOTAL |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 110 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 74 |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 59 |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 56 |
| 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 73 | |
| 6 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 72 | |
| 7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 | |
| 8 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 70 | |
| 9 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 70 | |
| 10 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 70 | |
| 11 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 75 | |
| 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 70 | |
| 13 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 69 | |
| 14 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 57 | |
| 15 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 | |
| 16 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 | |
| 17 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 60 | |
| 18 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 62 | |
| 19 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 | |
| 20 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 65 | |
| 21 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 | |
| 22 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 73 | |
| 23 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 | |
| 24 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 69 | |
| TOTAL | 30 | 30 | 36 | 41 | 47 | 47 | 48 | 49 | 49 | 50 | 51 | 51 | 51 | 52 | 54 | 55 | 56 | 54 | 59 | 61 | 65 | 63 | 68 | 67 | 68 | 68 | 70 | 72 | 72 | 72 | 1656 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|-------|--------|------|------|------|------|-------|------|------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|------|-----|------|------|-----|---|---|---|----------|
| MEDIA | 1,25 | 1,25 | 1,5 | 1,78 | 1,96 | 1,96 | 2 | 2,04 | 2,04 | 2,083 | 2,13 | 2,13 | 2,13 | 2,17 | 2,25 | 2,29 | 2,33 | 2,25 | 2,46 | 2,54 | 2,71 | 2,7 | 2,83 | 2,8 | 2,83 | 2,83 | 2,9 | 3 | 3 | 3 | 69 |
| D. EST. | 0,847 | 0,847 | 0,88 | 0,85 | 0,75 | 0,75 | 0,722 | 0,69 | 0,69 | 0,654 | 0,61 | 0,61 | 0,61 | 0,64 | 0,68 | 0,69 | 0,7 | 0,44 | 0,51 | 0,51 | 0,46 | 0,4 | 0,38 | 0,5 | 0,48 | 0,48 | 0,4 | 0 | 0 | 0 | 10,1596 |
| VARIANZA | 0,717 | 0,7174 | 0,78 | 0,72 | 0,56 | 0,56 | 0,522 | 0,48 | 0,48 | 0,428 | 0,38 | 0,38 | 0,38 | 0,41 | 0,46 | 0,48 | 0,49 | 0,2 | 0,26 | 0,26 | 0,22 | 0,2 | 0,14 | 0,3 | 0,23 | 0,23 | 0,2 | 0 | 0 | 0 | 103,2174 |

11,0916

ALPHA = 0,9360 93,60% **En este caso Alto Grado de Confiabilidad**
Mientras mas cerca de 1, Mayor es la Confiabilidad

N = 24 **Número de Items**
N - 1 = 23 **Número de Items -1 grado de libertad**
St = 11,09 **Sumatoria de varianzas (Items)**
S = 103,2 **Varianza**

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
BRUNO M. VALERA H.
C.I. V-7.575.154
PROFESOR DE ESTADISTICA

Bruno M. Valera H. V7575154

Se mide de (0 a 1): 0 - 0,50 No hay Confiabilidad
0,51 - 0,625 Regular Confiabilidad y 0,625 - 1 Alta Confiabilidad
Formula:
ALPHA = N/N-1* 1-St/S