

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



TESIS DE GRADO

Lineamientos de Fidelización del Talento Humano y su Influencia en el
Desempeño Laboral del Personal Administrativo de la U.A.P.

Postulante: Cesar Alfredo Ricaldez Siviora

Tutor: Mcs. José Luis Segovia Saucedo

Cobija – Pando – Bolivia

2021

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mi madre, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a usted he logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser su hijo, sos la mejor madre.

A mis hermanas por estar siempre presentes, acampanándome y por el apoyo moral, que nos brindaron a lo largo de esta etapa de nuestras vidas.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos

AGRADECIMIENTOS

El agradecimiento de esta tesis va dirigido primeramente a Dios por bendecir mi vida, por guiarme a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres Cesar Roberto y Petrona, a mis hermanas Cecilia Karina y Ángela María por ser los principales promotores de mis sueños y anhelar siempre lo mejor para mi vida, gracias por sus consejos y apoyo incondicional.

Agradezco también a mi tutor de Tesis el Lic. José Luis Segovia Saucedo, por haberme guiado, no solo en la elaboración de este trabajo de titulación, sino a lo largo de mi carrera universitaria y haberme brindado el apoyo para desarrollarme profesionalmente y seguir cultivando mis valores.

A la Universidad Amazónica de Pando por permitirme concluir con una etapa de mi vida, gracias por la paciencia, orientación y guiarme en el desarrollo de esta investigación.

Así, también agradezco a todos mis compañeros de clase durante todos los semestres de Universidad ya que gracias al compañerismo, amistad y apoyo moral que me han aportado en un alto porcentaje las ganas de continuar adelante en mi carrera profesional.

Para finalizar agradezco a todos mis amigos y familiares que me ayudaron de una manera desinteresada, gracias infinitas por toda su ayuda, buena voluntad y su apoyo moral que me permitieron permanecer con empeño, dedicación y cariño, en fin a todos quienes contribuyeron con un granito de arena para culminar con éxito la meta propuesta.

RESUMEN

En el presente trabajo se quiere explicar la importancia del potencial de la gestión de talento humano para retener el capital humano estratégico de la organización como un camino para influir positivamente sobre su capacidad, contribuyendo, de este modo, a la mejora de sus resultados organizativos y de su competitividad.

En este sentido, la dirección estratégica de gestión humana propone la existencia de una serie de etapas o procesos intermedios que influyen sobre los comportamientos y actitudes de los empleados, condicionando los resultados de los empleados, tales como productividad, satisfacción laboral, rotación voluntaria, etc., y, con ellos, los resultados de la organización.

En este vínculo causal entre la gestión del talento humano y los resultados de la organización, las prácticas de gestión humana juegan un papel protagonista debido a que permiten la adquisición, la retención y/o el desarrollo de los empleados con mayor potencial para contribuir al desempeño organizacional. No obstante, aunque reconocemos la importancia estratégica de estas tres funciones; adquisición, retención y desarrollo, su estudio conjunto es tan amplio que resulta difícilmente abarcable en un solo trabajo; por ello, esta monografía se ha decidido centrar fundamentalmente en el ámbito de la retención de empleados y su relación con: la gestión del talento humano y la felicidad o bienestar laboral.

Términos claves: Gestión de talento humano, productividad, satisfacción laboral, rotación voluntaria, retención, desempeño

ABSTRAC

In this paper we want to explain the importance of the potential of human talent management to retain strategic human capital of the organization as a way to positively influence their ability, contributing, thus, to improve their organizational performance and competitiveness.

In this sense, the strategic management of human resource management proposes the existence of a series of intermediate steps or processes that influence the behaviors and attitudes of employees, determining employee outcomes such as productivity, job satisfaction, voluntary turnover, etc. ., and with them, the results of the organization.

In this causal link between talent management and organizational performance, human management practices play a role because they allow the acquisition, retention and / or development of the employees with the greatest potential to contribute to the performance organizational. However, although we recognize the strategic importance of these three functions, acquisition, retention and development, their joint study is so broad that it hardly graspable in a single work, which is why this paper has chosen to focus primarily in the area of retention of employees and their relationship: human talent management and happiness or welfare.

Key terms: Talent management, productivity, job satisfaction, voluntary turnover, retention, performance

INDICE

1. ASPECTOS GENERALES	1
1.1. Introducción	1
2. JUSTIFICACIÓN	3
2.1. Justificación teórica	3
2.2. Justificación Practica	3
3. SITUACIONES PROBLEMATICAS	4
3.1. Problema científico	5
3.2. Hipótesis	5
3.3. Variables	5
3.4. Objeto de Estudio	5
3.5. Alcance de la Investigación	5
3.6. Operacionalización de las variables	6
4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	8
4.1. Objetivo General	8
4.2. Objetivos Específicos	8
5. DESARROLLO ESTRUCTURAL TEORICO DE LA TESIS	9
5.1. Referencias conceptuales	9
5.1.1. Fidelización	9
5.1.2. Marketing interno	9
5.1.3. La importancia de la Fidelización	9
5.1.4. Programas de Fidelización	10
5.1.5. Desempeño laboral	10
5.1.6. Qué se considera un buen desempeño laboral	10
5.2. Marco Teórico	11
5.2.1. Marketing Interno	11
5.2.2. Fidelización de los clientes internos o empleados	11
5.2.3. Cómo medir el éxito de un programa de fidelización	12
5.2.4. Fidelización y Motivación de los empleados	12
5.2.5. Desempeño Laboral	13
5.2.6. Características del desempeño laboral	13

5.3. Marco referencial	14
5.4. Estudios Previos del Objeto de Estudio	14
5.5. Diagnóstico del Problema	15
6. DISEÑO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACIÓN	18
6.1. Tipo de investigación	18
6.2. Enfoque de la investigación	19
6.3. Universo o población de estudio	19
6.4. Determinación del tamaño de la muestra	20
6.5. Selección de métodos y técnicas	20
6.5.1. Métodos	20
6.5.2. Técnicas de investigación	22
6.5.3. Instrumentos de levantamiento de información	24
7. RESULTADOS Y VALIDACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	26
7.1. Reflexiones sobre la validación de la investigación	44
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	46
8.1. Conclusiones	46
8.2. Recomendaciones	48
BIBLIOGRAFIA	49

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. Introducción

A nivel mundial, el talento humano representa aquel ingenio e innovación que imitamos con máquinas, pero que jamás podremos sustituir. Sin embargo, los diferentes problemas económicos y las dificultades propias del emprendimiento son los principales bloqueos al momento de gestionar. La recompensa no es sinónimo de mérito y a pesar de que un empleado puede cumplir con las expectativas planteadas, para conseguir una verdadera superación es necesario abordar el trabajo como un compromiso. (Abdon, P. 2010).

A nivel de latinoamerica, muchas empresas no cuidan la comunicación con sus empleados. Cuando esto ocurre, es cuestión de tiempo que se deteriore la realimentación entre la dirección y sus trabajadores y entre unidades o peor aún, que se haiga roturas en la buena sintonía entre los propios empleados. (Ureña, S. 2013)

Una buena comunicación, tanto interna como externa, es un elemento totalmente indispensable para que las instituciones alcance unos óptimos estándares de calidad y sea más productiva. El caso contrario, la falta de transmisión efectiva de información entre unidades y empleados, trae consigo no sólo que se cometan más errores, sino que estos se perpetúen y la resolución de los problemas no llegue nunca o lo haga a destiempo. (Ureña, S. 2013)

En nuestro país el fidelizar empleados por medio del beneficio económico es la forma de motivación más utilizada en la mayoría de las instituciones. Donde, se ofrece al empleado destacado una remuneración monetaria adicional por su esfuerzo.

Dicha estrategia es aplicada sobre todo para el área de ventas, ofreciendo a los comerciales porcentajes sobre las ventas generadas. De esta forma, consigue fidelizar empleados gracias a los beneficios que pueden obtener al destacarse dentro la compañía.

Por eso es de vital importancia que la organización o directivos gestionen la conservación o fidelización del personal que aporta valor dentro de la organización. Para ello, es imprescindible identificar los mejores empleados. Esto significa identificar quienes tienen mayores posibilidades de crecimiento en la empresa, aportando sus conocimientos proactivamente, tanto a los procesos como al resto del recurso humano. (www.equiposytalento.com, Septiembre 2012)

Para ello requerirás de un cuadro público de méritos donde cada talento pueda observar su desempeño.

Es un hecho que el recurso humano es mucho más que un instrumento y su administración debe considerar que es necesario hacer realidad aquel viejo adagio de que el recurso humano es el más importante capital de una empresa, el cual posee habilidades y características que le dan vida, movimiento y acción a toda organización, por lo cual de ahora en adelante se utilizará el término Talento Humano. El talento humano entonces, es el recurso más importante para el funcionamiento de cualquier organización. Si el elemento humano está dispuesto a proporcionar su esfuerzo, la organización marchará, de lo contrario se estancará.

Por lo tanto, esta tesis se ocupará de aquellos factores de la gestión del talento humano que deben tenerse en cuenta como motivantes para el cuidado y mantenimiento de ese talento como parte fundamental de la organización empresarial, de tal manera que se puedan identificar ¿Cuáles son las estrategias que se deben implementar en un modelo de gestión humana como mejores opciones que contribuya positivamente a la Retención de Personal y por ende al bienestar y felicidad laboral?, como lo establece el objetivo general, a través de definir un modelo de Gestión Humana que contribuya con la retención de los empleados en las organizaciones.

Se pretende así dar algunos lineamientos que aunque teóricos, han sido planteados por estudiosos sobre estos temas, que podrán servir de guía a las empresas al momento de tomar una decisión: en primer lugar se explicará sobre la Gestión del Talento Humano, su importancia en la organización y sus procesos; en segundo lugar habrá una explicación clara sobre la definición de retención y/o rotación de personal y sus consecuencias, luego se trabajó el tema de la felicidad

y bienestar en el trabajo y los aspectos que generan considerar que influyen en los procesos de gestión humana y por último, se relacionan los tres temas para explicar cómo cada uno de ellos de alguna manera pueden ayudar para enfrentar procesos de estabilidad en forma acertada.

2. JUSTIFICACIÓN

2.1. Justificación teórica

Esta investigación se realiza con el propósito de aportar al conocimiento existente sobre el uso de los lineamientos de fidelización de los empleados, como instrumento de evaluación del logro de competencias de indagación científica en la evaluación del desempeño, cuyos resultados podrán sistematizarse en un supuesto, para ser incorporado como conocimiento a las ciencias de la administración, ya que se estaría demostrando que el uso de los lineamientos de fidelización.

El papel de la Gestión del Talento Humano es fundamental ya que, a través de la misma, las empresas identifican, recopilan, clasifican, procesan y evalúan la información relativa a sus colaboradores, de modo que dichos conocimientos se pongan a disposición del conjunto de la organización, con la finalidad de mejorar los resultados y la competitividad de la empresa.

2.2. Justificación Práctica

Esta investigación se realiza porque existe la necesidad de mejorar el nivel de desempeño y de la competencia de los colaboradores mediante la indagación científica en los trabajadores administrativos de nuestra universidad, con el uso de los lineamientos de fidelización en el sistema del conocimiento administrativo específicamente en la gestión del talento humano.

El impacto social que tiene la presente investigación se da por el aporte que tiene hacia la empresa Financiera Confianza, también para otras organizaciones que deseen adaptar esta información a su realidad, y en la realización del investigador como un futuro profesional que imparte conocimientos adquiridos en el transcurso de su vida estudiantil.

3. SITUACIONES PROBLEMATICAS

El origen del problema nace en la misma cultura organizacional de la institución ya que el colaborador es el principal activo de la misma, son vitales para la supervivencia y éxito de la institución, por tanto, se les debe valorar mediante la formación especializada, con el reconocimiento de sus logros, a través de sistemas de motivación y recompensa, etc.

La causa fundamental del problema es que la universidad no permite construir una cultura de reconocimiento además que el trabajador administrativo haga suya la institución, comprometerse con ella y ser parte de un grupo de trabajo. Además, no se siente comprometido porque no se reconoce a un empleado por sus años en la institución, celebrar los objetivos de la organización, reconocer a la gente extraordinaria, reforzar actividades y aportaciones, afianzar conductas deseadas y demostradas, premiar un buen servicio o reconocer un trabajo bien hecho.

Y su efecto sería, muy visible en cuanto a los bajos niveles de resultados y productividad. Que son motivos suficientes que llevan a los empleados a dejar un puesto de trabajo. Las razones podrían ser simplemente un empleo más atractivo o un cambio en el estilo de vida, en estos casos está fuera de sus manos retener a los empleados. Sin embargo, muchas personas dejan sus puestos de trabajo porque no se sienten satisfechos con su situación actual.

Dentro del contexto en la Universidad Amazónica de Pando los empleados o clientes internos son una herramienta de marketing importantísima, porque se ocupan de las relaciones entre la universidad y la población en general o sus usuarios, y son el reflejo de los valores de nuestra institución en el exterior, ya que depende en gran medida el grado de fidelización de los trabajadores para con su comportamiento ante público usuario.

En definitiva, se considera un problema dado a que el mayor esfuerzo para promover y fidelizar empleados se basa en el fomento del talento a través de planes de desarrollo individual. Los colaboradores son depositarios de la mayor parte de los conocimientos que maneja la organización, lo que les convierte en un recurso sumamente valioso que, además, posee dos

cualidades claves: son difíciles de imitar y difíciles de sustituir; por ello, este trabajo se centra fundamentalmente en la fidelización del colaborador.

3.1. Problema científico

¿Cómo los lineamientos de fidelización del talento humano influenciarán en el desempeño laboral del personal administrativo de la Universidad Amazónica de Pando?

3.2. Hipótesis

Los lineamientos de fidelización del talento humano tienen una influencia positiva en el desempeño laboral del personal administrativo de la Universidad Amazónica de Pando.

3.3. Variables

Variable independiente: Lineamientos de fidelización del talento humano.

Variable dependiente: Desempeño laboral del personal administrativo

3.4. Objeto de Estudio

El objeto de estudio será los lineamientos de fidelización del talento humano y su influencia en el desempeño laboral del personal administrativo de la U.A.P., para lo cual se aplicará las técnicas de investigación y tendremos un resultado de la misma.

3.5. Alcance de la Investigación

Este componente explica los alcances del proyecto de investigación, especificando con claridad y precisión hasta donde se pretende llegar y profundizar en la investigación. El presente estudio experimentará de manera definida la fidelización del talento humano y su influencia en el desempeño laboral del personal administrativo de la Universidad Amazónica de Pando.

3.6. Operacionalización de las variables

Problema	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Items	Tipo de pregunta			
¿Cómo los lineamientos de fidelización del talento humano influenciarán en el desempeño laboral del personal administrativo de la Universidad Amazónica de Pando?	Los lineamientos de fidelización del talento humano tienen una influencia positiva en el desempeño laboral del personal administrativo de la Universidad Amazónica de Pando	Lineamientos de fidelización del talento humano	Identificación y compromiso con la UAP	Misión y Visión	Conocimiento de la Misión y Visión de la UAP.	Clasificación continua			
				Objetivos	Compromiso con los objetivos de la UAP	Clasificación continua			
				Identificación	Identificación con la UAP	Clasificación continua			
						Reclutamiento y selección	Reclutamiento y selección	Eficiencia y eficacia del proceso de reclutamiento y selección de personal.	Clasificación continua
					Capacitación		Capacitación	Capacitación previa a ocupar el puesto que ostenta.	Clasificación continua
							Frecuencia de las capacitaciones recibidas.	Clasificación continua	
							Percepción de la capacitación recibida.	Clasificación continua	

			Desempeño laboral del personal administrativo	Satisfacción	Se siente satisfecho con el trabajo que realiza	Escala de Likert
					Considera que la empresa le trata de forma justa	Escala de Likert
					El área de talento humano contribuye positivamente a su estado físico y emocional	Escala de Likert
					Lo que es más importante para el colaborador en la UAP	

				Relaciones personales	Percepción de la relación que mantiene con el personal del área de talento humano	Escala de Likert
					Percepción de la relación con su jefe directo o superior	Escala de Likert
					Percepción de relación con sus la compañeros de trabajo	Escala de Likert
				Motivación	Nivel de motivación para realizar su trabajo.	Clasificación continua
					Se siente parte de un equipo	Clasificación continua

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Objetivo General

Analizar los lineamientos de fidelización del talento humano y su influencia en el desempeño laboral del personal administrativo de la Universidad Amazónica de Pando

4.2. Objetivos Específicos

- Determinar el grado de identificación y compromiso de los colaboradores con la universidad.
- Analizar los indicadores de desempeño laboral en la universidad amazónica de pando
- Analizar los factores que influyen en la fidelización del colaborador de la universidad
- Determinar el nivel de fidelización del colaborador de la universidad.
- Proponer lineamientos de gestión del talento humano para fidelizar al colaborador de la universidad.

5. DESARROLLO ESTRUCTURAL TEORICO DE LA TESIS

5.1. Referencias conceptuales

5.1.1. Fidelización

Abdon, P. (2010) “Fidelizar es una acción dirigida a conseguir que los clientes mantengan relaciones comerciales estrechas y prolongadas con la firma a largo plazo”. Existen ciertos factores que permitirán crecer y perdurar ellos son: captar, retener y fidelizar. La fidelidad se expresa por los comportamientos de consumo y se explica por las actividades favorables de los clientes hacia la empresa. Es por esto que las empresas deben aprender a desarrollar una relación con el cliente equilibrada a lo largo de su ciclo de vida.

5.1.2. Marketing interno

Kotler,P. (2013). El Marketing de servicios se basa en la intangibilidad ya que el producto que se vende es una experiencia intangible. Posee un carácter indisociable ya que los empleados que atienden al cliente forman parte del producto. Es esta una de las razones por la cual es muy importante el Marketing interno, la empresa debe formar y motivar a los empleados de manera eficaz ya que son ellos los que tienen contacto directo con los clientes.

5.1.3. La importancia de la Fidelización

Kotler,P. (2013) remarca que mucho se ha escrito sobre fidelizar a los clientes externos y no a los clientes internos de la organización quienes son el recurso más preciado: los colaboradores. Así mismo también menciona que la vinculación de un cliente interno debería comenzar respondiendo a un proceso transparente de reclutamiento, que respete la búsqueda del colaborador que cumpla con los requisitos del perfil del puesto a cubrir.

5.1.4. Programas de Fidelización

Abdon, P. (2010). Para algunas empresas los programas de fidelización únicamente aportan ambición de venta y en el caso del cliente ambición en la compra, más sin embargo se ha visto a lo largo de los años que la tendencia se vuelve cada vez humanista en donde el capital humano se vuelve mucho más importante que las ventas de la empresa, con esto no se quiere decir que las ventas se deben dejar a un lado pero en si los programas de fidelización aumentan el cambio de actitud en los colaboradores.

5.1.5. Desempeño laboral

Chiavenato I. (2009). Es en el desempeño laboral donde el individuo manifiesta las competencias laborales alcanzadas en las que se integran, como un sistema, conocimientos, habilidades, experiencias, sentimientos, actitudes, motivaciones, características personales y valores que contribuyen a alcanzar los resultados que se esperan, en correspondencia con las exigencias técnicas, productivas y de servicios de la empresa.

5.1.6. Qué se considera un buen desempeño laboral

Chiavenato I. (2009). Aunque alguien que ingresa a la fuerza laboral sea inteligente, a menudo no es suficiente. Las organizaciones quieren empleados completos, cooperativos y confiables. Cada organización tiene un conjunto específico de conocimientos que todo empleado necesitará adquirir para tener éxito en su trabajo.

5.2. Marco Teórico

5.2.1. Marketing Interno

Según Kotler, P. (2013) menciona que el elemento básico de la calidad son las personas. Sin empleados satisfechos no es posible tener clientes satisfechos. Se considera que para vender un proyecto a los clientes, es necesario, en primer lugar, vender la idea a los empleados, esto es, lo que también se viene denominando como 'Marketing Interno'.

La autoestima del empleado crece cuando se ve integrado y como parte fundamental de la estrategia de la organización. Un exitoso programa de marketing interno forma a los empleados en sus comportamientos y actitudes y les ayuda a comprender sus responsabilidades y roles para representar activamente a la organización y generar valor.

Cambiamos nuestra manera de pensar y tratemos a nuestros empleados como si fueran clientes, un cliente interno que tiene deseos y necesidades que se deben conocer y satisfacer. El Marketing Interno nos ayuda en ello, pues el principio básico de esta nueva especialidad es simple: la empresa, además del cliente externo, tiene un nuevo tipo de cliente, el interno, el propio empleado al que hay que vender ideas, valores, culturas, políticas, proyectos, etc.

5.2.2. Fidelización de los clientes internos o empleados

Según Abdon, P. (2010) menciona que las empresas, en un mercado tan competitivo como el actual, no pueden permitirse el lujo de perder a los mejores empleados. Atraer y retener a los trabajadores más eficaces y rentables, supondrá una verdadera inversión de futuro. Las empresas que realmente tratan a los empleados como los activos más importantes que poseen, tienen una gran ventaja competitiva sobre las que no lo hacen.

Los empleados o clientes internos son una herramienta de marketing importantísima, porque se ocupan de las relaciones entre la empresa y sus clientes, y son el reflejo de los valores de la

empresa en el exterior, ya que de los trabajadores depende en gran medida el grado de fidelización de los clientes.

5.2.3. Cómo medir el éxito de un programa de fidelización

Abdon, P. (2010) dice que el éxito de un programa de fidelización debe ser medido al igual que cualquier otra herramienta de marketing. Por lo tanto, debemos definir claramente unos indicadores que midan con precisión su éxito.

Uno de los aspectos claves en la continuidad de los Programas de Fidelización, es conocer los resultados que se están consiguiendo con ellos. Los responsables del programa se encuentran bajo la presión constante de demostrar su éxito y garantizarse el futuro apoyo dentro de la empresa. Así, la planificación de un programa de fidelización deberá incluir diferentes indicadores de medición tanto cualitativos como cuantitativos para asegurar el seguimiento del mismo y corregir las posibles desviaciones.

5.2.4. Fidelización y Motivación de los empleados

Según Kotler, P. (2013) dice que en un entorno tan competitivo y globalizado en que nos desenvolvemos hoy, el capital humano dentro de las organizaciones puede representar una ventaja competitiva. Por eso es de vital importancia que la organización o directivos gestionen la conservación o Fidelización del personal que aporta valor dentro de la Organización. Para ello, es imprescindible identificar los mejores empleados. Esto significa identificar quienes tienen mayores posibilidades de crecimiento en la empresa, aportando sus conocimientos proactivamente, tanto a los procesos como al resto del recurso humano.

El salario no es hoy un agente motivador, si el empleado es bueno, puede conseguir otro empleo que le proporcione mayores beneficios. En cambio puede ser un agente desmotivador, es decir alguien que se le proporcione un aumento salarial podría llegar a enterarse que alguien con igual o menores responsabilidades ganas más dinero que él, puede desmotivarse. Debido a esto es

importante e imprescindible utilizar motivaciones emocionales para gestionar el compromiso y fidelización del empleado.

5.2.5. Desempeño Laboral

Chiavenato I. (2009), expone que el desempeño es “eficacia del personal que trabaja dentro de las organizaciones, la cual es necesaria para la organización, funcionando el individuo con una gran labor y satisfacción laboral”. En tal sentido, el desempeño de las personas es la combinación de su comportamiento con sus resultados, por la cual se deberá modificar primero lo que se haga a fin de poder medir y observar la acción. El desempeño define el rendimiento laboral, es decir, la capacidad de una persona para producir, hacer, elaborar, acabar y generar trabajo en menos tiempo, con menos esfuerzo y mejor calidad, estando dirigido a la evaluación la cual dará como resultado su desenvolvimiento.

5.2.6. Características del desempeño laboral

Según Chiavenato I. (2009) dice que las características del desempeño laboral corresponden a los conocimientos, habilidades y capacidades que se espera que una persona aplique y demuestre al desarrollar su trabajo:

- Adaptabilidad, se refiere a la capacidad de expresar sus ideas de manera efectiva ya sea en grupo o individualmente. La capacidad de adecuar el lenguaje o terminología a las necesidades de (los) receptor (es). Al buen empleo de la gramática, organización y estructura en comunicaciones.
- Iniciativa, se refiere a la intención de influir activamente sobre los acontecimientos para alcanzar objetivos.

5.3. Marco referencial

El fidelizar empleados por medio del sentido de pertenencia es una de las herramientas más utilizadas y también, más difíciles de mantener. Un ambiente de trabajo estable, una relación laboral saludable y constante estudio y revisión forman parte del proceso de fidelización.

Al conseguir que los mejores talentos sean capacitadores del resto de tu equipo, lograrás fidelizar empleados a través del sentido de pertenencia (gracias al aprendizaje recibido). Es una estrategia muy popular entre los jóvenes de la actualidad, pero necesitarás que tus empleados de mayor costo (quienes servirán de guía) inviertan grandes cantidades de tiempo en corregir y enseñar a sus colegas.

5.4. Estudios Previos del Objeto de Estudio

Gramajo R., elaboró una investigación cualitativa descriptiva la cual tuvo como objetivo el desarrollo de un plan de fidelización para deportistas del programa escolar triatlón con el fin de disminuir el que los deportistas rotaran y no se quedaran en el programa después de un tiempo para que perseveraran hasta llegar a ser atletas de alto nivel, en la investigación el instrumento se compuso por una guía de 15 preguntas abiertas para conocer la percepción de los sujetos se apoyó en 2 expertos en el tema de fidelización.

En el estudio realizado por Cruz E., utilizó el método descriptivo que tuvo como fin buscar los elementos del servicio que inciden en la fidelización del cliente en las estaciones de servicio de combustible en la ciudad de Guatemala, para efectos de la investigación se utilizaron clientes de las estaciones de servicio, gerente de la estación de servicio y los colaboradores; cada una de las estaciones brindó manuales, informes de capacitaciones y reportes internos de recursos humanos para recopilar la información, la autora aplicó de forma personal cada uno los instrumentos, con base en los resultados se pudieron dar cuenta que la mayoría de clientes optan por pasar a la estación a realizar diferentes servicios.

Por otro lado, la tesis de Revolorio I., que realizó una investigación de tipo cualitativo la cual tuvo como objetivo describir el tipo de comunicación y el comportamiento organizacional del personal del departamento financiero de la dirección general administrativa de energía y minas, para recolectar información la autora recurrió a fichas bibliográficas, documentos, textos, revistas y la encuesta. Los instrumentos utilizados fueron la observación participativa, entrevista y el análisis de los documentos.

5.5. Diagnóstico del Problema

En la Universidad Amazónica de Pando, para conseguir atraer talentos y fidelizar empleados en esta posición de empleador, ya que se hizo indagaciones antes de iniciar la investigación por el cual debemos optar por un método de retención a través del conocimiento. La universidad siempre tratara de ofrecer como mayor recompensa, la sabiduría que podrán obtener, además de estudios, talleres y clases disponibles para sus empleados.

Dentro de todo este panorama hay un personaje que juega un rol esencial, es el inmediato superior. La relación y comunicación con el director administrativo financiero directo es especialmente importante, ya que de ellas dependen sus aportes, ideas y promociones a la hora de avanzar dentro de la institución. Fomentar la participación de los empleados debe ser una prioridad para quien se hace cargo.

Las universidades deben incrementar los esfuerzos para retener a sus empleados y para que sean productivos y se realicen. Aunque los beneficios en forma de dinero, como altos salarios, bonus, planes de pensiones, etc. son importantes, los empleados también valoran cada vez más los beneficios no monetarios.

Las recompensas no monetarias hacen la vida del empleado mejor y más cómoda, de este modo se logra una mayor lealtad. La universidad debe ser creativa en la forma de encontrar motivaciones de este tipo, cuyo objetivo sea la retención del empleado.

Diferentes acciones que la universidad puede realizar para incrementar la fidelidad pueden ser:

Desarrollar, fomentar y premiar la formación de los empleados, reuniones y contactos periódicos en los que se potencie la autoestima y pertenencia a la empresa, el reconocimiento público y privado de sus logros, cuidar los pequeños detalles, agradecimiento de los esfuerzos extra, flexibilidad en los horarios, proveer de oportunidades para la mejora profesional, mejorar las prestaciones sociales, ayuda comprensiva en los problemas personales, agradecimientos puntuales por escrito, promoción por rendimiento, incluir a los trabajadores en las decisiones y en la información, dotar a la empresa de instalaciones deportivas, comedores, servicios médicos, de guardería, etc., facilitar ordenador o teléfono móvil para uso personal, valorar las opiniones expresadas por los trabajadores, crear un buen ambiente de trabajo entre compañeros, difundir acciones de comunicación interna por todo tipo de canales y medios (revista, foro, boletines, Intranet,...), sorprender con viajes personales o en grupo, la creación de un Programa de Incentivos que premie sus logros y objetivos tanto individuales como en equipo, etc...

Actualmente, ya no se trata de premiar sólo al empleado de forma individual, hoy en día se fomenta el trabajo en equipo y es una práctica cada vez más extendida por los beneficios que produce, tanto en la organización como en los propios empleados.

A la recompensa individual se une la de todo el equipo, así, el trabajador tiene una mayor predisposición a trabajar en grupo. Esto no quiere decir, que se deje de premiar e incentivar al empleado de manera individual, ya que cada persona es única y tiene sus propias necesidades, sino que se deben integrar los reconocimientos dentro del equipo que forma, para incentivar la colaboración entre los empleados como grupo y predisponer el trabajo en equipo.

Las universidades deben motivar y estimular constantemente y de manera creativa a los empleados para así cuidar y aumentar día a día su fidelidad. Y lo debe hacer, atendiendo a las diferentes necesidades de cada empleado, para suministrarle el beneficio adecuado a través de una verdadera creación de valor. El reto consiste en la creación de experiencias innovadoras para la fidelización y retención de los empleados.

La flexibilidad en el trabajo

Entre las acciones que la empresa puede realizar para fidelizar a sus trabajadores, hay que prestar especial atención a la flexibilidad laboral. Hay que lograr un equilibrio entre la vida personal y laboral, porque todos los empleados tienen sus propias necesidades. Conseguir este equilibrio, significaba antes una compatibilidad entre ambas, pero sin mezclarse. Sin embargo, actualmente este equilibrio se ha traducido en una conciliación, es decir, al trabajador tal vez le interese en ciertas ocasiones, canjear horas de la jornada laboral por horas en el tiempo libre. De este modo la empresa deberá buscar un equilibrio entre la flexibilidad que esperan los empleados y la que ella puede permitir para seguir ofreciendo un buen servicio a sus clientes.

Son noticias iniciativas como en la que el empleado pueda realizar todo tipo de gestiones personales desde su puesto de trabajo como enviar flores, gestionar una multa o buscar una canguro vía Internet, ya que está demostrado que cuando un trabajador tiene asuntos personales pendientes, disminuye su ritmo de trabajo y por consiguiente su productividad.

En la actualidad, un trabajo se considera algo más que un lugar donde ganar dinero y más que una serie de tareas a realizar. El sueldo ya no es lo más importante, la presión y el reconocimiento del trabajo son los factores clave en la satisfacción del empleado. Mientras que un sueldo puede ser mejorado por la competencia, los otros factores son los que la diferencian de las demás y las que consiguen que los empleados sean leales a la misma.

Los empleados buscan cada vez más una flexibilidad entre la vida laboral y la personal, y las empresas que sepan ofrecer este valor, tendrán mayor capacidad para retener a sus empleados.

En conclusión, la gente no es realmente fiel a la empresa, la gente es fiel a lo que la empresa representa para ellos y a los valores que ésta sea capaz de ofrecerles.

6. DISEÑO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se describe las herramientas a utilizar para la recaudación de la información, se analiza los métodos para describir y evidenciar la información recolectada, además de plantear los datos históricos a utilizar y la forma de recaudarlos.

6.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación del presente estudio es de carácter descriptivo, ya que buscará especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

Desde el punto de vista científico, describir es medir; en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir en este caso los factores de fidelidad del personal y su influencia en el desempeño laboral del personal administrativo.

“Los estudios descriptivos únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan las variables medidas” (Hernández Sampieri et al., 2006, p.102). Esto quiere decir que el alcance descriptivo solo recolecta información de distintos autores para poder describir lo que se investiga al respecto. Se utilizó el alcance descriptivo para ir describiendo cuales son las situaciones que están afectando a la institución a través de la fidelidad de personal lo que a su vez conlleva la baja en la productividad en el desempeño laboral.

De acuerdo con Hernández Sampieri et al., (2006) el alcance descriptivo agrega un valor importante por qué: Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación. En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, que se medirá (que

conceptos, variables, componentes, etc.) y sobre que o quienes se recolectarán los datos (personas, grupos, comunidades, objetos, animales, hechos, etc.) (p.103).

6.2. Enfoque de la investigación

El enfoque metodológico de dicha investigación será de tipo cuantitativa ya que recoge información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significado, así mismo también permite obtener información a través de entrevistas y documentación para analizar y fundamentar la investigación.

Según Hernández Sampieri, Fernández-Collado y Baptista (2006) mencionaron que: Las investigaciones se originan por ideas, sin importar que tipo de paradigma fundamente nuestro estudio ni el enfoque que habremos de seguir. Para iniciar una investigación siempre se necesita una idea; todavía no se conoce el sustituto de una buena idea. Las ideas constituyen el primer acercamiento a la realidad objetiva que habrá de investigarse (desde la perspectiva cuantitativa).

6.3. Universo o población de estudio

Según Hernández Sampieri et al., (2006) mencionaron que la población en una investigación es la persona u objeto de análisis del cual se piensa conocer, es por ello que se realiza la investigación, en este caso para el presente estudio se está considerando una población específica para el presente estudio, es por ello por lo que se plantea que la población para el presente estudio sea tomada como la muestra objeto de investigación, según Hernández Sampieri et al., (2006) Mencionaron que se determina como “censo” a una población pequeña la cual debió a su diminuta cantidad se toma como muestra específica para el procesamiento de datos, por otro lado, se utilizara como referencia una data de 6 meses en los cuales se evaluara mes a mes la incidencia que tiene la fidelidad de personal sobre el desempeño laboral de la institución, por lo tanto nuestra población estará conformada por la población total, comprendida por los 102 colaboradores del área administrativa de la Universidad Amazónica de Pando.

6.4. Determinación del tamaño de la muestra

Determinar el tamaño de la muestra es finita ya que se va a seleccionar es un paso importante en cualquier estudio de investigación de mercados, se debe justificar convenientemente de acuerdo al planteamiento del problema, la población, los objetivos y el propósito de la investigación.

El tamaño muestral dependerá de decisiones estadísticas y no estadísticas, pueden incluir por ejemplo la disponibilidad de los recursos, el presupuesto o el equipo que estará en campo. El muestreo es una herramienta para determinar qué parte de una población debemos analizar cuando no es posible realizar un censo. Depende de los objetivos del estudio el elegir una muestra probabilística o no probabilística.

La muestra estará conformada por la población total, entonces será finita ya que se conoce el número de personas a ser cuestionadas, por lo cual nuestra muestra está comprendida por los 102 colaboradores del área administrativa de la UAP, los cuales ayudarán para la obtención de resultados óptimos en el estudio y procesamiento de los datos.

6.5. Selección de métodos y técnicas

6.5.1. Métodos

Método deductivo

El método deductivo es una estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios. En este sentido, es un proceso de pensamiento que va de lo general (leyes o principios) a lo particular (fenómenos o hechos concretos). Según el método deductivo, la conclusión se halla dentro de las propias premisas referidas o, dicho de otro modo, la conclusión es consecuencia de estas.

El cual permitirá usar métodos y técnicas de investigación científica, es decir utilizar procedimiento racional que va de lo general a lo particular. Posee la característica de que las conclusiones de la deducción son verdaderas y específicas, si las premisas de las que se originan también. Por lo tanto, todo pensamiento deductivo conduce de lo general a lo particular. Este método servirá para analizar toda la información recabada acerca de la temática afrontada en la Universidad Amazónica de Pando y poder sistematizar los resultados obtenidos después de analizarlos.

Método Analítico

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

Por medio de este método de análisis, nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. Se separará los elementos constitutivos como es la fidelización de personal y el desempeño laboral, para luego determinar su importancia, la relación entre ellos y que efectos producen.

Analizar significa desintegrar, descomponer un todo en sus partes para estudiar en forma intensiva cada uno de sus elementos, así como las relaciones entre si y con el todo. La importancia del análisis reside en que para comprender la esencia de un todo hay que conocer la naturaleza de sus partes. El todo puede ser de diferente índole.

6.5.2. Técnicas de investigación

Las técnicas cualitativas aportan un valor añadido a una tesis, pues suelen explorar aspectos a los que no acceden herramientas cuantitativas. Con este aporte, el análisis y la investigación adquieren una mayor complejidad.

Observación directa

La técnica de observación directa es un método de recolección de datos que consiste básicamente en observar el objeto de estudio dentro de una situación particular. Todo esto se hace sin necesidad de intervenir o alterar el ambiente en el que se desenvuelve el objeto. De lo contrario, los datos que se obtengan no van a ser válidos. Es una técnica esencial para la buena gestión institucional donde se registran los comportamientos, actitudes, interacciones y acontecimientos con el objetivo de analizarlos.

La observación directa fue aplicada principalmente en las unidades que existió mayor índice de rotación y se la realizó por la participación activa dentro de la institución que permitió determinar algunos factores que han propiciado la fidelización de personal dentro de la Universidad Amazónica de Pando.

Se recomienda recurrir a la observación directa cuando lo que se quiere es evaluar el comportamiento por un periodo de tiempo continuo. Cuando se hace la observación directa, podemos proceder de dos formas, de manera en cubierta, cuando el objeto no sabe que se está observando o de manera manifiesta cuando el objeto es consciente de que está siendo observado.

Entrevista

Una entrevista es un diálogo entablado entre dos o más personas: el entrevistador interroga y el que contesta es el. La palabra entrevista deriva del latín que significa "Los que van entre sí". Se trata de una técnica empleada para diversos motivos, investigación, medicina y selección de

personal. Una entrevista no es casual sino es un diálogo interesado con un acuerdo previo e intereses y expectativas por ambas partes (por lo cual son diálogos entre 2 o más personas).

La entrevista también puede significar mucho para otras personas, ya que les pueden servir para conocer a figuras de cierta relevancia o prestigio social. Es una técnica que permite obtener respuestas verbales sobre el problema a investigar. Implica una comunicación directa entre el investigador y el sujeto de la investigación. Puede ser estructurada y semi-estructurada.

Se realizó la entrevista al director administrativo y financiero como también a los jefes de unidad del área administrativa de la Universidad Amazónica de Pando, ya que se realizó las mismas preguntas para todos los entrevistados y se formularan siguiendo un orden específico, el cual dio como resultado la verdadera incidencia de la fidelidad del personal sobre el desempeño laboral de los colaboradores de nuestra universidad.

La entrevista es la más pública de las conversaciones privadas. Funciona con todas las reglas del diálogo privado, pero está construida para el ámbito público. El sujeto entrevistado sabe que se expone a la opinión de la gente. Por otra parte, no es un diálogo libre con dos sujetos. Es una conversación radial, o sea centrada en uno de los interlocutores, y en la que uno tiene el derecho de preguntar y el otro de ser escuchado.

Encuesta

La encuesta comprende una herramienta de investigación que consiste en una serie de preguntas y otras indicaciones con el propósito de obtener información de los consultados. Aunque a menudo están diseñados para poder realizar un análisis estadístico de las respuestas, no es siempre así. La encuesta es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información.

El cuestionario se aplicó en su totalidad al personal administrativo de la Universidad Amazónica de Pando que comprendió de 102 colaboradores, con preguntas cerradas para poder tener resultado de tipo analítico dentro de nuestra investigación.

6.5.3. Instrumentos de levantamiento de información

Proceso mediante el cual el analista recopila datos e información de la situación actual de un sistema, con el propósito de identificar problemas y oportunidades de mejora.

Tabla de observación directa

Semejante a una lista de cotejo, la tabla de levantamiento de datos mediante la observación participante tiene relevancia ya que se observa a las personas su comportamiento diario, el medio ambiente de trabajo, el clima laboral y las relaciones inter personales dentro de la institución.

Guía de entrevistas

La forma más fácil de entender a una persona es hablando con ella. Las guías de entrevistas son una forma de conectarse con las personas que hacen parte de una investigación; una oportunidad para escucharlos y describir sus experiencias en sus propias palabras. Las preguntas que se realizan son abiertas. El informante puede expresar sus opiniones, matizar sus respuestas, e incluso desviarse del guion inicial pensado por el investigador cuando se atisban temas emergentes que es preciso explorar.

Durante el transcurso de la misma el investigador puede relacionar unas respuestas del informante sobre una categoría con otras que van fluyendo en la entrevista y construir nuevas preguntas enlazando temas y respuestas.

Cuestionario

El cuestionario instrumento de recolección de datos que plantea una serie de preguntas para extraer determinada información de un grupo de personas.

Permitirá recopilar datos con el cual se presentan preguntas que al ser contestadas nos proporcionan información pertinente para nuestra investigación y a su vez suele explorar aspectos del objeto de análisis que van más allá de las cifras y los números, este será aplicado a los funcionarios del área administrativa de la Universidad Amazónica de Pando, constará de preguntas cerradas y abiertas, que al ser contestadas nos proporcionarían información pertinente para nuestra investigación.

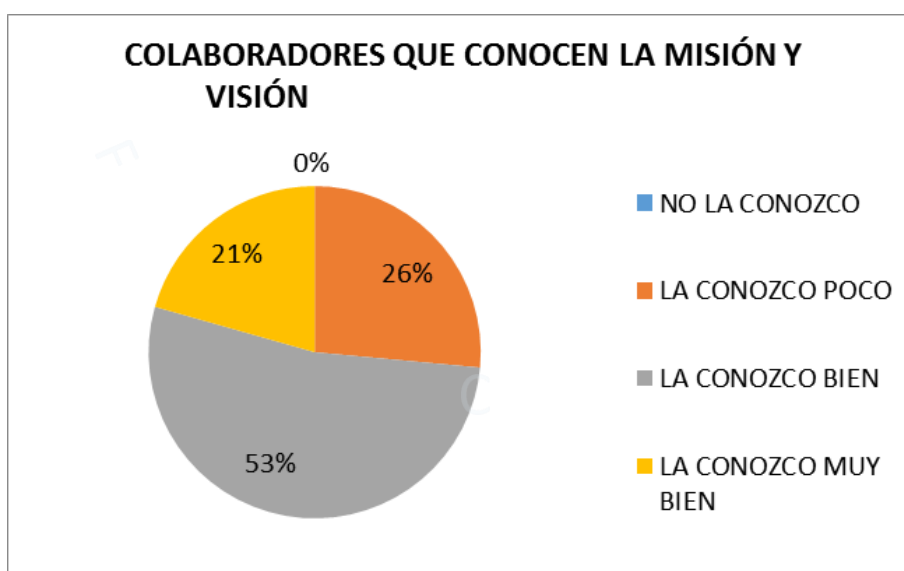
7. RESULTADOS Y VALIDACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

En el transcurso de este capítulo se realizó el análisis cualitativo partiendo de los resultados obtenidos de los diferentes medios de recolección de datos utilizados (observación directa, cuestionario y entrevista semiestructurada) y la referencia bibliográfica expuesta. Así mismo, el análisis se dividió en 4 categorías teniendo en cuenta las problemáticas planteadas en el trabajo.

Tabla 1

COLABORADORES QUE CONOCEN LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA UNIVERIDAD		
CALIFICACIÓN	N°	%
NO LA CONOZCO	0	0.00%
LA CONOZCO POCO	27	26.47%
LA CONOZCO BIEN	54	52.94%
LA CONOZCO MUY BIEN	21	20.59%
TOTAL	102	100%

Grafico 1

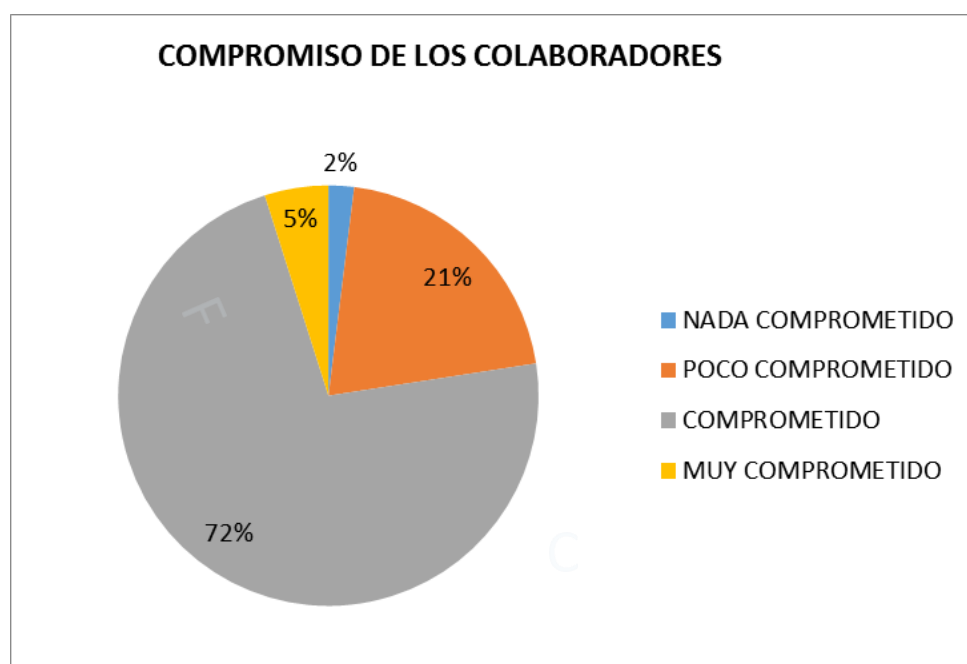


Como podemos apreciar en la gráfica del total de colaboradores encuestados el 53% conoce bien la misión y visión de la Universidad, por otro lado, un 21% la conoce muy bien y el 26% la conoce poco.

Tabla 2

COMPROMISO DE LOS COLABORADORES ADMINISTRATIVOS DE LA UAP		
CALIFICACIÓN	N°	%
NADA COMPROMETIDO	2	1.96%
POCO COMPROMETIDO	21	20.59%
COMPROMETIDO	74	72.55%
MUY COMPROMETIDO	5	4.90%
TOTAL	102	100%

Grafico 2

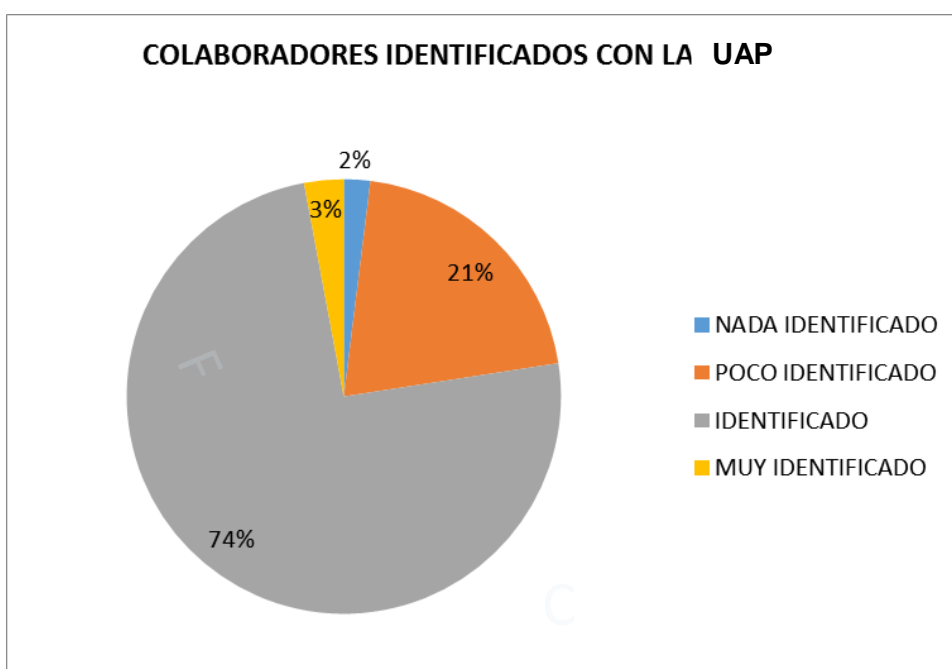


Según la gráfica del total de colaboradores encuestados un porcentaje significativo que representa al 78 % está comprometido con la universidad mientras que un porcentaje mejor que representa el 21 % está poco comprometido y un 2% está nada comprometido con la UAP

Tabla 3

COLABORADORES IDENTIFICADOS CON LA UAP		
CALIFICACIÓN	N°	%
NADA IDENTIFICADO	2	1.96%
POCO IDENTIFICADO	21	20.59%
IDENTIFICADO	76	74.51%
MUY IDENTIFICADO	3	2.94%
TOTAL	102	100%

Grafico 3

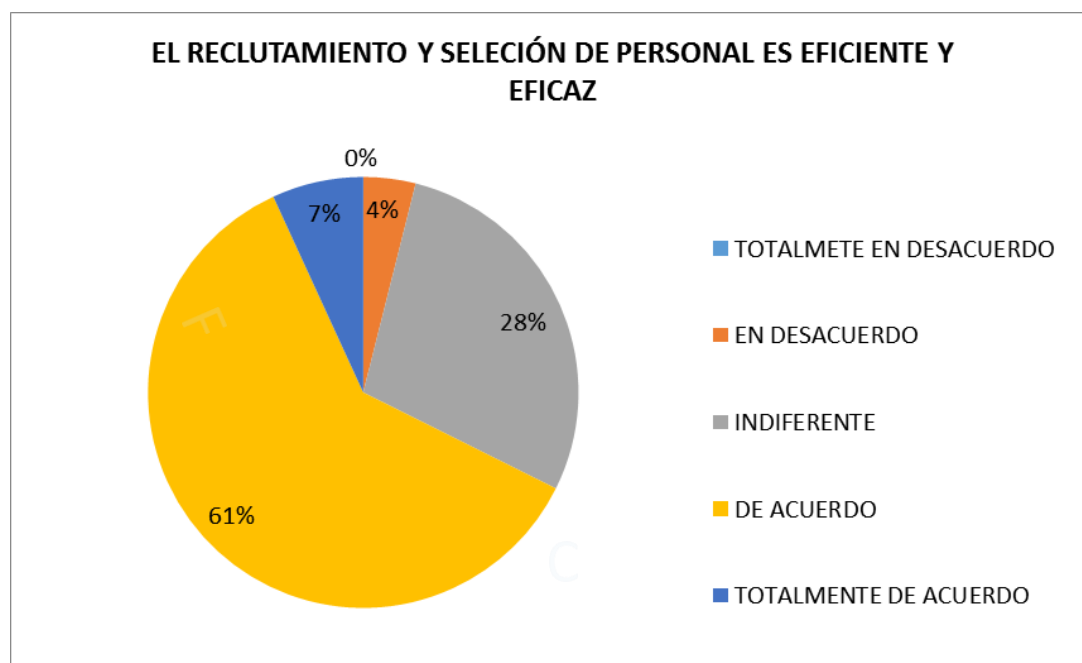


Según la gráfica del total de colaboradores encuestados un porcentaje significativo que representa al 77% están Identificados con la universidad (74% identificados, 3% muy identificados), mientras que un porcentaje menor que representa el 21% está poco identificado y un 2% está nada identificado con la UAP.

Tabla 4

EL RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL ES EFICIENTE Y EFICAZ		
CALIFICACIÓN	N°	%
TOTALMETE EN DESACUERDO	0	0
EN DESACUERDO	4	3.92%
INDIFERENTE	29	28.43%
DE ACUERDO	62	60.78%
TOTALMENTE DE ACUERDO	7	6.86%
TOTAL	102	100%

Grafico 4

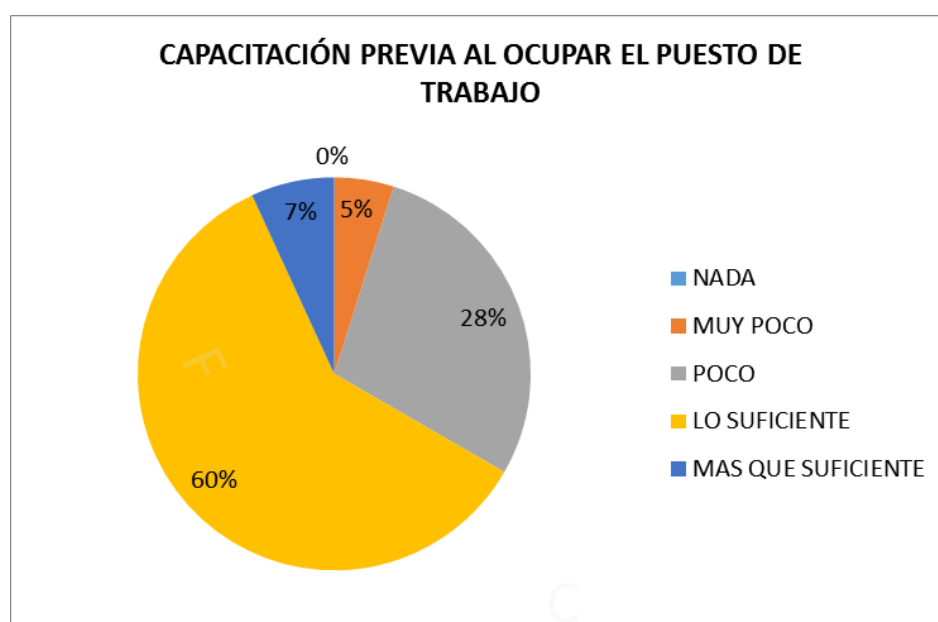


Como se aprecia en la gráfica del total de colaboradores encuestados un porcentaje significativo que representa el 68% está de acuerdo con la eficiencia y eficacia del proceso de reclutamiento y selección de personal con el que cuenta la universidad (61 de acuerdo, 7% totalmente de acuerdo), mientras que a un 28% le es indiferente y tan solo a un 4% está en desacuerdo.

Tabla 5

CAPACITACIÓN PREVIA AL OCUPAR EL PUESTO DE TRABAJO		
CALIFICACIÓN	N°	%
NADA	0	0.00%
MUY POCO	5	4.90%
POCO	29	28.43%
LO SUFICIENTE	61	59.80%
MAS QUE SUFICIENTE	7	6.86%
TOTAL	102	100%

Grafico 5

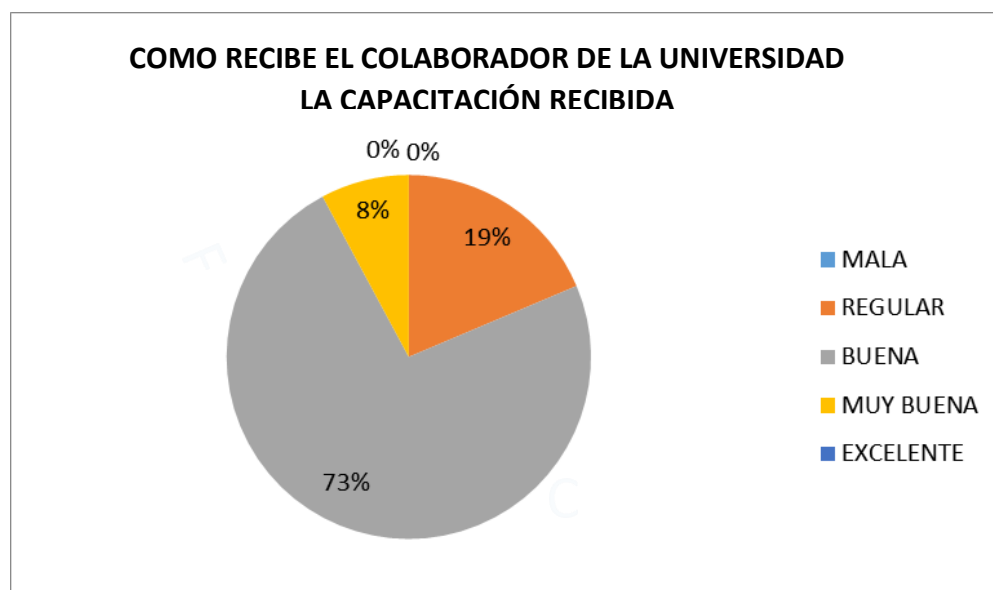


Como se aprecia en la gráfica el 67% de colaboradores encuestados fue suficientemente capacitado previo a ocupar su puesto de trabajo (60% lo suficiente, 7% más que suficiente), además un porcentaje un poco menor que representa el 28% fue poco capacitado y el 5% fue muy poco capacitado previo a ocupar su puesto de trabajo.

Tabla 6

COMO RECIBE EL COLABORADOR DE LA UNIVERSIDAD LA CAPACITACIÓN RECIBIDA		
CALIFICACIÓN	N°	%
MALA	0	0.00%
REGULAR	19	18.63%
BUENA	75	73.53%
MUY BUENA	8	7.84%
EXCELENTE	0	0.00%
TOTAL	102	100%

Grafico 6

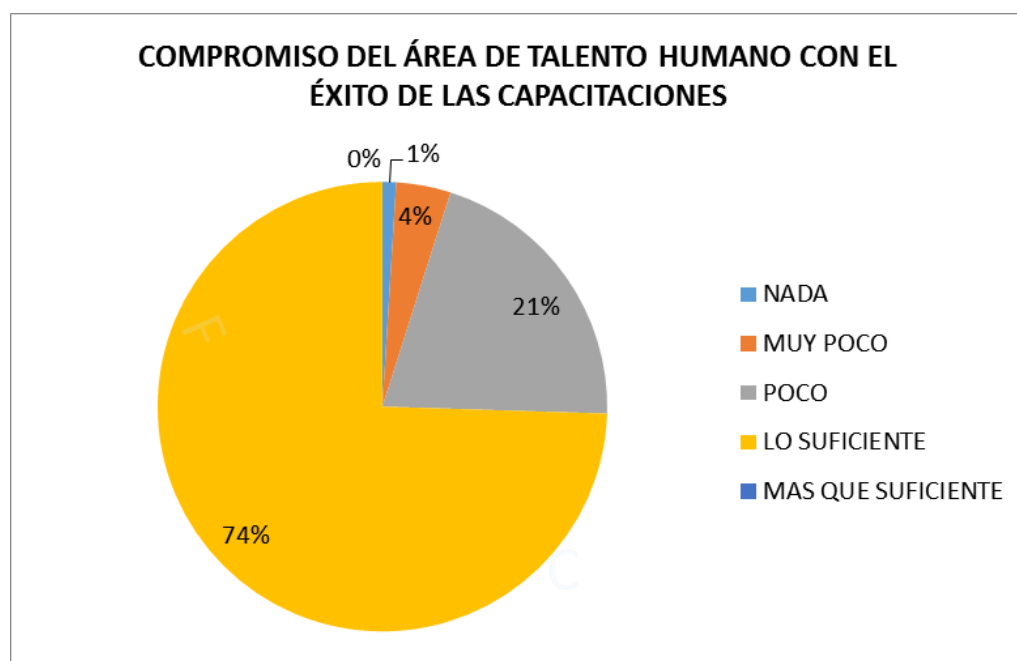


Según se aprecia en el gráfico un porcentaje significativo de colaboradores que representa el 81% consideran las capacitaciones dadas por la universidad como buenas (73% buena, 8% muy buenas) y un porcentaje menor que representa el 19% considera que las capacitaciones son regulares.

Tabla 7

COMPROMISO DEL ÁREA DE TALENTO HUMANO CON EL ÉXITO DE LAS CAPACITACIONES		
CALIFICACIÓN	N°	%
NADA	1	0.98%
MUY POCO	4	3.92%
POCO	21	20.59%
LO SUFICIENTE	76	74.51%
MAS QUE SUFICIENTE	0	0.00%
TOTAL	102	100%

Grafico 7

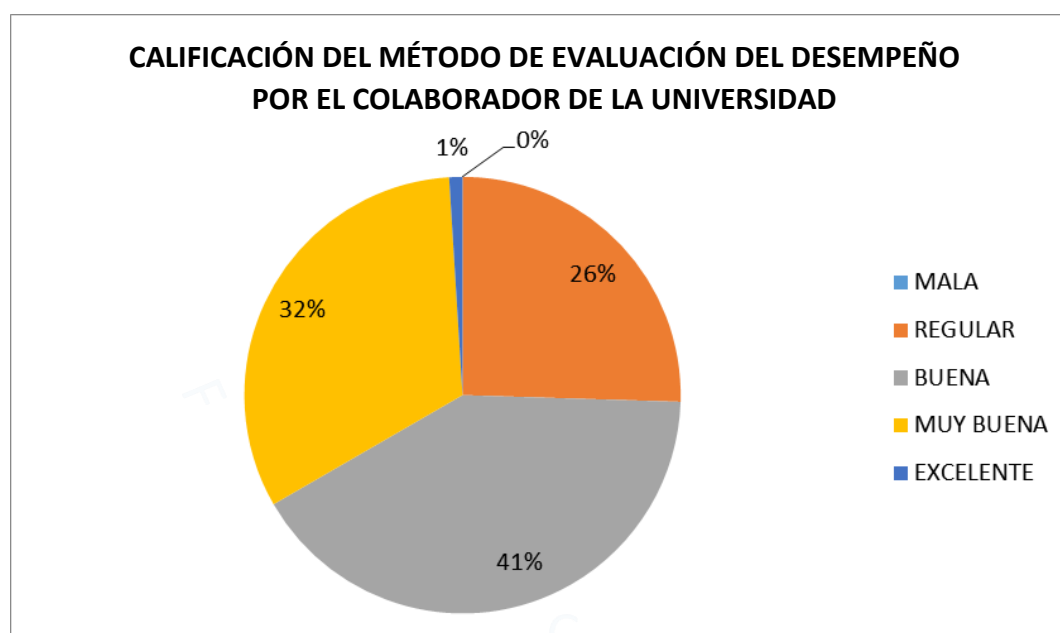


La presente gráfica nos muestra que del total de colaboradores encuestados un 74% considera que el área de Talento Humano está comprometida lo suficiente con las capacitaciones, mientras que un 21% está poco comprometido y un 4% considera que esta muy poco comprometido con las capacitaciones dadas.

Tabla 8

CALIFICACIÓN DEL MÉTODO DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO POR EL COLABORADOR DE LA UNIVERSIDAD		
CALIFICACIÓN	N°	%
MALA	0	0.00%
REGULAR	26	25.49%
BUENA	42	41.18%
MUY BUENA	33	32.35%
EXCELENTE	1	0.98%
TOTAL	102	100%

Gráfico 8

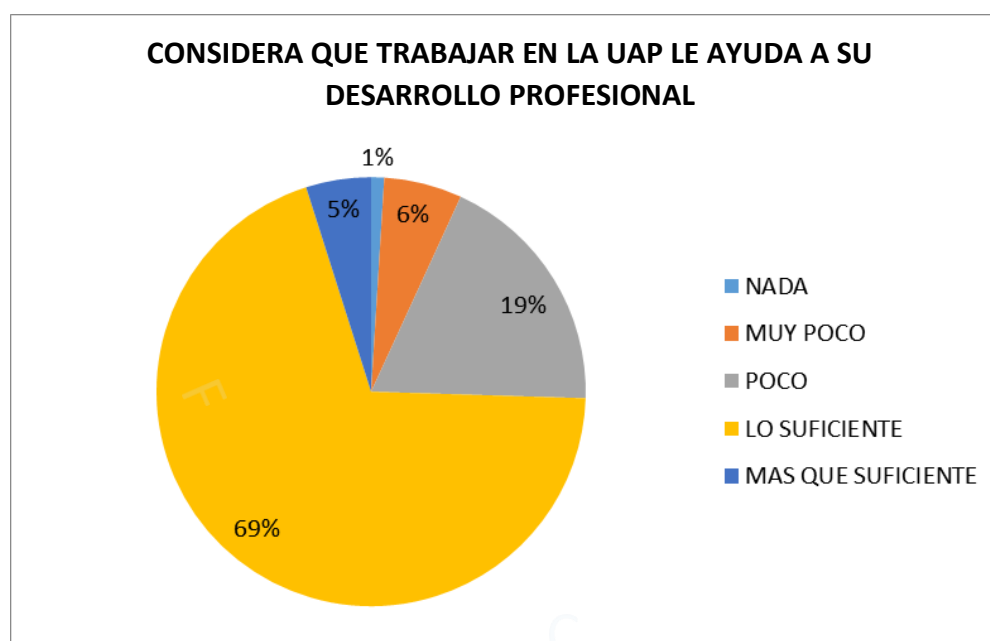


Como se aprecia en el gráfico del total de colaboradores encuestados un porcentaje significativo que representa el 73% considera que el método de evaluación del desempeño que presenta la universidad es bueno (41% buena, 32% muy buena), además un 26% considera que es regular y tan solo un 1% considera que es excelente.

Tabla 9

CONSIDERA QUE TRABAJAR EN LA UAP LE AYUDA A SU DESARROLLO PROFESIONAL		
CALIFICACIÓN	N°	%
NADA	1	0.98%
MUY POCO	6	5.88%
POCO	19	18.63%
LO SUFICIENTE	71	69.61%
MAS QUE SUFICIENTE	5	4.90%
TOTAL	102	100%

Grafico 9

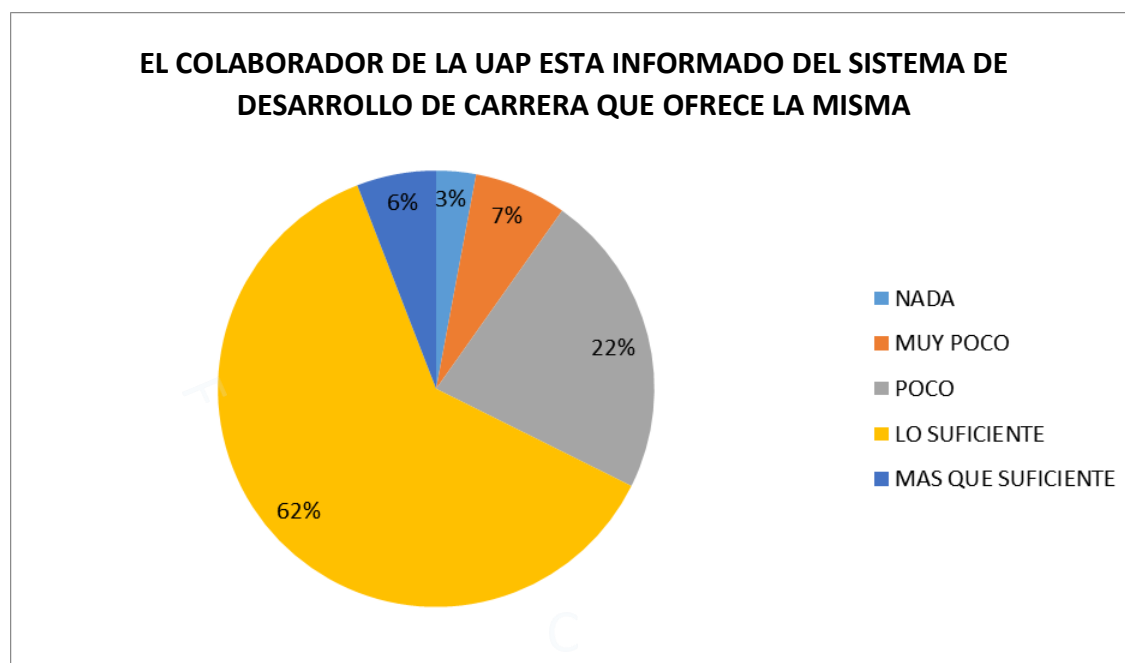


Según la gráfica del total de colaboradores encuestados el 74% considera que trabajar en la UAP le ayuda lo suficiente a su desarrollo profesional (69% lo suficiente, 5% más que suficiente), un 19 % considera que la ayuda es poco y un 6% considera que es muy poco.

Tabla 10

EL COLABORADOR DE LA UAP ESTA INFORMADO DEL SISTEMA DE DESARROLLO DE CARRERA QUE OFRECE LA MISMA		
CALIFICACION	N°	%
NADA	3	2.94%
MUY POCO	7	6.86%
POCO	23	22.55%
LO SUFICIENTE	63	61.76%
MAS QUE SUFICIENTE	6	5.88%
TOTAL	102	100%

Grafico 10

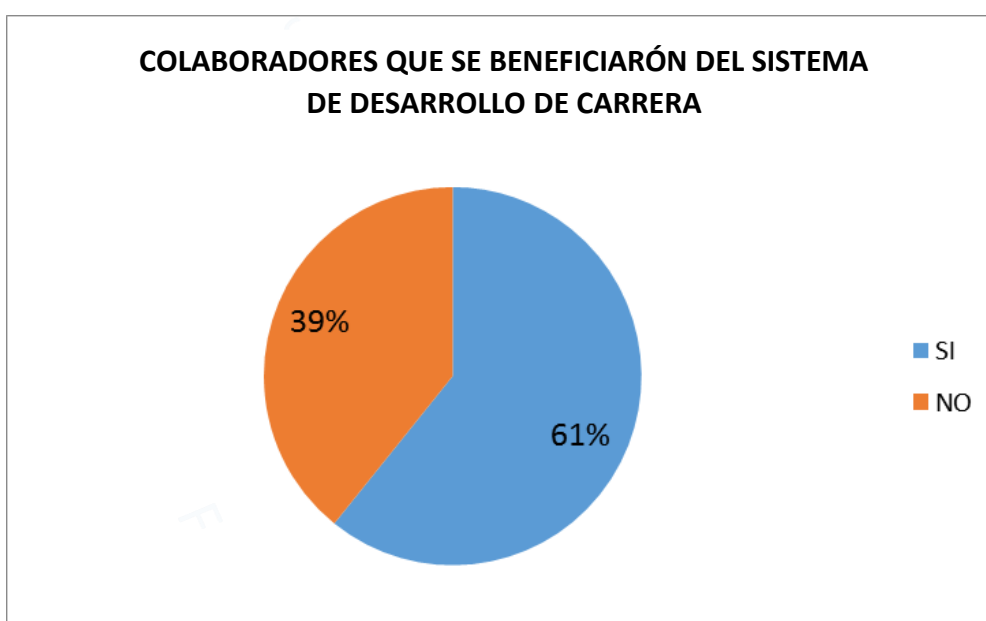


Según la gráfica del total de colaboradores encuestados el 68% está lo suficientemente informado acerca del sistema de desarrollo de carrera que presenta la UAP (62% lo suficiente, 6% más que suficiente), por otro lado un 22% está poco informado y un 7% muy poco informado.

Tabla 11

COLABORADORES QUE SE BENEFICIARÓN DEL SISTEMA DE DESARROLLO DE CARRERA		
CALIFICACIÓN	N°	%
SI	62	60.78%
NO	40	39.22%
TOTAL	102	100.00%

Gráfico 11

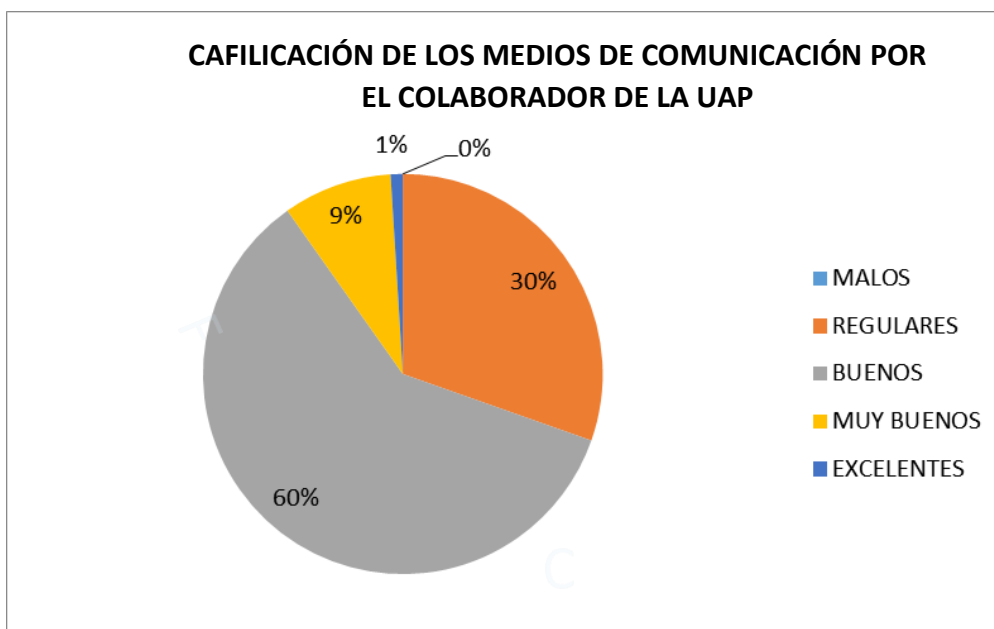


La gráfica nos muestra que de los colaboradores encuestados el 61% ha sido beneficiado con el sistema de desarrollo de carrera que presenta la UAP mientras que el 39% no ha sido beneficiado.

Tabla 12

CAFILICACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN POR EL COLABORADOR DE LA UAP		
CALIFICACIÓN	N°	%
MALOS	0	0.00%
REGULARES	31	30.39%
BUENOS	61	59.80%
MUY BUENOS	9	8.82%
EXCELENTES	1	0.98%
TOTAL	102	100%

Grafica 12

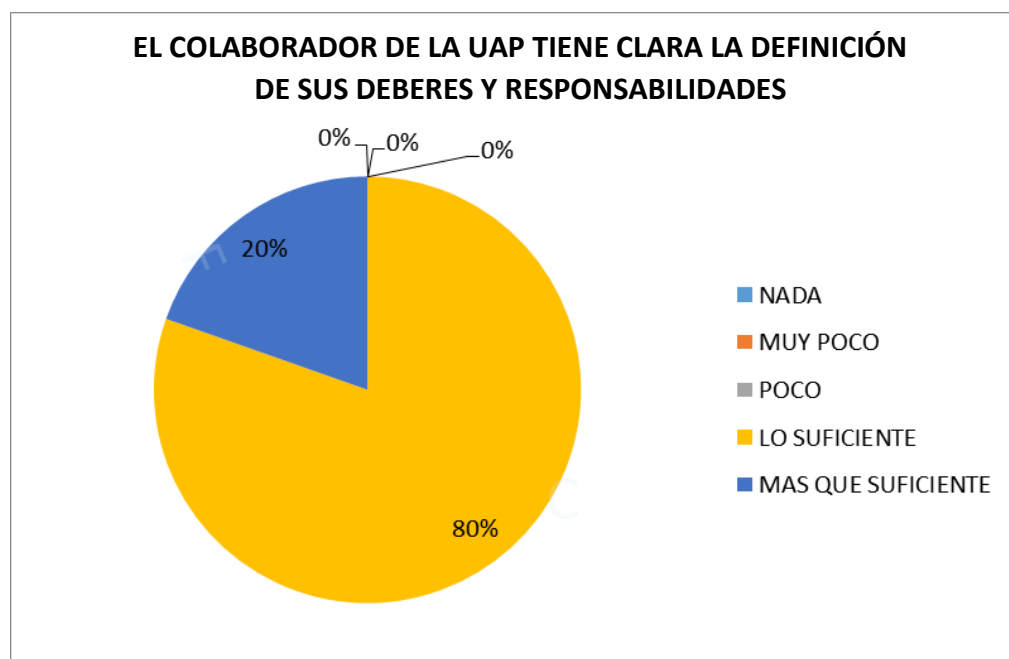


Como se puede apreciar en la gráfica el 69% de colaboradores encuestados considera que los medios de comunicación con los que cuenta la UAP son buenos, (60% buenos, 9% muy buenos), un 1% considera que son excelentes, mientras que un 30% los considera regulares.

Tabla 13

EL COLABORADOR DE LA UAP TIENE CLARA LA DEFINICIÓN DE SUS DEBERES Y RESPONSABILIDADES		
CALIFICACIÓN	N°	%
NADA	0	0.00%
MUY POCO	0	0.00%
POCO	0	0.00%
LO SUFICIENTE	82	80.39%
MAS QUE SUFICIENTE	20	19.61%
TOTAL	102	100.00%

Grafico 13

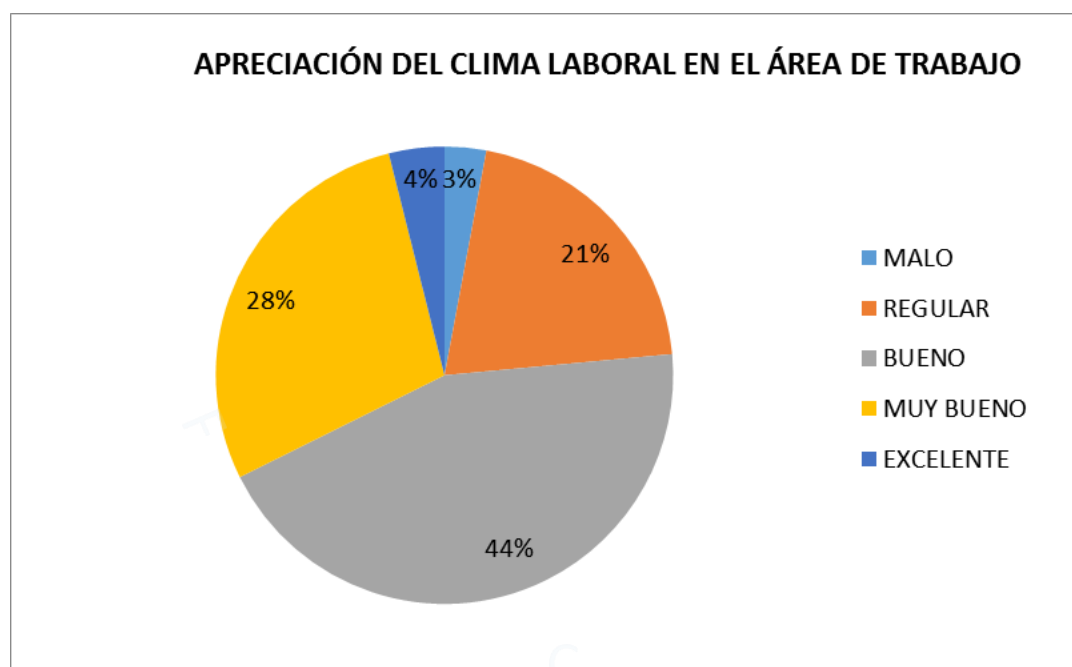


Según la gráfica del total de colaboradores encuestados un porcentaje significativo que representa el 80% tiene los suficientemente clara la definición de sus deberes y responsabilidades y para un 20% es más que suficiente.

Tabla 14

APRECIACIÓN DEL CLIMA LABORAL EN EL ÁREA DE TRABAJO		
CALIFICACIÓN	N°	%
MALO	3	2.94%
REGULAR	21	20.59%
BUENO	45	44.12%
MUY BUENO	29	28.43%
EXCELENTE	4	3.92%
TOTAL	102	100.00%

Gráfico 14

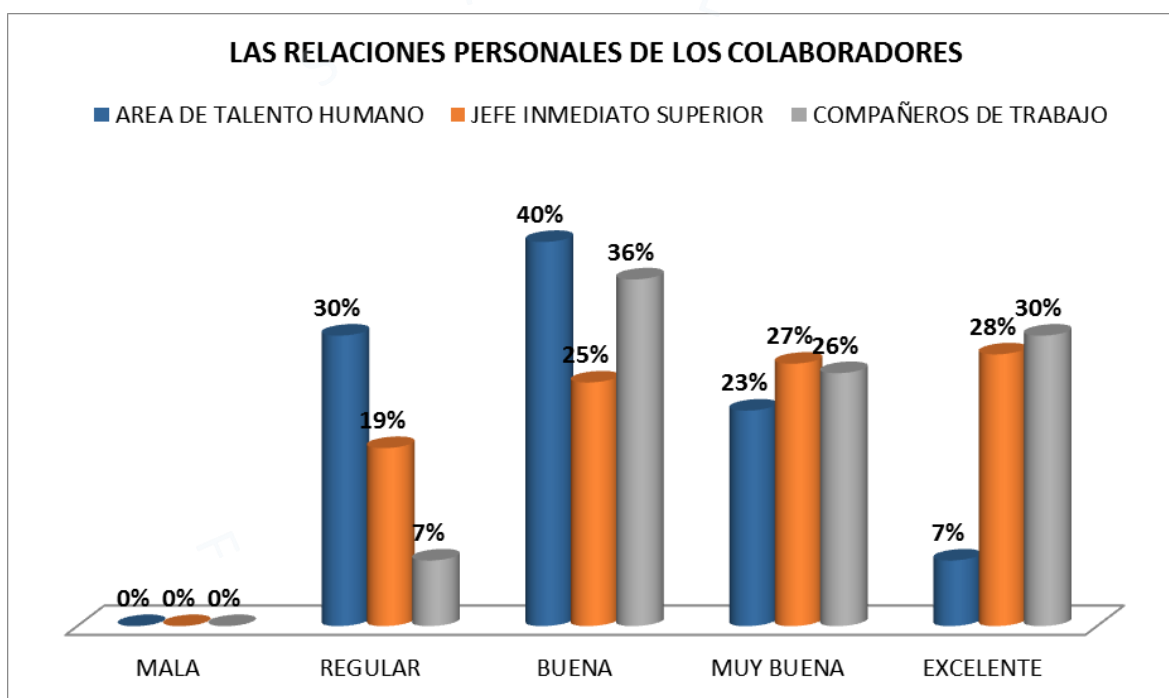


La gráfica nos muestra la apreciación que tienen los colaboradores de la UAP respecto al clima de su área de trabajo, un 72% de los encuestados considera que el clima laboral es bueno (44% bueno, 28% muy bueno), un 21% lo considera regular, un 3% malo y un 4% excelente.

Tabla 15

LAS RELACIONES PERSONALES DE LOS COLABORADORES							
CALIFICACIÓN		MALA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE	TOTAL
AREA DE TALENTO HUMANO		0	31	41	23	7	102
JEFE INMEDIATO SUPERIOR		0	19	26	28	29	102
COMPAÑEROS DE TRABAJO		0	7	37	27	31	102

Grafica 15

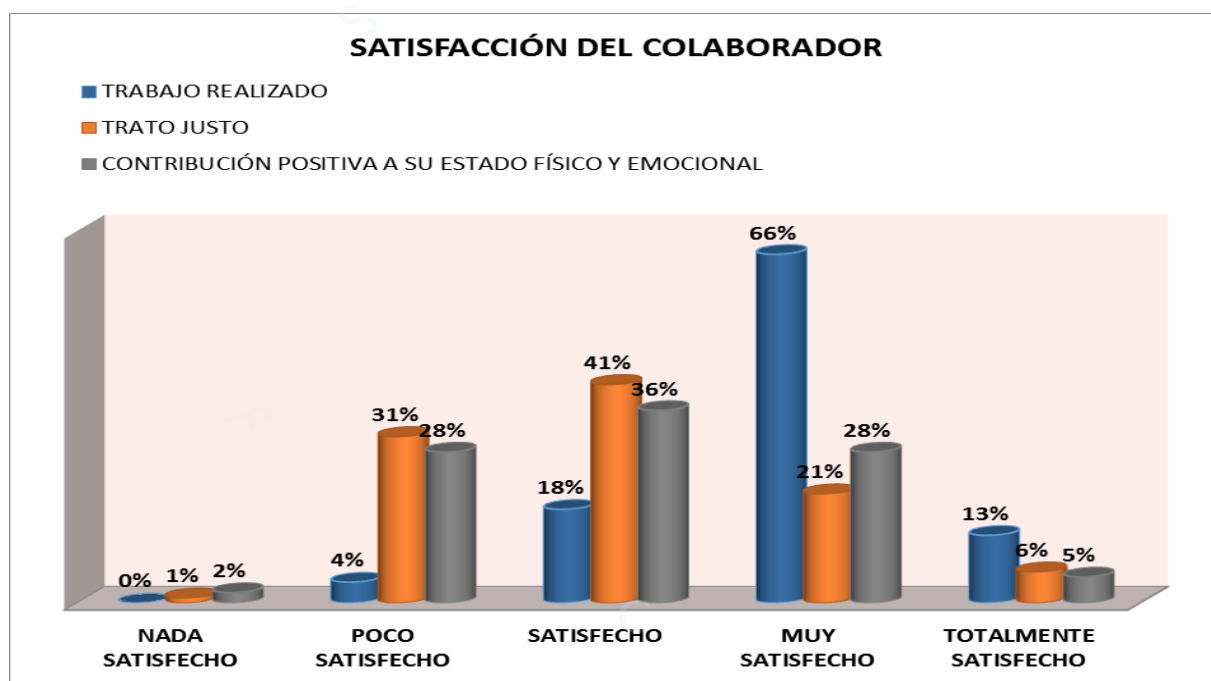


La gráfica nos muestra las relaciones personales que tienen los colaboradores de la UAP, como se aprecia la relación que mantienen con sus compañeros de trabajo para la mayoría es de buena a excelente, la relación que mantienen con su jefe inmediato superior también es de buena a excelente, mientras que la relación que mantiene con el área de Talento Humano es en mayor porcentaje de regular a muy buena y solo para unos cuantos es excelente.

Tabla 16

SATISFACCIÓN DEL COLABORADOR						
	NADA	POCO	MUY	TOTALMENTE	TOTAL	
CALIFICACIÓN						
TRABAJO REALIZADO	0	4	18	67	13	102
TRATO JUSTO	1	32	42	21	6	102
CONTRIBUCIÓN POSITIVA A SU ESTADO FÍSICO Y EMOCIONAL	2	29	37	29	5	102

Gráfico 16

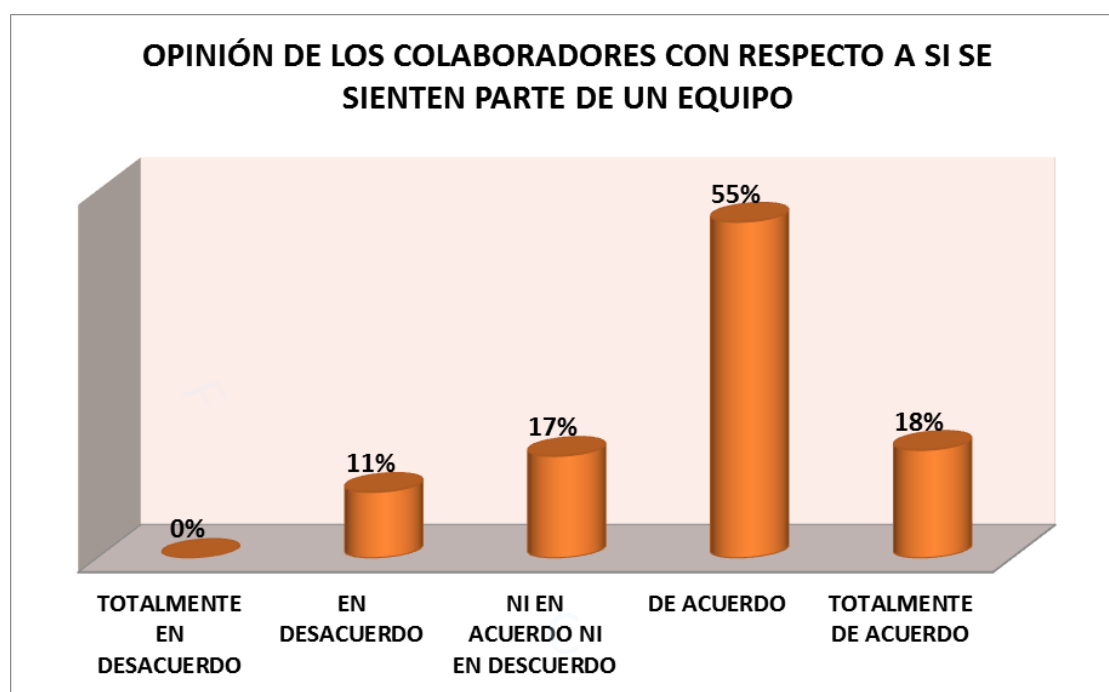


Según la gráfica se puede apreciar que del total de colaboradores encuestados la mayoría están satisfechos por el trabajo realizado (18% satisfecho, 66% muy satisfecho y 13% totalmente satisfecho), un porcentaje significativo está satisfecho por el trato que recibe (41% satisfecho, 21% muy satisfecho, 6% totalmente satisfecho), frente a un 31% poco satisfecho y un 1% nada satisfecho. Así mismo también se puede apreciar que un 69% está satisfecho por la contribución positiva que tiene la UAP a su estado físico y emocional, un 28% poco satisfecho y un 2% nada satisfecho.

Tabla 17

OPINIÓN DE LOS COLABORADORES CON RESPECTO A SI SE SIENTEN PARTE DE UN EQUIPO		
CALIFICACIÓN	N°	%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
EN DESACUERDO	11	11%
NI EN ACUERDO NI EN DESCUERDO	17	17%
DE ACUERDO	56	55%
TOTALMENTE DE ACUERDO	18	18%
TOTAL	102	100%

Grafico 17

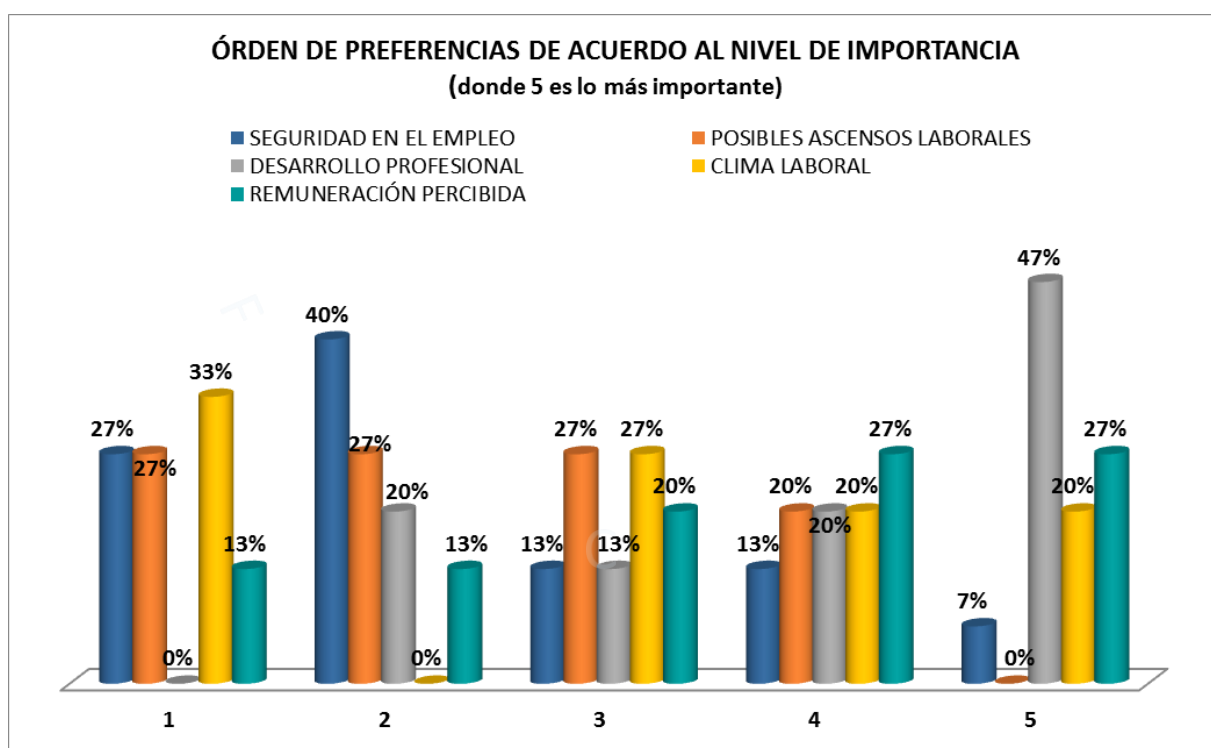


Según la gráfica de la totalidad de colaboradores encuestados con respecto a si se sienten parte de un equipo un 73% está de acuerdo (55% de acuerdo y 18% totalmente de acuerdo), un 17% ni en acuerdo ni en desacuerdo y un 11% en desacuerdo.

Tabla 18

ÓRDEN DE PREFERENCIAS DE ACUERDO AL NIVEL DE IMPORTANCIA						
CALIFICACION	1	2	3	4	5	TOTAL
SEGURIDAD EN EL EMPLEO	27	41	14	14	6	102
POSIBLES ASCENSOS LABORALES	27	27	27	21	0	102
LABORALES						
DESARROLLO PROFESIONAL	0	20	14	20	48	102
CLIMA LABORAL	34	0	27	20	21	102
REMUNERACIÓN PERCIBIDA	14	14	20	27	27	102
TOTAL	102	102	102	102	102	

Grafico 18



Según la gráfica se aprecia el nivel de importancia que le da el colaborador a cada ítem, siendo el desarrollo profesional lo más importante, seguido de la remuneración recibida, el clima laboral, posibles ascensos laborales y la seguridad en el empleo.

7.1. Reflexiones sobre la validación de la investigación

Para determinar los lineamientos de fidelización del talento humano y su influencia en el desempeño laboral del personal administrativo de la U.A.P., se ha realizado una entrevista a la Jefa del área de Talento Humano de la institución para conocer la gestión que se realiza y cómo influye en la fidelización de sus colaboradores.

A través de la entrevista y la observación se conoció que el área de Talento Humano realiza actividades minuciosas desde el momento del reclutamiento y selección de personal, lleva a cabo un programa de inducción cuya finalidad es lograr que el nuevo colaborador se sienta identificado y comprometido con la empresa así como brindar un conocimiento claro de sus deberes y responsabilidades, además conocer sus metas y objetivos personales; este programa de inducción culmina con un desayuno de bienvenida. Un aspecto importante es la realización de capacitaciones constantes tanto presenciales como virtuales, también presenta un sistema de línea de carrera basado en el desempeño que va de acuerdo al número de créditos colocados con respecto a los asesores comercial y con respecto al resto de colaboradores de acuerdo al conocimiento de sus deberes y responsabilidades, así como sus actitudes y aptitudes. Entre sus principales lineamientos de fidelización del colaborador están la preocupación por la satisfacción del colaborador, el reconocimiento al buen desempeño y la constante comunicación. Para determinar la implicancia de estas acciones se analizó el resultado de las encuestas, las cuales mostraron que los colaboradores tienen un alto nivel de fidelización gracias a la Gestión del Talento Humano.

Tras el análisis de resultados se determina que los lineamientos de fidelización del talento humano tienen una influencia positiva en desempeño laboral del personal administrativo de la U.A.P., aceptando de esta manera la hipótesis.

Según Gentry y Weber el desarrollo profesional tiene efectos positivos en las organizaciones, pues facilita la fidelización del colaborador, proporciona una mayor eficacia a los planes de sucesión, desarrolla a los colaboradores y mejora su nivel de desempeño.

Se tomará en cuenta la aportación de George Blohkander y Scott Snell, quien en su libro Administración de Recursos Humanos nos dice que es mucho más costoso seleccionar candidatos y formar nuevos colaboradores que fidelizar a los colaboradores actuales, además se tomará en cuenta los resultados de la encuesta realizada que plasma los intereses, necesidades y apreciaciones sobre diversos puntos de los colaboradores.

Para lo cual podemos aportar con lo siguiente:

- **Diseñar un Programa de desarrollo profesional.** Sullivan y Baruch, (2009) entienden el desarrollo como una ayuda individual al colaborador para que alcance sus objetivos de carrera. Además, se incorporan al proceso de desarrollo de carrera prácticas como la rotación, los movimientos laterales dentro y fuera de la organización. El estudio del desarrollo de carrera profesional es especialmente útil en los momentos actuales por la coyuntura que atraviesan las empresas y por los cambios del mercado laboral, que afectan a las expectativas de los colaboradores. Gracias al desarrollo de carrera, evitamos que las variaciones en la empresa ocasionen la pérdida del talento humano que tanto tiempo y esfuerzo ha costado desarrollar.

- **Crear nuevas iniciativas de fidelización del colaborador más allá de la compensación económica.** Muchas empresas exitosas ofrecen incentivos variables, bonos de reconocimiento ligados a cumplimiento de metas, e inclusive opciones de acciones (a nivel internacional), pero se necesita, asimismo, crear y/o fortalecer programas de reconocimiento interno a fin de alinearlos con la estrategia global de retención. Asimismo, las oportunidades de carrera y programas de desarrollo profesional necesitan ser diseñados a la medida para que tengan éxito.

- **Implementar un sistema holístico para identificar a los colaboradores clave de la organización.** Se debe asegurar un proceso consistente y continuo para descubrir talentos ocultos y valiosos para la empresa. Se debe contar con una base de datos centralizada donde, por un lado, se registren las contribuciones más importantes de las personas a la organización, algo así como un archivo de logros cuantificados (tiempo, porcentaje, costo, ahorro, recursos empleados, etc.)

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Conclusiones

1. Los lineamientos de fidelización del talento humano tiene una influencia positiva en el desempeño laboral del personal administrativo de la U.A.P; se llega a esta conclusión tras haber evaluado tanto las dimensiones de desempeño laboral, como las dimensiones de Fidelización de del colaborador. Los resultados muestran que la UAP en su esfuerzo por fidelizar a sus colaboradores, tiene acciones encaminadas a desarrollar relaciones más fuertes y duraderas con éstos para así lograr una creciente fidelidad a la institución por el máximo tiempo posible; este esfuerzo se ve reflejado en la opinión de sus colaboradores, pues estos se sienten satisfechos con la gestión que viene realizando el área de Talento Humano de la UAP.

2. El colaborador de la universidad tiene un alto nivel de identificación y compromiso con la institución.

3. Existe una buena gestión por parte del área de Talento Humano de la UAP ya que la institución se interesa por reclutar y seleccionar a los mejores candidatos para ser parte de su equipo de trabajo, lleva acabo capacitaciones eficientes y eficaces, se preocupa por el desarrollo profesional de sus colaboradores brindándoles la oportunidad de realizar un desarrollo de carrera y mantiene comunicación constante con sus colaboradores para resolver sus necesidades e inquietudes.

4. Los colaboradores de la UAP perciben que ésta se interesa por su satisfacción, brindándoles un adecuado clima laboral, facilidades para atender necesidades personales, instalaciones físicas adecuadas, además perciben que el Área de Gestión Humana se interesa por su motivación y propicia un trabajo en equipo lo que conlleva a establecer relaciones duraderas con ellos. A si mismo son conscientes y valoran el que la institución se preocupe por conocerlos, escuchar sus inquietudes y darles una respuesta inmediata, que les demuestre a través de su consideración y amabilidad su interés por ellos, todo ello los hace sentir valorados e importantes.

5. El colaborador de la UAP tiene un alto nivel de fidelización en la institución.

6. Los lineamientos de fidelización del colaborador crean relaciones fuertes y duraderas, en consecuencia, logran una creciente fidelidad en los colaboradores hacia la institución por el máximo tiempo posible. La universidad en su esfuerzo por mantener a sus colaboradores satisfechos y fieles tiene algunas acciones encaminadas a ello, como conocer a sus colaboradores, solucionar sus necesidades e inquietudes, lograr un ambiente de trabajo favorable.

8.2. Recomendaciones

1. Reforzar el nivel de los lineamientos de fidelización del talento humano tiene una influencia positiva en el desempeño laboral del personal administrativo de la U.A.P, a través de la aplicación de estrategias de Gestión del Talento Humano.
2. Promover internamente a la organización para generar una suficiencia de pertenencia. Se recomienda implantar un proceso detallado de marketing interno desde el reclutamiento, selección, evaluación del desempeño, capacitación, desarrollo de carreras y otras actividades relacionadas al factor humano, de la misma manera que una dirección de marketing trabaja en la fidelización a un producto o servicio.
3. Tener una visión a largo plazo para seleccionar nuevos colaboradores. El área de Talento Humano necesita pensar muy bien a quién contratan y cómo va a encajar con la organización y su cultura. Debido a que muchos aspectos del futuro de una organización son impredecibles, es importante reclutar personal que sea capaz de evolucionar con la organización, de desaprender y aprender nuevas competencias y asumir nuevos retos.
4. Implantar un buen programa de desarrollo profesional basado en un modelo de desarrollo correcto, implantado adecuadamente y en el que colaboradores, directivos y universidad desempeñen correcta y activamente sus papeles, permitirá superar cualquier desafío personal, profesional o competitivo, haciendo frente a los duros problemas laborales que acechan a los colaboradores de hoy en día.
5. Desarrollar y afinar herramientas que arrojen señales de alarma relacionadas con problemas potenciales de fidelización del colaborador. A pesar de que la empresa utiliza, con frecuencia, encuestas para diversos propósitos, se necesita asegurar que la información que se recopila se analice de manera que identifique problemas emergentes de fidelización. Se debe contar con la visión de los líderes para diseñar las encuestas, así como hacer un análisis de las razones no cuantificables (o cualitativas) del porqué se van los colaboradores.

BIBLIOGRAFIA

- Acosta Guzmán José Alberto. (2010). *Gestión y dirección estratégica del capital intelectual*. Chile.
- Arias, Galicia Fernando (2001) *El compromiso personal hacia la organización y la intención de permanencia*. Lima – Perú.
- Barragán Codina, José; Jorge Castillo Villarreal. (2009) *Importancia estratégica de la fidelización de los empleados*. Colombia
- Blohkander George y Scott Snell. (2008) *Administración de Recursos Humanos*. 14ª edición. Mexico
- Chiavenato Idalberto (2009). *Gestión del Talento Humano*. 2da edición – México D.F.
- Chiavenato (2011). *Administración de Recursos Humanos*. 9na. Edición. México
- Collins, James, Jerry Porras (2003), *Empresas Que Perduran*. Colombia.
- Collins, James; Porras, Jerry. (2006) *Gestión de Recursos Humanos*. Colombia.
- Cuestas Santos, Armando. (2010) *Gestión del Talento Humano y del conocimiento*. Bogotá, D.C.
- Díaz Saba, Cecilia. (2008) *La inducción de personal*. México.
- Fernández Losa, Nicolás. (2003) *El desarrollo profesional de los trabajadores como ventaja competitiva de las empresas*. Colombia

Fernandez, & Moreno. (2006). En R. Lacunza, *Recursos Humanos, El desarrollo en la empresa*. Barcelona.

Gentry, W. A., Weber, T. J., y Sauri, G. (2008). *La Carrera Profesional y el Desempeño Gerencial*. Mexico

Gómez Mejía, Luis y Balkin David B. (2005) *Gestión de Recursos Humanos*. Madrid.

Ibáñez Machicao, Mario (2011). *Gestión del Talento Humano en la Empresa*. 1ra edición - Lima

Livier Villarreal Rosas. (2006). *Capacitación de personal*. México

Machicado Jorge. (2010). *Contrato de trabajo*. Lima

Namakfroosh, Mihammad Naghi (2011). *Metodología de la investigación*. 2da. edición - México D.F.

Perez-Cano, C., & Quevedo-Cano, P. (2006). *Gestión de recursos humanos y su impacto en los resultados de innovación en las empresas*. México

Ramírez Saldaña, Dilma Isabel. (2006) *La evaluación del desempeño en la Gerencia de la Ciencia*. Cuba.

Schultz, D. P. (2000). *Psicología Industrial*. Mc graw hill. Estados Unidos

Turró Guida, Mónica. (2013). *Programa de inducción de personal*. Colombia

Vilca Tantapoma E. (2012). *El proyecto de la Investigación Científica*. Trujillo Perú.

William B. Wrther, Jr. y Heith Davis. (2008) *Administración de Personal y Recursos Humanos* - Ed. Mc. Graw Hill. Mexico.

ANEXO 1
ENTREVISTA DIRIGIDA
A LA JEFA DEL AREA DE TALENTO HUMANO DE UNIVERSIDAD AMAZONICA
DE PANDO

1. ¿Cómo llevan a cabo el proceso de reclutamiento y selección de personal?

La universidad se interesa mucho por tratar de reclutar y seleccionar a profesionales con las capacidades y aptitudes de acorde al perfil de puesto a ocupar, el reclutamiento realiza a través de anuncios que normalmente se hace en periódico la industria, anuncios por internet, la bolsa de trabajo y agencias de colocación que facilita la búsqueda de los colaboradores más adecuados para sus necesidades. El proceso de selección tiene varios filtros, inicia con una entrevista por parte del área de Talento Humano, seguido de un examen de conocimientos y examen psicológico, luego los seleccionados son entrevistados por los jefes de área a la que pertenecería de ser elegido junto con un representante del área de Talento Humano, esta entrevistas en ocasiones suelen ser por video conferencia, finalmente se seleccionan uno de ellos o los que se hayan requerido.

2. ¿Cómo llevan a cabo su proceso de inducción del nuevo colaborador?

Se lleva a cabo un programa de inducción cuya finalidad es lograr que el nuevo colaborador se sienta identificado y comprometido con la universidad así como brindar un conocimiento claro de sus deberes y responsabilidades, además conocer sus metas y objetivos personales; este programa de inducción culmina con un desayuno de bienvenida.

3. ¿Cuántas capacitaciones al mes o al año realiza? ¿Cómo las lleva acabo?

Un aspecto importante es la realización de capacitaciones constantes tanto presenciales como virtuales, al cabo de las cuales se les entrega su certificado de participación.

4. ¿Cómo realizan la evaluación del rendimiento?

La universidad presenta un sistema de línea de carrera basado en el desempeño que va de acuerdo al número de créditos colocados con respecto a los asesores comercial y con respecto al resto de colaboradores de acuerdo al conocimiento de sus deberes y responsabilidades así como sus actitudes y aptitudes.

5. ¿Da algún tipo de reconocimiento a sus colaboradores por su desempeño?

La universidad reconoce a sus colaboradores por su buen desempeño, lo realiza a través de publicaciones de felicitación en la comunidad virtual, felicitaciones a través de cartas las cuales a veces van acompañadas de bonos, también se les reconoce con ascensos laborales lo que incluye un aumento de remuneración.

6. ¿Cuáles son los medios de comunicación utilizados en Financiera Confianza?

Los medios de comunicación utilizados en la universidad son teléfonos, celulares, correo interno, comunidad virtual (es un espacio en internet donde se reúnen los colaboradores de financiera confianza para conocerse, informarse y ayudarse) y SMP Courier.

7. ¿Qué tipo de comunicación mantiene con sus colaboradores?

Las inquietudes y necesidades de los colaboradores son la prioridad para el área de Talento Humano por lo que mantienen comunicación constante, al momento de ingresar a la empresa se le brinda al colaborador los anexos telefónicos del área de Talento Humano y el número de teléfono de su jefe inmediato superior, esto con la finalidad de mantener una comunicación constante.

8. ¿Qué tipo de información comparte con sus colaboradores?

Tratamos de que nuestros colaboradores se sientan parte de una familia, se sientan identificados y comprometidos por lo que desde la inducción se le brinda información sobre aspectos generales de la empresa, sobre sus beneficios sociales, además se le entrega el Reglamento Interno de Trabajo, su Manual de Organizaciones y Funciones y demás documentos conforme a ley.

9. ¿Qué estrategias se realiza para fidelizar a sus colaboradores?

Una de ellas es la constante comunicación para así poder satisfacer sus necesidades y resolver sus problemas o inquietudes, el reconocimiento al buen desempeño, capacitaciones con ponentes especializados para que el colaborador sienta que la universidad contribuye con su desarrollo profesional, además se realiza encuestas durante las capacitaciones o durante las visitas del área de talento humano a las agencias, para conocer sus inquietudes y apreciaciones y en qué puntos se debe mejorar.

10. ¿Qué acciones realizan cuando un colaborador renuncia?

Primeramente se coordina con su jefe inmediato superior, si la renuncia es deseada se prosigue con el proceso correspondiente para dar fin a la relación laboral, si la renuncia no es deseada, se dialoga con el colaborador para ver si se puede llegar a un acuerdo en el que siga laborando en empresa.

ANEXO 2
ENCUESTA DIRIGIDA
AL COLABORADOR DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA UAP

Buenos días (tardes):

Estimados la presente encuesta será de utilidad para un estudio que estoy realizando sobre la Lineamientos de Fidelización del Talento Humano y su Influencia en el Desempeño Laboral del Personal Administrativo de la U.A.P.

Instrucciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una “x” o llene los espacios en blanco la(s) respuesta(s) que mejor reflejen su opinión.

El cuestionario es completamente anónimo, con el fin de que sus respuestas sean lo más francas y honestas posible.

I. INFORMACION GENERAL:

1. Sexo: M F
2. Edad:
3. Cargo Ocupado:
4. Fecha de ingreso:.....
5. Tipo de contrato: Plazo fijo Permanente

II. PREGUNTAS:

Determinar el grado de identificación y compromiso de los colaboradores con la UAP.

1. ¿Conoce usted la misión y visión de la UAP?

- a) No la conozco
- b) La conozco poco
- c) La conozco bien
- d) La conozco muy bien

2. ¿Se siente usted comprometido con los objetivos de la UAP?

- a) Nada comprometido
- b) Poco comprometido
- c) Comprometido
- d) Muy comprometido

3. ¿Se siente usted identificado con los fines de la UAP?

- a) Nada identificado
- b) Poco identificado
- c) Identificado
- d) Muy identificado

Analizar los indicadores de Gestión del Talento Humano en la Universidad Amazónica de Pando.

4. ¿El proceso de reclutamiento y selección de personal es eficiente y eficaz?

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

5. ¿Se le dio capacitación previa al ocupar el puesto de trabajo?

- a) Nada
- b) Muy Poco
- c) Poco

- d) Lo suficiente
- e) Más que suficiente

6. ¿Cómo percibe la capacitación(es) recibida(s)?

- a) Mala
- b) Regular
- c) Buena
- d) Muy buena
- e) Excelente

7. ¿Siente el compromiso del área de Talento Humano con el éxito de las capacitaciones?

- a) Nada
- b) Muy poco
- c) Poco
- d) Lo suficiente
- e) Más que suficiente

8. ¿Considera que el método de evaluación del desempeño es el más adecuado?

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

9. ¿Considera que trabajar en la universidad le está ayudando en la formación de su carrera Profesional?

- a) Nada

- b) Muy poco
- c) Poco
- d) Lo suficiente
- e) Más que suficiente

10. ¿Conoce usted el sistema de línea de carrera basada en el desempeño que presenta la universidad?

- a) Nada
- b) Muy poco
- c) Poco
- d) Lo suficiente
- e) Más que suficiente

11. ¿Ha sido beneficiado con el sistema de línea de carrera basada en el desempeño que presenta la universidad?

- a) Si
- b) No

12. ¿Cómo calificaría los medios de comunicación utilizados por la universidad?

- a) Malos
- b) Regulares
- c) Buenos
- d) Muy buenos
- e) Excelentes

13. ¿Tiene clara la definición de sus deberes y responsabilidades?

- b) Muy poco
- c) Poco

- d) Lo suficiente
- e) Más que suficiente

14. ¿Recibe información respecto a su desempeño?

- a) Nunca
- b) Casi Nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

15. ¿Conoce acerca de los beneficios sociales que brinda la universidad a sus colaboradores?

- a) Nada
- b) Muy poco
- c) Poco
- d) Lo suficiente
- e) Más que suficiente

16. ¿Considera usted que se le brinda oportunidad para expresar sus opiniones?

- a) Nunca
- b) Casi Nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

Determinar el nivel de fidelización del colaborador de la Universidad Amazónica de Pando

17. ¿Cómo considera el sueldo y las prestaciones laborales que le ofrece la universidad?

- a) Malas
- b) Regulares
- c) Buenas
- d) Muy buenas
- e) Excelentes

18. ¿Cómo considera el clima laboral en su área de trabajo?

- a) Malo
- b) Regular
- c) Bueno
- d) Muy bueno
- e) Excelente

19. Manifieste su nivel de satisfacción con los siguientes ítems.

Opciones: Totalmente
insatisfecho Insatisfecho Ni insatisfecho
/ ni satisfecho Satisfecho Totalmente
satisfecho

Trabajo realizado

Trato justo

Contribución positiva a
su estado físico y emocional

20. Escriba en orden de preferencias lo que es más importante para usted (Donde 5 en lo más importante)

Proposiciones N°

La seguridad en el empleo

Los posibles ascensos laborales

El interés de su trabajo

El ambiente de su trabajo

El salario que percibe

Analizar los factores que influyen en la fidelización del colaborador de la universidad

21. ¿Cómo considera usted la relaciones personales que mantiene en la universidad?

Opciones: Mala Regular Buena Muy

buena Excelente

Área de Talento

Humano

Jefe inmediato superior

Compañeros de trabajo

22. ¿Cómo considera usted la motivación que tiene para realizar su trabajo?

a) Mala

b) Regular

c) Buena

d) Muy buena

e) Excelente

23. ¿Las actividades que realizo están en función al puesto que ocupo?

a) Totalmente en desacuerdo

b) En desacuerdo

c) Ni en acuerdo ni en desacuerdo

- d) De acuerdo
- e) totalmente de acuerdo

24. ¿Se tiene parte de un equipo?

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- d) De acuerdo
- e) totalmente de acuerdo

25. ¿La universidad le brinda flexibilidad para que elija y distribuya su horario?

- a) Nunca
- b) Casi Nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

26. ¿La universidad le brinda flexibilidad para que elija y distribuya su horario?

- a) Nunca
- b) Casi Nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

27. ¿La universidad le da facilidades para atender sus necesidades familiares o personales?

- a) Nunca
- b) Casi Nunca

- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

28. ¿La universidad le brinda las herramientas necesarias para realizar su trabajo?

- a) Nunca
- b) Casi Nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

29. ¿Cómo calificaría las instalaciones físicas de su área de trabajo?

- a) Malas
- b) Regulares
- c) Buenas
- d) Muy buenas
- e) Excelentes

Mil gracias por su colaboración...