



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE – EXTENSIÓN CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA**

**EL CAPITAL HUMANO APLICADO A LOS SERVICIOS BANCARIOS EN
LA AGENCIA DEL BANCO EXTERIOR CARÚPANO ESTADO SUCRE.**

AUTORES.

**Br. Gamboa, Yoleida
Br. Bravo, Omira
Br. González, Rosimar**

**Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al título de
Licenciado en Contaduría Pública.**

Carúpano, Marzo de 2012



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE – EXTENSIÓN CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA**

**EL CAPITAL HUMANO APLICADO A LOS SERVICIOS BANCARIOS EN
LA AGENCIA DEL BANCO EXTERIOR CARÚPANO ESTADO SUCRE.**

AUTORES.

**Br. Gamboa, Yoleida
Br. Bravo, Omira
Br. González, Rosimar**

ASESOR.

Msc. Leonardo España.

**Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al título de
Licenciado en Contaduría Pública.**

Carúpano, Marzo de 2012.



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE – EXTENSIÓN CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA**

**EL CAPITAL HUMANO APLICADO A LOS SERVICIOS BANCARIOS EN
LA AGENCIA DEL BANCO EXTERIOR CARÚPANO ESTADO SUCRE.**

AUTORES.

Br. Gamboa, Yoleida

Br. Bravo, Omira

Br. González, Rosimar

ACTA DE APROBACIÓN

Trabajo de Grado **aprobado** en nombre de la Universidad de Oriente, por el jurado calificador, en la ciudad de Carúpano, a los 16 días del mes de Marzo del año 2012

Jurado Asesor

Msc. Leonardo España.

C.I.: 11.438.928

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
ÍNDICE DE CUADROS	vii
RESUMEN	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 Formulación del Problema.....	8
1.2 Objetivos De La Investigación	10
1.2.1 Objetivos General	10
1.2.2 Objetivos Específicos	10
1.3 Justificación de la Investigación.....	11
1.4 Delimitación de la Investigación	12
CAPITULO II.....	13
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
2.1 Bases Teóricas	15
2.2 Bases Históricas.....	28
2.3 Bases Legales	30
CAPITULO III	36
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
3.1 Tipo de Investigación	37
3.1.1 Nivel de la Investigación	38
3.1.2 Población	38
3.1.3 Muestra	39
3.1.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	39
3.1.5 Procesamiento de Datos.....	41
3.1.6 Fuentes de Información	41
3.1.7 Validación del Instrumento	42
CAPITULO IV.....	43
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	43
4.1.- Entrevista a los Empleados	44
4.2.- Encuesta a los Clientes y Usuarios.....	56
GLOSARIO DE TÉRMINOS	70
BIBLIOGRAFÍA	71
ANEXOS.....	73
HOJA DE METADATOS.....	84

DEDICATORIA

Principalmente a Dios todo poderoso ya que él es el único Omnisciente, Omnipresente y Omnipotente, por ayudarme a transitar por el camino del bien, y acompañarme a donde voy.

A mis padres Luis Gamboa y Yolanda Valencia, por apoyarme emocional y económicamente, por sus consejos y sus regaños, por ayudarme a comprender que este es el mejor camino para lograr los objetivos que se quieren tanto para uno como para mis seres queridos, por brindarme la oportunidad de cursar mis estudios.

A mi pareja y amigo, David Cedeño por su paciencia, y por su apoyo incondicional. A mis hermanos, a mi sobrino Fernando Luis para que le sirva de inspiración y ejemplo. A mis abuelos, tíos y tías, primos y todos aquellos amigos que directa e indirectamente han colaborado en este proyecto.

A mi tío Cesar, que aunque no esté físicamente entre nosotros, siempre estará en nuestros corazones y pensamientos.

Yoleida Gamboa.

AGRADECIMIENTO

A Luis Gamboa (Mi Padre) y Yolanda Valencia (Mi Madre) quienes siempre se han esforzado para darme lo necesario y por brindarme la oportunidad de estudiar, a mis Hermanos, a mis amigos por acompañarme en el transcurso de mis actividades de estudios, recreativas y otras, y a todas aquellas personas que siempre están conmigo dándome su apoyo para que yo pueda seguir adelante y pueda ser alguien en la vida.

A mi sobrino Fernando por darme a entender que nunca se deja de aprender. A David Cedeño, mi pareja y amigo incondicional, por todo lo que me ha dado, apoyado, ayudado y enseñado, por demostrarme que a pesar de las adversidades, hay que levantarse y seguir adelante.

Al Sr. Miguel Malavé, Gerente del Banco Exterior en la Ciudad de Carúpano y a los empleados de esta agencia bancaria, por la colaboración prestada para la consecución de este trabajo.

A todos aquellos profesores de la Universidad de Oriente de la extensión Carúpano, por todo el conocimiento impartido durante los años que estuve en esa casa de estudio y por todos sus consejos que eran muy sinceros y muy especialmente al Profesor Leonardo España por su dedicación, y consejos que me sirvieron para la realización de este trabajo.

A todos Uds., mil Gracias.

Yoleida Gamboa.

DEDICATORIA

Gracias a Dios principalmente por darme mucha salud, fuerza, ganas de vivir, no abandonarme y estar presente en mi vida en los momentos más difíciles.

A Mi Virgen de Monserrat por siempre estar a mi lado, por darme fortaleza durante toda mi carrera.

A Mi Virgen Del Valle por no abandonarme cuando más la necesite, por acompañarme en todo momento. A mi bebé por estar presente en mi vida en especial estar acompañándome en una de las grandiosas metas de mi vida. Esto es para ti.

A mis padres Priscila María y Rafael José por estar presente cada día de mi vida, por brindarme los ánimos necesarios para salir adelante y por sus consejos que han sido de inspiración para obtener mis logros .

A mis hermanas María Rosa y Rosa María por ser ejemplo a seguir, por ayudarme en los momentos difíciles, por darme motivación y consejos cuando más las necesite. A mi sobrina Rosmar Del Valle por estar presente en mi vida.

A Ángel José por estar presente durante mi carrera y por ser no solo mi pareja si no un amigo que me brinda su apoyo incondicional.

**GRACIAS A TODOS POR SER PARTE DE MI VIDA Y ESTE LOGRO
SE LOS DEDICO A USTEDES. LOS AMO MUCHO.**

Rosimar González.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad De Oriente, a su personal docente y administrativo, por su dedicación y vocación hacia una formación integral de los estudiantes.

A el Banco Exterior de la Ciudad de Carúpano- Estado Sucre por la oportunidad brindada para nuestro crecimiento profesional y personal.

A nuestro Tutor Msc. Leonardo España por haber puesto toda su dedicación, conocimientos y esfuerzo en la realización de este trabajo.

A todo el personal del Banco Exterior por el excelente ambiente de trabajo que crean y su gran colaboración, en especial al Gerente Miguel Malavé.

A nuestros compañeros de estudio y amigos con quienes compartimos buenos y malos momentos durante esta grandiosa etapa de nuestras vidas.

A quienes de una u otra manera participaron en el desarrollo de nuestra alternativa de grado.

Rosimar González

DEDICATORIA

A mi madre por ser el pilar fundamental de mi vida, por estar siempre presente en toda mi vida y trayectoria estudiantil.

A mis hijas (Gabriela y Vanessa Sisco) por ser mi mayor motivo para la culminación de esta etapa en mi trayectoria estudiantil la cual espero les sirva de ejemplo de constancia y perseverancia a seguir en el desarrollo de sus metas a lo largo de sus vidas, a mi esposo y compañero que siempre estuvo presente en las buenas y la malas para apoyarme y respaldarme en todas mis acciones.

Por último quiero dedicar esta investigación a todas aquellas personas que me brindaron su mayor atención y colaboración en la realización de esta investigación, en especial a nuestro tutor Prof. Leonardo España.

Omira Bravo

AGRADECIMIENTO

A Dios, el ser más grande, que entre tantas lágrimas me ayudó a conseguir esta alegría.

A toda mi familia, madre, hijas, esposo y hermanas por todo su apoyo y respaldo durante la realización de esta investigación para alcanzar la meta de graduarme como licenciada en contaduría pública.

A los profesores de la universidad de Oriente, departamento de administración y contaduría que me brindaron su atención y orientación durante mi trayectoria estudiantil por esta casa de estudio.

A mis compañeros (a) de clases que por medio de las discusiones y preguntas me hicieron crecer en conocimientos a lo largo de nuestro paso por las aulas de clases.

Al personal que labora en el Banco Exterior agencia Carúpano por toda la atención y colaboración prestada durante el desarrollo de este trabajo de grado.

Y a todas aquellas personas que de una u otra forma colaboraron y participaron en la realización de esta investigación, hago extensivo mi más sincero agradecimiento.

Omira Bravo

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N°1 Capital Humano, Indicador: Valores.....	44
CUADRO N° 2 Capital Humano, Indicador: Aptitudes	45
CUADRO N° 3 Capital Humano, Indicador: Capacidades	46
CUADRO N° 4 Capital Organizativo, Indicador: Cultura.....	47
CUADRO N° 5 Capital Organizativo, Indicador: Estructura.....	48
CUADRO N° 6 Capital Organizativo, Indicador: Aprendizaje Organizativo....	49
CUADRO N° 7 Capital Organizativo, Indicador: Procesos Dirigidos al Cliente	50
CUADRO N° 8 Capital Organizativo, Indicador: Procesos Dirigidos al Usuario	51
CUADRO N° 9 Capital Tecnológico, Indicador: Esfuerzo en Investigación, Desarrollo e Innovación.....	52
CUADRO N° 10 Capital Tecnológico, Indicador: Dotación Tecnológica.....	53
CUADRO N° 11 Capital del Negocio, Indicador: Relaciones con el Cliente.....	54
CUADRO N° 12 ¿Conoce Ud. los servicios prestados por el Banco Exterior? ...	56
CUADRO N° 13 ¿Cree Ud. que los servicios y productos que les ofrece el Banco Exterior son buenos?	57
CUADRO N°14 ¿Cree Ud. que la atención prestada por el personal del Área de Servicio y Atención al cliente es excelente?.....	58
CUADRO N° 15 ¿Ud. es cliente del Banco Exterior?	59
CUADRO N° 16 ¿Cómo cliente y/o usuario de la Agencia del Banco Exterior cuenta con información adecuada a cerca del Banco?	59
CUADRO N° 17 ¿Es atendido con un trato cortés, amable y respetuoso?	60
CUADRO N° 18 ¿El personal del Banco Exterior toma acciones rápidamente al momento de que Ud. presente problemas con los servicios?.....	62
CUADRO N° 19 ¿Es atendido (a) de forma personalizada?.....	63

CUADRO N° 20 ¿Considera Ud. que los productos y servicios que ofrece el Banco Exterior satisfacen sus requerimientos y necesidades?.....	64
CUADRO N°21 ¿Está satisfecho con la Atención recibida en la Agencia del Banco Exterior de la ciudad de Carúpano?.....	65



Universidad de Oriente
Núcleo de Sucre - Extensión Carúpano
Escuela de Administración
Departamento de Contaduría

“EL CAPITAL HUMANO APLICADO A LOS SERVICIOS BANCARIOS EN LA AGENCIA DEL BANCO EXTERIOR CARÚPANO ESTADO SUCRE, 2012.”

Autores:
Bravo, Omira
Gamboa, Yoleida
González, Rosimar
Asesor:
Prof. España, Leonardo

RESUMEN

El Capital Intelectual es la información intangible (que no es visible, y por tanto, no está recogida en ninguna parte) que posee una organización y que puede producir valor. El Capital Intelectual, no se encuentra normado, de allí las dificultades para identificarlos, registrarlos y contabilizarlos. Está formado por tres bloques: Capital Humano (empleados), Capital Interno, y el Capital Externo (Clientes), En este trabajo abordaremos el capital humano y el capital externo específicamente los empleados del Área de Servicios y Atención al Cliente de la Agencia del Banco Exterior y la opinión de los clientes sobre dicha agencia. El presente trabajo tiene como objetivo general evaluar el capital humano aplicado a los servicios bancarios en la agencia del Banco Exterior, Carúpano, que permita brindar a los clientes y usuarios una adecuada atención. La base metodológica para este estudio, estuvo determinada por una investigación de campo, a nivel descriptiva, conformada por una población de cinco (5) empleados de la referida agencia a quienes se les aplicó un cuestionario, para obtener los resultados y realizar su posterior análisis. Igualmente tenemos una muestra de diez (10) clientes a quienes se le aplicó una encuesta. Dichos resultados arrojaron que los trabajadores de esta se encuentran satisfecho con la organización al igual que los clientes. Asimismo la mayoría de los clientes conocen los servicios y productos ofrecidos por esta institución, y consideran que son atendidos adecuadamente. No obstante, algunos usuarios desconocen los servicios y manifiestan pasar mucho tiempo en cola, para poder realizar transacciones en la caja. De lo anterior recomendamos a los empleados de esta agencia, dar a conocer los servicios y productos que ofrece el banco, y agilizar las colas en el área de caja para que los usuarios que asistan a esta agencia a realizar sus transacciones estén menos tiempo en el banco y puedan estos sentirse satisfechos con la agencia bancaria en general.

Palabras Claves: Capital Intelectual, Capital Humano, Capital Externo, Banco.

INTRODUCCIÓN

A principio de la década de los noventa surgió con fuerza la expresión de Capital Intelectual en los Estados Unidos y en Suecia (Stewart, Thomas A, 1999.Pag 12). En los años siguientes corrió el término asociado de inmediato a otra alocución, como es la Dirección del Conocimiento (Knowledge Management); “El Concepto de Capital Intelectual es una expresión que combina dos ideas fundamentales: la inteligencia en acción o los resultados provenientes del ejercicio intelectual y su valoración o medida, en términos similares a los empleados para explicar el Capital Financiero” “(Leif Edvinsson Michael M, 1998, Pag. 8).

El valor de una empresa se esta midiendo de manera equivocada y no se refleja en la diferencia entre el valor que expresa el balance general y la realidad de las organizaciones que las lleva a no identificar su verdadero precio por acción. Lo que las empresas buscan en la actualidad es pasar a un nivel contable donde se pueda medir los activos intangibles que la impulsaran a ocupar un cierto nivel dentro del mercado.

Al desconocer esos activos tan importantes la empresa desconoce parte de su filosofía, valores, tradiciones e incluso podría estar operando muy por debajo de su potencialidad. Las empresas actuales deben tener una nueva concepción de lo que es un activo, pues la tierra, el capital y las maquinarias ya no ofrecen mucha información de la competitividad de una compañía.

La relación con los clientes, la opinión de estos sobre la organización, los empleados, entre otros son activos intangibles que no se encuentran normados y que le dan valor de mercado a las organizaciones, esto se conoce como capital intelectual.

En Virtud de lo anterior y el papel esencial que juegan los empleados de una organización para la satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes, en especial en las Instituciones Bancarias, la presente investigación se propone en evaluar el capital humano aplicado a los servicios bancarios en la agencia del Banco Exterior, ubicado en la ciudad de Carúpano, que permita brindar a los clientes y usuarios una adecuada atención. Para ello el trabajo de investigación estará estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I: Este comprende todos aquellos aspectos relacionados al problema: Planteamiento del Problema, Formulación del Problema, Objetivos de la Investigación, Justificación de la Investigación, Delimitación de la Investigación.

Capítulo II: Este comprende los aspectos teóricos que fundamentan la investigación como lo son: Antecedentes de la Investigación, Bases Teóricas, Bases Históricas, Bases Legales.

Capítulo III: en este capítulo se mencionan los aspectos metodológicos de la investigación: Diseño de la Investigación, Nivel de la Investigación, Población y muestra, Técnicas de Recolección de Datos, Procesamiento Datos.

Capítulo IV: En esta fase se presentarán los resultados obtenidos en la investigación, de acuerdo a la información obtenida del instrumento aplicado en la misma.

Al final se presentan las conclusiones y recomendaciones, a las cuales se ha llegado, luego de realizar la investigación. Posteriormente se incluye el glosario de términos, la bibliografía y los anexos.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El siglo XX introdujo grandes cambios y transformaciones que influyeron mucho en las organizaciones, en su administración y en su comportamiento. Es un siglo que puede definirse como el siglo de las burocracias o el siglo de las fábricas, a pesar del cambio acelerado de las últimas décadas. En este sentido, durante el siglo XX podemos distinguir tres eras organizacionales diferentes: la era industrial clásica, la era industrial neoclásica y la era de la información.

Es en la era de la información la cual se inició en la década de 1990, donde se muestra los cambios relacionados con la manera de tratar a las personas dentro de las organizaciones. Su característica principal son los cambios, que se tornaron más rápidos, imprevistos, turbulentos e inesperados. La tecnología de la información, que integra la televisión, el teléfono, el computador generó desarrollos impredecibles y transformó el mundo en una verdadera aldea global, impacto comparable al que tuvo la revolución industrial en su época. La tecnología de la información suministro las condiciones básicas para el surgimiento de la globalización de la economía; el capital financiero dejó de ser el recurso más valioso y cedió el lugar al conocimiento. Más importante que el dinero es el conocimiento sobre cómo emplearlo y aplicarlo con rentabilidad. En estas circunstancias, los factores tradicionales de producción (tierra fuerza laboral y capital) generan retornos cada vez menores. Es la época del conocimiento, del capital humano, y del capital intelectual. El conocimiento se vuelve básico y el desafío primordial es la productividad del conocimiento. Convertir el conocimiento en algo útil y productivo es la mayor responsabilidad de la gerencia.

Según un artículo de HRMagazine, “el activo en capital humano de una empresa es la suma colectiva de las características, la experiencia de vida, el conocimiento, la inventiva, la energía y el entusiasmo que el personal desea invertir en su trabajo.”

La administración de recurso humano es una de las áreas más afectadas por los recientes cambios que acontecen en el mundo moderno. Las empresas se dieron cuenta de que las personas son el elemento central de su sistema nervioso porque introducen la inteligencia en los negocios y la racionalidad en las decisiones. Tratar a las personas como recursos organizacionales es desperdiciar el talento y la mente productiva. Por lo tanto para proporcionar esta nueva visión de las personas, hoy se habla de gestión de talento humano y no de recursos humanos, y ya no se tratan como meros empleados remunerados en función de la disponibilidad de tiempo para la organización, sino como socios y colaboradores del negocio de la empresa.

Otro concepto muy importante relacionado al capital humano es la capacidad de los empleados en una organización.

Según; Idalberto Chiavenato (2000) define que la capacidad es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. La capacitación entraña la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como desarrollo de habilidades y competencias. Dentro de una concepción más limitada, Flippo explica que la “Capacitación es el acto de aumentar el conocimiento y la pericia de un empleado para el desempeño de determinado puesto o trabajo”. McGehee subraya que “Capacitación significa educación especializada. Comprende todas las actividades, que van desde adquirir una habilidad motora hasta proporcionar conocimientos

técnicos, desarrollar habilidades administrativas y actitudes ante problemas sociales”. Según el National Industrial de Estados Unidos, la finalidad de la capacitación es ayudar a los empleados de todos los niveles a alcanzar los objetivos de la empresa, al proporcionarles la posibilidad de adquirir el conocimiento, la práctica y la conducta requeridos por la organización.(p.386)

Merlens; define también la capacidad o competencia como la forma de actuar un individuo en su puesto de trabajo, mientras más compleja sea la misma, mas difícil resulta identificar las tareas y competencias críticas relacionadas con el éxito en dicho puesto.(p. 60)

Ahora bien, Capital Humano y la capacidad de estos, son temas relacionados al concepto de capital intelectual, que puede ser una teoría nueva pero en la práctica ha existido desde hace años como cuestión de sentido común. Ha estado escondido entre el valor de mercado de una compañía y su valor en libros.(Edvinsson y Malone 1998, pp14).

Skandia la compañía escandinava de seguros y servicios financieros, define el capital intelectual como “la posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con clientes y destrezas profesionales que dan a la empresa una ventaja competitiva en el mercado” (Flores, 2001,pp.1)

En ese mismo sentido debido al aumento de los usuarios y clientes del Sistema Bancario en Venezuela, ocasionado por la gran diversidad de productos y servicios ofrecidas por las instituciones bancarias, se hace necesario prestar o brindar al cliente y al usuario un adecuado servicio de calidad por parte de los empleados de las diferentes instituciones bancarias, con fin de mantenerlos satisfecho y lograr la excelencia; para esto es necesario que los empleados posean capacidades, aptitudes, habilidades y conocimientos para atender a cada uno de los clientes por su

particularidad, ya que no todos los clientes poseen las mismas características, es decir, cada cliente tiene necesidades diferentes.

Con referencia a lo anterior las instituciones bancarias, están obligadas, según la resolución N° 083-11 de Fecha 15 de Marzo del 2011 emitida por la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario (SUDEBAN) que lleva por nombre:” Normas Relativas a la Protección de Usuarios y Usuarias de los Servicios Financieros”, a brindar a los usuarios y clientes una adecuada atención en cuanto a las operaciones, transacciones, peticiones, solicitudes, entre otros, utilizando un trato, cortés, amable, y respetuoso.

A los efectos de este las Instituciones Bancaria deben y están obligadas a brindar a su personal una adecuada capacitación, que permita mejorar constantemente la calidad del servicio prestado y la atención al público. Una vez más vemos como las organizaciones y en el especial los bancos, deben invertir en la capacitación de su personal, porque saben que generaran una relación entre la organización y el cliente muy importante que generara reputación, y futuras captaciones de clientes.

De igual manera los clientes, usuarios y usuarias deben ser atendidos cuando se presenten en las sucursales, agencias u oficinas dentro de los horarios establecidos en éstas; al respecto, el personal de dichas entidades tendrá entre otros aspectos que:

- a- Ser receptivo ante las preguntas que formulen los clientes, usuarios y usuarias.
- b- Ofrecer información completa y segura.
- c- No omitir detalles.
- d- Ser precisos en el suministro de la información.

- e- Brindar explicación acerca de los procedimientos a seguir para cualquier operación, transacción, petición o reclamo.

En las instituciones bancarias la relación con los clientes es primordial, ya que son estos los que mueven los motores del banco, a través del dinero que colocan en sus cuentas bancarias.

Las instituciones deberán informar y orientar adecuadamente al público, a través de comunicación impresa, visual, audiovisual, virtual o por otros medios, acerca de cualquier servicio y producto con las diferentes especificaciones, que les permita elegir conforme a sus necesidades; así como los procedimientos a seguir para efectuar operaciones, transacciones, peticiones, reclamos y toda aquello que considere pertinente, para garantizar la defensa de sus derechos.

Igualmente, deberán contar con el personal necesario durante toda la jornada de servicio al público, razón por la cual obligatoriamente todos los puestos de atención y taquillas existentes en sucursales, agencias u oficinas, tendrán que estar en funcionamiento, para lograr que la permanencia de los clientes, usuarios y usuarias en sus instalaciones sea cómoda, agradable y que los tramites a realizar se efectúen con la máxima eficiencia y eficacia. No obstante, en las horas comprendidas entre las 12 del mediodía y las 2 de la tarde, las Instituciones tomaran las medidas necesarias a los fines que se preste la totalidad de los servicios y estén operativos como mínimo el setenta y cinco por ciento (75%) de los puestos de atención y de las taquillas; esto con el fin de disminuir la permanencia excesiva de los clientes y usuarios en las instituciones bancarias, el banco que cumpla con esta normativa, generará en sus cliente satisfacción y agrado, ya que lo importante para los clientes es estar menos

tiempo en el banco y a la vez recibir información confiable sobre sus inquietudes y requerimientos.

1.1 Formulación del Problema

Sobre las bases de las consideraciones anteriores, nos proponemos constatar y verificar que el servicio prestado y la atención al público en la sucursal del Banco Exterior, en la Ciudad de Carúpano, Municipio Bermúdez del Estado Sucre, cumpla los principios de máxima eficiencia y eficacia, para lograr la satisfacción de los usuarios y clientes de la referida agencia, y así cumplir con la misión y visión establecida por el Banco Exterior para dar a conocer a la institución y afianzarla dentro las preferencias de los usuarios.

De acuerdo a lo anteriormente planteado se genera la siguiente interrogante como punto de partida:

¿Con que preparación cuenta el Capital Humano, del área de servicios y atención al cliente, de la agencia del Banco Exterior para brindar una atención de calidad a los clientes y usuarios, que permita cubrir cada unas de las necesidades de los mismos, y que estos a la vez se sientan satisfecho con la atención recibida?

De la interrogante anterior surgen unas series de interrogantes, necesarios para la consecución del presente trabajo de investigación:

¿Cuáles son los servicios prestados por la agencia del Banco Exterior?

¿Cómo es la atención prestada por el Capital Humano hacia los clientes y usuarios del Banco Exterior que permita satisfacer las necesidades de los mismos?

¿Qué actividades implementa el personal de la agencia del Banco Exterior para cubrir las necesidades de los clientes?

¿Cómo determinar que el Capital Humano cumpla con la misión y visión de la agencia del Banco Exterior?

1.2 Objetivos De La Investigación

1.2.1 Objetivos General

Evaluar el capital humano aplicado a los servicios bancarios en la agencia del Banco Exterior, ubicado en la ciudad de Carúpano, que permita brindar a los clientes y usuarios una adecuada atención.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Describir los servicios prestados por la agencia del Banco Exterior, ubicado en la ciudad de Carúpano Estado Sucre.
- Determinar la opinión de los clientes y usuarios con respecto a la atención prestada por el personal del Banco Exterior.
- Determinar si el capital humano implementa actividades especiales que permita cubrir las necesidades de los clientes de la agencia del Banco Exterior.
- Comprobar si el capital humano cumple con la misión y visión presentada por la agencia del Banco Exterior.

1.3 Justificación de la Investigación

Debido a la gran diversidad de productos y servicios ofrecidos por las instituciones bancarios que ligado al hecho de que cada vez es mayor el tiempo que los clientes y usuarios pasan en las agencias bancarias, para poder realizar sus transacciones y todo lo relacionado a sus cuentas bancarias, vemos con asombro como cada vez las mayoría de los clientes y usuarios de los distintas banco, se quejan del Capital Humano que labora en las agencias bancarios.

Dicho lo anterior nos propones indagar, averiguar sobre la preparación con que cuentan el Capital Humano de las agencias bancarias, en nuestro caso especifico la Agencia del Banco Exterior, ubicada en la ciudad de Carúpano del Estado Sucre.

Este proyecto permitirá desarrollar actividades tales como:

Indagar, descubrir el agrado de los clientes y usuarios con respecto a la atención prestada por el capital humano del Banco Exterior; establecer que el desempeño humano cumpla con la experiencia y formación de reconocida vocación de servicio que les permitan transformar el conocimiento en valor de negocio y de ser una organización eficiente y líder en servicios y soluciones integradas.

1.4 Delimitación de la Investigación

La investigación que nos proponemos realizar esta delimitada al Capital Humano del área de servicios y atención al cliente, en la Agencia del Banco Exterior, es decir, a los cajeros y ejecutivos de negocios, ya que estos son los que tienen más contactos con los clientes y usuarios y de su atención dependerá la relación entre el cliente y usuario que acuda a la agencia y el banco.

CAPITULO II

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En la actualidad no existen trabajos de investigación realizados con anterioridad por los estudiantes de la Universidad de Oriente, Núcleo de Sucre. Como antecedentes para esta investigación se tomará en cuenta artículos extraídos de internet, redactados por profesionales conocedores del tema, que trata sobre los principales conceptos relacionados con el tema a investigar, ya que son base de información para nuestro trabajo, a continuación los mencionaremos:

- El Capital Intelectual y la Contabilidad. Realizado por Jack Araujo, Profesor e investigador contable, cuyo objetivo es discutir la importancia estratégica del capital intelectual organizativo, su naturaleza como activo intangible y la manera como la contabilidad debe tratarlo. El autor opina que la contabilidad tradicional ha ignorado hasta ahora este valioso recurso llamado Capital Intelectual y que ha sido incapaz de medir y revelar en sus estados financieros este tipo de información, necesaria para apoyar la gestión de este tipo de activo intangible.
- Modelo Contable de Medición del Capital Intelectual. Escrito por el M. Sc. Abilio Marrero Rodríguez, trata sobre los modelos existente para medir el capital intelectual y llega a la conclusión que la medición del capital intelectual es un asunto de gran importancia para la empresa, ya que refleja más acertadamente su valor real, y demanda una gestión más eficiente de los activos intangibles de la empresa.
- Medición y Elaboración de Informes de Capital Intelectual. Desarrollado por Patricia Ordoñez de Pablos, profesora de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Oviedo, España, donde se hace mención a los diferentes

- Los Activos Intangibles en la Contabilidad: medición y valoración. Realizado por Carlos Serrano y Fernando Chaparro, ambos profesores de la Universidad de Zaragoza (España) y Bucaramanga (Colombia), respectivamente, cuyo objetivos del escrito es plantear las nuevas necesidades de información ligadas al capital intelectual de las empresas e identificar y medir los activos intangibles de las empresas.

2.1 Bases Teóricas

Capital Intelectual:

Es un concepto de mucha polémica, muy al contrario del capital financiero, que es cuantitativo y numérico y se basa en activos tangibles y contables, el capital intelectual es totalmente invisible e intangible. De ahí la dificultad de administrarlo y contabilizarlo de manera adecuada. (Chiavenato, 2008)

Algunos autores incluyen en su definición de capital intelectual, tanto el potencial del cerebro humano (conocimiento) como los nombres de los productos, marcas de fábricas, liderazgo en tecnologías, entrenamiento de los empleados, posición del mercado, lealtad de clientela, calidad, entre otros. (Araujo, Jack: www.jackaraujo.com)

Para Ordoñez Patricia (2002): “Medición y Elaboración de Informes de Capital Intelectual” www.gestiondelconocimiento.com: el concepto intelectual recoge todos aquellos activos de la empresa que cumplen dos condiciones: en primer lugar, deben ser activos estratégicos, y por lo tanto, con potencial para crear valor, y en segundo lugar, la normativa contable no debe permitir su incorporación en los estados contables. Continuando con Ordoñez (2002): “El Capital Intelectual incluye, entre otros, los siguientes elementos: conocimientos de los empleados, valor de las relaciones con clientes, proveedores, socios, cultura y estructuras organizativas, entre otros.

Composición del Capital Intelectual:

Según Idalberto Chiavenato (2008) el capital intelectual está compuesto por tres elementos o factores, que son: Capital Humano (Fuerza de Trabajo), Capital Interno (Estructura Interna), Capital Externo (Estructura Externa).

- **Capital Humano:** es el patrimonio invaluable que una organización puede reunir para alcanzar la competitividad y el éxito. El capital humano está compuesto por dos aspectos principales: Talentos y contexto. Los talentos son personas especiales dotados de conocimiento, habilidades y competencias que son reforzados, actualizados y recompensados de forma constante. El contexto es el ambiente interno adecuado para que los talentos florezcan y crezcan. Sin él, los talentos se marchitan o mueren. Según Chiavenato (2008): “El Capital Humano es la parte más importante del Capital Intelectual”
- **Capital Interno:** los crean las personas y los utiliza la organización, comprende los conceptos, modelos, procesos, sistemas administrativos y de información.
- **Capital Externo:** depende de la manera en que la organización resuelve y ofrece soluciones para los problemas de los clientes, comprende las relaciones con los clientes y proveedores, marcas, imagen y reputación.

Por otra parte **Serrano Cinca, C** y **Chaparro, F** (2001): "Los activos intangibles en la Contabilidad: medición y valoración", [en línea] *5campus.com*, *Capital Intelectual* <<http://www.5campus.com/leccion/capint1>> [consultado el 20 de Diciembre del 2011], coinciden en varios aspectos con Chiavenato. Serrano y Chaparro dicen que “los activos intangibles se suelen agrupar en varios tipos según se refiera a las aptitudes y conocimiento de los recursos humanos de la empresa, activos de la organización interna como la capacidad de los sistemas de información de que dispone la empresa o referidos a la estructura externa como la clientela o las marcas”.

- Activos Intangibles de Estructura Externa: Serrano y Chaparro (2001) los descomponen en tres tipos, que serían los más conocidos e importantes, que son:
 - ✓ Activos de Mercado: según los mismos autores los más conocidos son las marcas, el prestigio e imagen de la empresa, denominación social o las franquicias. Estos activos intangibles son valorados frecuentemente, tal es el caso de los mercados de franquicias. Para valorar las marcas se tienen en cuenta aspectos como su carácter internacional o local, liderazgo o cómo está protegida.
 - ✓ Clientela de la Empresa: en este grupo de activos intangibles se suelen incluir la fidelidad, satisfacción, importancia o reputación de la clientela. Para medir este tipo de intangibles se suelen usar índices de satisfacción del consumidor o del cliente que se obtienen a través de la aplicación de encuestas propias de la empresa o llevadas a cabo por empresas independientes. Para medir la fidelidad de la clientela se pueden usar indicadores como la cantidad de ingresos provenientes de los clientes antiguos.
 - ✓ Relaciones y Alianzas: las relaciones que establezcan las empresas con otras empresas, con proveedores, instituciones públicas o privadas, los accionistas son consideradas intangibles, así como también las alianzas estratégicas, en materia de tecnología, de producción y de comercio.

- Activos Intangibles de Estructura Interna: este tipo de clasificación se refiere a la estructura organizativa de la empresa bien sea formal o informal, a los métodos y procedimientos de trabajo, a los sistemas de dirección y gestión, la cultura de la empresa y la filosofía de gestión.

- ✓ Los sistemas de información de una empresa tales como software, bases de datos, o el uso eficiente de tecnologías de la comunicación también es un activo intangible, debido a la ventaja estratégica que representa, para valorar este tipo de intangibles se utilizan indicadores que estudian y analizan el uso de la tecnología de punta existente en una empresa.
- ✓ Investigación y Desarrollo: también son activos intangibles, es uno de los que ya se recogen en la contabilidad, aunque desde la perspectiva del capital intelectual se critica sus normas de valoración (Serrano y Chaparro 2001). En este grupo se incluyen también los activos intelectuales como patentes, copyright (derechos de autor), diseños, secretos. Se puede obtener muchos indicadores como el número de patentes y sus costos de mantenimiento, el porcentaje de recursos que destina la empresa a la investigación y desarrollo o su incremento, entre otros.

- Activos Intangibles de Recursos Humanos:

- ✓ Conocimientos y Habilidades de los empleados: se consideran los activos intangibles más importantes dentro de la empresa. Para medirlos, puede utilizarse el nivel de titulación alcanzada, las calificaciones profesionales y los conocimientos técnicos que posee el personal.

Existen otros indicadores para medir este tipo de intangibles como los años de experiencias. El gasto que hace la empresa en capacitación y el tiempo que dedican los empleados a esta actividad es otro indicador para medir este intangible.

- ✓ Los valores, actitud y motivación de los empleados son otros activos intangibles, se estudia el comportamiento de los empleados más brillantes y se calcula el valor de mercado de su producto.
- ✓ Satisfacción de los empleados: para medirse se puede utilizar encuestas, que pudiera ser internas o realizadas objetivamente por empresas independientes de consultoría, con el fin de obtener el Índice de Capital Humano; Este índice trata de medir la capacidad global de los empleados para crear valor.
- ✓ Creatividad, liderazgo y capacidad de gestión de los directivos: es considerado por muchas empresas como activo intangibles muy importantes. Existen empresas que dependen mucho de la capacidad de un líder, como por ejemplo Microsoft (Serrano y Chaparro 2001). La pérdida de personas insustituibles como directivos, técnicos, informáticos, entre otros causaría para la empresa un importante perjuicio.

Valoración de los Activos Intangibles:

Serrano y Chaparro (2001) proponen que los activos intangibles se valoren de la forma más objetiva posible y una vez valorados, la propuesta más audaz es tratarlos contablemente como activos físicos, es decir, como activos que se amortiza.

Igualmente ambos autores señalan que ignorar o contabilizar los activos intangibles como gastos provoca distorsiones en los beneficios y hace que las empresas con mayor innovación presenten balances más pobres, y que además el coste histórico no es apropiado para activos intangibles, es decir, deben reflejar su valor potencial o de mercado. Dicha propuesta representa una ruptura del modelo contable tradicional.

En el mismo artículo escrito por Serrano y Chaparro (2001) hacen mención a algunas empresas como BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria), CELEMI (simulaciones de negocios), Skandia (empresa aseguradora) que presentan un documento complementario que recoge los activos intangibles que poseen.

¿Por qué medir los Activos Intangibles?

Ordoñez (2002) en su escrito expresa que “Empresas Suecas y Danesas han comenzado a medir los activos intangibles” considerados estratégicos y que no son incorporados en los estados financieros tradicionales. Las razones alegadas por estas empresas son las siguientes:

- Refleja acertadamente el valor real de la empresa.
- Se demanda una gestión eficiente de los activos intangibles.
- “Lo que se mide, se gestiona”, es decir, hay que centrarse en proteger y aumentar aquellos activos que reflejan valor.
- Apoya el objetivo corporativo de aumentar el valor de las acciones, y
- Proporciona información más útil a inversores actuales y potenciales. Cuanto mayor sea el ratio de valor de activos intangibles respecto a los activos intangibles en una empresa, mayor será la incertidumbre de la inversión. Por ello, las empresas necesitan declarar sus activos intangibles.

Modelos utilizados para la Medición de los Activos Intangibles:

- Razón entre valor de Mercado y Valor Contable: Serrano y Chaparro (2001) expresan que: “Una medida aproximada de los activos intangibles la da la relación entre el valor de mercado (se obtiene multiplicando el número de

Por otra parte Marrero, Abilio (2001): “Modelo Contable de Medición del Capital Intelectual”. www.gestiondelconocimiento.com; expresa que dicha razón también es conocida como “Fondo de Comercio o goodwill”. Define el valor de mercado como el valor de las acciones por el número de las acciones y el valor contable es la parte patrimonial del balance, es decir, lo que queda una vez que se descuentan todos los pasivos. Abilio (2001), citando a Santandreu (2000): “hay que reconocer que este valor obedece al comportamiento de la Bolsa y va fluctuar en dependencia de los conocimientos que tengan de la organización otras personas o entidades y va a estar condicionado por su imagen, su proyección en el entorno, sus perspectivas y el valor conocido de su capital Humano”.

- Método NCI de Illinois (Kellogg School of Business de Northwestern University): según el Abilio (2001), este método propone una manera elegante de asignar un valor monetario a los bienes intangibles, adaptando el que se usa para calcular el valor de una marca. Una marca permite a su propietario obtener una rentabilidad de capital superior a sus competidores. El cálculo de esa diferencia permite determinar el valor de la marca:
 - ✓ Calcular el promedio de ganancias antes de impuestos durante 3 años.
 - ✓ Buscar en el balance los bienes tangibles promedio durante 3 años.
 - ✓ Encontrar la rentabilidad sobre activos, dividiendo la ganancia entre los activos.

- ✓ Buscar información similar de otras empresas de la misma industria en los últimos 3 años.
- ✓ Calcular la rentabilidad excedente, multiplicando la Rentabilidad promedio por el monto de los bienes tangibles de la empresa, obteniendo lo que ganaría una empresa promedio de ese sector. Restar las ganancias de esta empresa obteniendo el valor del excedente.
- ✓ Calcular los impuestos que se pagarían. Restar estos impuestos a la ganancia excedente.
- ✓ Calcular el valor presente de ese valor, por ejemplo, dividiendo entre el costo de capital de la empresa.

En caso de que la rentabilidad de la organización sea inferior a la media del sector, no se aplica este método, se aplicaría el método de la “q de Tobin”.

- Método de la “q de Tobin”: es un índice desarrollado por James Tobin, premio Nobel de Economía, consiste en comparar el valor de adquisición de un bien con su valor de reposición.

Ordoñez Patricia (2000): “Importancia Estratégica de la Medición del Capital Intelectual en las Organizaciones” www.gestiondelconocimiento.com dice lo siguiente: “dadas las limitaciones de las primeras aproximaciones a la medición del capital intelectual” se hace necesario nuevas formas de medición del capital intelectual, entre las cuales ella señala los siguientes modelos:

- Modelo de Skandia: es una empresa sueca que propone el “Esquema Skandia de Valor” donde se muestra que el capital intelectual está formado por: 1) capital humano, y 2) capital estructural, que se divide en capital de cliente y capital organizativo, es decir, todo aquello que permanece cuando los empleados se

Ordoñez (2000): “Edvinsson y Malone (1997) proponen una ecuación para calcular el Capital Intelectual de la empresa, de modo que se puedan realizar comparaciones entre empresas:

$$\text{Capital Intelectual Organizativo} = i \times C, i = (n/x)$$

Donde C es el valor del capital intelectual en unidades monetarias, i es el coeficiente de eficiencia con que la organización está utilizando dicho capital, n es igual a la suma de los valores decimales de los nueve índices de eficiencia propuestos por estos autores, y x es el número de esos índices”.

Ordoñez (2000), citando a Edvinsson y Malone (1997): “el coeficiente de eficiencia del capital intelectual (i) es el auténtico detector de nuestra ecuación. Así como la variable absoluta (C) recalca el compromiso de la organización con el futuro, la variable eficiencia (i) relaciona estas afirmaciones en el comportamiento actual”.

Por otra parte la misma autora menciona a otras herramientas desarrolladas por Skandia como lo son: “Dolphin, un sistema de software de control empresarial y de información. Está basado en el «Skandia Navigator» y permite que el usuario elija el enfoque bajo el cual quiere observar una operación, y además permite realizar simulaciones; 2) IC-Index TM, son indicadores del Capital

Intelectual y de sus componentes, los cuales se pueden consolidar para formar una medida que pueda describir dinámicamente el Capital Intelectual y su desarrollo a lo largo del tiempo. También permite realizar comparaciones entre cambios en el capital intelectual de la empresa y cambios en el valor de mercado de la misma.

- El Cuadro de Mando Integral o Marcador Equilibrado: Ordoñez (2000) cita a Ulrich (1997): “este Cuadro de Mando Integral ha sido desarrollado por Kaplan y Norton (1992, 1993, 1996) y se utiliza como herramienta de medición y gestión en empresas como AT&T, Eastman Kodak, American Express y Taco Bell. Cada organización tienen múltiples «stakeholders» o grupos de individuos con los que interacciona para desarrollar sus negocios, y como señala Kaplan y Norton (1993) en los últimos años los modelos de «stakeholders» (grupos de personas que tiene interés en la empresa, como los empleados, clientes e inversores) se han traducido en marcadores equilibrados. Como señala Kaplan y Norton (1992, 1993 y 1996) la premisa sobre la que se construye el Cuadro de Mando Integral es que para tener una organización con éxito se deben satisfacer los requisitos demandados por tres grupos de individuos: 1) Los inversores, que requieren rendimientos financieros, medidos a través de la rentabilidad económica, el valor de mercado y cash flow; 2) Los clientes, que exigen calidad, medida a través de la cuota de mercado, el compromiso y retención del cliente, por ejemplo; 3) Los empleados, que desean un lugar de trabajo próspero, que se puede medir como las acciones de los empleados y la organización. Añade, junto con las medidas financieras, medidas para los clientes, los procesos internos y la innovación. El Cuadro de Mando Integral recoge las medidas del grupo de empleados, el más difícil de medir, a través la productividad, las personas, y los procesos.

- Monitor de Activos Intangibles (Intangible Assets Monitor): Ordoñez (2000): “Esta herramienta constituye una teoría de flujos y stocks (Sveiby, 1999) cuyo objetivo es guiar a los directivos en la utilización de activos intangibles, identificación de flujo y renovación de los mismos, así como evitar su pérdida. Se centra en tres activos intangibles (Activos de estructura externa, activos de estructura interna, y activos de capacidad de las personas), aceptando los indicadores financieros existentes. Una empresa que utiliza esta herramienta en la medición de sus activos intangibles es la empresa sueca Celemi, cuya actividad se centra en el desarrollo y venta de herramientas a nivel global. El Monitor de Activos Intangibles de Celemi tiene por objetivo (Sveiby, 1997b) determinar si sus activos intangibles están generando valor y si se utilizan eficientemente. El denominado "Balance Invisible" de Celemi clasifica estos activos bajo los siguientes títulos: 1) "Nuestros clientes", que se refiere a una estructura externa de relaciones con clientes, proveedores, marcas, contratos, reputación e imagen. Los empleados de Celemi son los que crean esta estructura, 2) "Nuestra organización", es la estructura organizativa constituida por patentes, conceptos, modelos de contratos con proveedores y sistemas informáticos y de apoyo, 3) "Nuestra gente", que son las capacidades combinadas de los empleados de Celemi. El Informe Anual de Celemi de 1995, afirma que para conocer el impacto de los clientes, la empresa calcula la proporción de ventas procedentes de tres categorías de clientes: 1) Aquellos que incrementan la imagen, es decir, la estructura externa, 2) Aquellos que aumentan la organización, mejorando por tanto la estructura interna, 3) Aquellos que incrementan la capacidad, permitiendo que los empleados de Celemi aprendan de ellos”.
- Modelo de Dirección Estratégica por Competencias: este modelo está integrado por cuatro bloques (Capital organizativo, capital humano, capital tecnológico y capital relacional), que reflejan los tres pilares básicos de la Dirección

$$CI = CH + CO + CT + CR$$

Donde:

CI: Capital Intelectual o Intangible,

CH: Capital Humano o conjunto de competencias personales.

CO: Capital Organizativo o conjunto de competencias organizativas.

CT: Capital tecnológico o conjunto de competencias tecnológicas.

CR: Capital Relacional o conjunto de competencias relacionales o de entorno.

Sustituyendo los componentes de la “competencia básica distintiva” (CBD: A + Co + Ca) en la ecuación anterior:

$$CI: (A^h + Co^h + Ca^h) + (A^o + Co^o + Ca^o) + (A^t + Co^t + Ca^t) + (A^r + Co^r + Ca^r)$$

siendo:

h: supra índice que expresa las competencias de las personas, suma de sus actitudes, valores, de sus conocimientos y capacidades de aprender y actuar.

o: supra índice que explica las competencias de la organización, suma de sus actitudes o valores, de sus activos intangibles (conocimientos incorporados por el aprendizaje organizativo) y de sus capacidades.

t: supra índice que indica las competencias tecnológicas, suma de las actitudes o visión tecnológicas, de los conocimientos incorporados (patentes, modelos entre otros) y las capacidades tecnológicas o “know-how”.

r: supra índice que expresa las competencias relacionadas, suma de las actitudes o de la visión estratégica, de los conocimientos incorporados (alianzas, contratos, marcas, entre otros) y de las capacidades en la gestión de las relaciones con los “agentes frontera”

- Technology Broker: “Annie Brooking, fundadora y directora de la Consultoría The Technology Broker (Reino Unido), líder en servicios de desarrollo del Capital Intelectual, desarrolló un modelo de medición de activos intangibles que se recoge bajo el nombre de Technology Broker en su libro Intellectual Capital (1996). Las medidas de Capital Intelectual son útiles (Brooking, 1996) por las siguientes razones: 1) validan la capacidad de la organización para alcanzar sus metas, 2) planificar la investigación y desarrollo, 3) proveen información básica para programas de reingeniería, 4) proveen un foco para educación organizacional y programas de formación, 5) calculan el valor de la empresa, y 6) amplían la memoria organizativa”

“El Capital Intelectual está formado por cuatro categorías de activos (Brooking, 1996): activos de mercado (marcas, clientes, imagen, cartera de pedidos, distribución, capacidad de colaboración, etc.) activos humanos (educación, formación profesional, conocimientos específicos del trabajo, habilidades), activos de propiedad intelectual (patentes, copyrights, derechos de diseño, secretos comerciales, etc.) y activos de infraestructura (filosofía del negocio, cultura organizativa, sistemas de información, bases de datos existentes en la empresa, etc). Al igual que en el Modelo de Skandia, el Modelo Technology Broker supone que la suma de activos tangible más el Capital Intelectual configuran el valor de mercado de una empresa. Este modelo, a diferencia de los anteriores, revisa una lista de cuestiones cualitativas, sin llegar a la definición de indicadores cuantitativos, y además, afirma que el desarrollo de metodologías para auditar la información es un paso previo a la generalización de la medición del Capital Intelectual”.

2.2 Bases Históricas

El 21 de Enero de 1956, bajo la tutela del Banco Exterior de España, un grupo de empresarios venezolanos y extranjeros constituyen una Compañía Anónima Venezolana cuya denominación sería, "Banco Exterior, Compañía Anónima", quedando registrada de esta forma ante el Registro Mercantil de la Primera Circunscripción de Caracas.

El objeto de la Compañía sería realizar toda clase de operaciones bancarias autorizadas por la Ley, teniendo como Capital inicial 20 millones de bolívares, representado por 40 mil acciones nominativas con un valor nominal de Bs. 500 cada una.

No obstante, no es sino hasta el 24 de Enero de 1958 cuando finalmente abre sus puertas al público.

Posteriormente, en el año 1971, modifica la estructura patrimonial original de manera que pueda acogerse al régimen consagrado en la Ley, el cual establece límites a la participación extranjera en un máximo de 20%.

El primer semestre del año 1997, el Banco EXTERIOR fue autorizado para funcionar como Banco Universal, lo que permite ofrecer una mayor variedad de productos y servicios financieros.

Continuando con los cambios generados de la conversión a Banco Universal, durante el primer semestre de 1998, el Banco EXTERIOR dió inicio al proceso de fusión con las empresas Fondo Exterior y Arrendadora Exterior.

Actualmente forman parte del Grupo IF, cuya actividad empresarial comprende diversas áreas que van desde el sector industrial hasta el sector financiero.

En la ciudad de Carúpano la oficina del Banco Exterior se apertura el día 15 de Julio del 2009, con una plantilla de empleados encabezadas por Rosa Portugués como Sub Gerente o Gerente de Servicios, dos ejecutivos de negocios que son: Damelis Millán y Jeraldin Renault, dos cajeros integrales que son Linet Rosario y Félix Espinoza, para el momento de la apertura no contaba con Gerente o Gerente de Negocios, sino hasta el día 14 de Marzo del 2011, cuando asume este cargo el Sr Miguel Malave. Vale mencionar que actualmente Linet Rosario fue ascendida al cargo de Cajero Principal y se estaba en gestión para contratar a un nuevo cajero.

2.3 Bases Legales

Actualmente el marco legal que regula este tipo de instituciones financieras, lo conforman diversas normativas, porque no se trata de una Ley determinada la que se aplicaría, sino más bien el conjunto de leyes y providencias que impactan a este tipo de empresas, partiendo de la propia Constitución de la Republica Bolivariana de Venezuela, Ley de Bancos e Instituciones Financieras y las Providencias, y como son empresas consideradas contribuyentes se tomará en cuenta la Ley de Impuesto Sobre la Renta.

Para no hacer del presente contenido un tedioso análisis de un articulado específico, nos limitamos a listar y comentar aquellas leyes que son de tradicional aplicación en este tipo de empresas.

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela:

Enuncia el derecho de los venezolanos a dedicarse a la actividad económica de su preferencia, sin que las instituciones bancarias escapen a tales opciones, según el artículo 112 De los Derechos Económicos; Artículo 229 del Régimen Socioeconómico.

TÍTULO III: DE LOS DERECHOS HUMANOS Y GARANTÍAS, Y DE LOS DEBERES

Capítulo VII De los Derechos Económicos

Artículo 112. Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado

promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país.

TÍTULO VI DEL SISTEMA SOCIO ECONÓMICO

Capítulo I Del Régimen Socio Económico y de la Función del Estado en la Economía

Artículo 299. El régimen socioeconómico de la República Bolivariana de Venezuela se fundamenta en los principios de justicia social, democracia, eficiencia, libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, a los fines de asegurar el desarrollo humano integral y una existencia digna y provechosa para la colectividad. El Estado conjuntamente con la iniciativa privada promoverá el desarrollo armónico de la economía nacional con el fin de generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía económica del país, garantizando la seguridad jurídica, solidez, dinamismo, sustentabilidad, permanencia y equidad del crecimiento de la economía, para lograr una justa distribución de la riqueza mediante una planificación estratégica democrática participativa y de consulta abierta.

- Ley de Instituciones del Sector Bancario:

Esta ley tiene como objetivo fundamental regular las actuaciones de sistema bancario, así como garantizar su funcionamiento, de manera transparente, confiable y sustentable. De igual manera garantiza a la población el derecho de

disfrutar de los servicios bancarios. Tomaremos e consideración los artículos 1, 3 y 6 de la presente ley.

TITULO I

DISPOSICIONES GENERALES, DEFINICIONES Y PRINCIPIOS.

Artículo 1º: La presente ley establece el marco legal para la constitución, funcionamiento, supervisión, inspección, control, regularización, vigilancia y sanción de las instituciones que operan, en el sector bancario venezolano, sean estas públicas, privadas, o de cualquier otra forma de organización permitida por esta Ley y la Ley Orgánica del Sistema Financiero Nacional.

Artículo 3º: El sector bancario privado comprende el conjunto de instituciones privadas, que previa autorización del ente regulador se dedican a realizar actividades de intermediación financiera y que se denominarán en la presente Ley instituciones bancarias. También forman parte de este sector las casas de cambio y los operadores cambiarios fronterizos, así como las personas naturales y jurídicas que prestan sus servicios financieros auxiliares, los cuales se denominan como instituciones no bancarias definidas en los artículos 13, 14 y 15 de la presente Ley. El sector bancario público comprende el conjunto de entidades bancarias en cuyo capital social la República Bolivariana de Venezuela posee la mayoría accionaria, que estarán reguladas por la presente Ley en aquellos aspectos no contemplados en su marco legal. Las actividades y operaciones a que se refiere esta Ley se realizarán de conformidad con sus disposiciones, la Constitución de la República, el Reglamento de la presente Ley, la Ley que regula la materia mercantil, la Ley Orgánica del Sistema Financiero Nacional, la Ley del Banco Central de Venezuela, las demás leyes aplicables, los reglamentos que dicte el Ejecutivo Nacional, la normativa prudencial que dicte la Superintendencia de las Instituciones del Sector

Bancario; así como a las resoluciones emanadas del Banco Central de Venezuela.

Las instituciones financieras del poder comunal y popular se encuentran exentas de la aplicación de este artículo y serán reguladas en sus operaciones por el marco normativo que les corresponda.

Artículo 6°: Para los efectos de la presente Ley la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario es el ente de regulación del sector bancario bajo la vigilancia y coordinación del Órgano Superior del Sistema Financiero Nacional. En esta Ley se entiende por normativa prudencial emanada de la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario, todas aquellas directrices e instrucciones de carácter técnico contable, legal y tecnológico de obligatoria observancia, dictada mediante resoluciones de carácter general y a través de las circulares enviadas a las personas naturales o jurídicas sometidas a su control.

- La Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario:

Es el ente de regulación del sector bancario bajo la vigilancia y coordinación del Órgano Superior del Sistema Financiero Nacional. Es una institución autónoma con personalidad jurídica y patrimonio propio e independiente de los bienes de la República, y se regirá por las disposiciones que establezcan la Ley Orgánica del Sistema Financiero Nacional y la Ley de las Instituciones del Sector Bancario. Corresponde a esta Superintendencia autorizar, supervisar, inspeccionar, controlar y regular el ejercicio de la actividad que realizan las instituciones que conforman el sector bancario, así como, instruir la corrección de las fallas que se detecten en la ejecución de sus actividades y sancionar las conductas desviadas al marco legal vigente. Todo ello con el fin de garantizar y

defender los derechos e intereses de los usuarios y usuarias del sector bancario nacional y del público en general.

- Resolución N° 083-11 de Fecha 15 de Marzo del 2011, emitida por la SUDEBAN: “NORMAS RELATIVAS A LA PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS Y USUARIAS DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS”
En relación a esta resolución, trata sobre las normas que protegen a los usuarios y las obligaciones de las instituciones bancarias, tomaremos como referencia los artículos 1, 3, 7,11 de la misma.

CAPITULO I DEL OBJETO Y DEFINICIONES

Artículo 1°: Las presentes normas están dirigidas a las instituciones bancarias sometidas a la inspección, supervisión, vigilancia, regulación y control de la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario.

CAPITULO II DE LOS DERECHOS Y LA ATENCIÓN

Artículo 3°: Las Instituciones deberán prestar a sus clientes, usuarios y usuarias trato personal como telefónicamente, una adecuada atención en cuanto a las operaciones transacciones, peticiones, reclamos y solicitudes que éstos realicen; para ello, utilizarán un trato cortés, amable y respetuoso. La atención ofrecida a los clientes, usuarios y usuarias será totalmente gratuita.

CAPITULO III
DE LAS OBLIGACIONES DE LAS INSTITUCIONES

Artículo 7°: Las instituciones deberán prestar a los clientes, usuarios y usuarias, servicios y atención de excelencia, para ello implementara mecanismos o sistemas que tiendan a disminuir, entre otras aspectos, la permanencia excesiva, por lo que el tiempo de espera para cada ciudadano no podrá ser superior a treinta (30) minutos para las operaciones de taquilla

Artículo 11°: Las instituciones deberán brindar a su personal una adecuada capacitación, que permita mejorar constantemente la calidad de la prestación del servicio y la atención al público. En este sentido, serán impartidos con una frecuencia de dos (2) o tres (3) cursos semestrales referidos o relativos al conocimiento de estas normas y demás normas de carácter general y sublegal, en materia de atención al cliente, usuarios y usuarias en general.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación está enmarcada en un proceso metodológico que tiene como finalidad alcanzar resultados confiables y exactos. De este modo, se describen las diversas fases técnicas para el análisis de la información requerida por la metodología para el desarrollo de la investigación; para llegar a dicho fin se debe considerar lo siguiente: El diseño de investigación, el nivel de investigación, la población, las técnicas de recolección de datos, y el análisis y procesamiento de los datos. Según Tamayo (2003), “Científicamente la metodología es un procedimiento general para lograr de manera precisa el objetivo de la investigación, por lo cual nos presentan los métodos y técnicas para la realización de la investigación” (pág. 175).

La metodología es fundamental en la investigación y constituye un modelo general que facilita una estructura sistemática para el análisis de la información a través de técnicas que permiten obtener resultados confiables y objetivos sobre el tema que se está investigando.

Todo proceso investigativo implica la realización de un conjunto de actividades de orden metodológico que va a permitir reunir y analizar la información pertinente, relacionada con el nivel de profundidad que se desea englobar en éste, tomando en cuenta una serie de elementos que definen los siguientes aspectos considerados en la investigación.

3.1 Tipo de Investigación

El tipo de investigación o diseño de investigación según Arias (2006) “es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado. En atención al diseño, la investigación se clasifica en documental, de campo y experimental. (pág. 26)

En la presente investigación, la información recabada fue de primera mano, es decir, de manera directa de la realidad de los hechos, es por ello, que la investigación es de campo, debido a que la recolección de los datos fue realizada a través de fuentes primarias en el lugar de estudio, en este caso, los empleados del Área de Servicios de la Agencia del Banco Exterior, ubicada en la ciudad de Carúpano. Igualmente se aplicó una encuesta a los clientes de la referida agencia para conocer la opinión de estos con respecto a los servicios prestados y con la atención recibida.

Al respecto Tamayo y Tamayo (1996), indica lo siguiente:

“La investigación de campo ocurre cuando la estrategia que cumple el investigador se basa en métodos que permiten recoger los datos en forma directa de donde se presentan. Los datos así obtenidos son llamados primarios o de primera mano”. (Pág. 36).

Aria (2006) la define como:

“La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes” (Pág. 31).

3.1.1 Nivel de la Investigación

El estudio se adecua a los propósitos de un nivel de investigación descriptivo, así como lo plantea Sabino (1992), quien expresa: “La investigación descriptiva se propone conocer grupos homogéneos de fenómenos utilizando criterios sistemáticos que permitan poner en manifiesto su estructura o comportamiento de esta manera se pueden obtener las notas que caracterizan la realidad estudiada”. (Pág. 30). Entonces, se trata de un estudio descriptivo en la medida de que el fin último es el de determinar si el capital humano, de la Agencia del Banco Exterior, está preparado para brindar un servicio de calidad a los clientes y usuarios que conlleve a la satisfacción de los mismos con la atención recibida.

3.1.2 Población

La población es la totalidad de las entidades que integran el fenómeno en estudio. Para Tamayo (2003) población es:

“La totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y que se le denomina población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación”. (Pág. 178).

Por lo tanto, la población está conformada por los empleados en el Área de Servicios y Atención al Cliente de la Agencia del Banco Exterior, conformados por cinco trabajadores.

3.1.3 Muestra

Por ser la población de ésta investigación considerada pequeña, la muestra para la realización de la misma, son los cinco empleados que integran el Área de Servicios y atención al Cliente. Al respecto Seltiz (1981) sostiene que: “cuando la amplitud de la población es inferior a 90 sujetos u objetos, el investigador deberá recoger la información de la clase integra en relación con el problema, ya que cada clase forma una unidad de análisis” (Pág.84).

Sobre la base de las consideraciones anteriores, Tamayo (2003) menciona que “a partir de la población cuantificada para una investigación se determina la muestra, cuando no es posible medir cada una de entidades de la población; esta muestra, se considera, representativa de la población”. (Pág. 178).

Dicho lo anterior, según Arias (2006) el muestreo aleatorio (al azar) “es un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra” (pág. 83). Por lo tanto, todos los clientes de la agencia bancaria tienen la misma probabilidad de ser escogido para formar parte de la muestra, debido a esto se tomaron al azar diez clientes para aplicarle la encuesta correspondiente.

3.1.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Según Arias (2006) “se entenderá por técnica, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información”. (pág. 67)

El mismo autor expresa que “un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información” (pág. 69)

En función de los objetivos definidos en el presente estudio, donde se plantea determinar si el capital humano, de la Agencia del Banco Exterior, está preparado para brindar un servicio de calidad a los clientes y usuarios que conlleve a la satisfacción de los mismos con la atención recibida, se empleo como técnica, la entrevista, la cual fue aplicada a cada una de las personas encargadas de la parte de servicios y atención al cliente de la Agencia Bancaria, con el fin de obtener la información relevante para la realizar esta investigación. La entrevista para Tamayo (2003), “Es la relación directa establecida entre el entrevistador y su objetivo de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales” (pág. 184). Para la obtención de información por parte de los empleados del banco se aplicó un instrumento de recolección de datos denominado cuestionario, el cual contiene veinticinco (25) ítems redactados como afirmaciones con las siguientes categorías de respuesta: totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Sampieri (2003), menciona que: “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir”. (Pág. 391).

De igual manera, se aplicó una encuesta a diversos clientes y usuarios de la agencia bancaria que se encontraban realizando operaciones y transacciones. Una encuesta según Arias (2006) es “una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismo, o en relación con un tema en particular”. (pág. 72). Para obtener la información por parte de los clientes y usuarios se utilizó una Guía de Encuesta. Según Arias (2006, pág. 72), “Una guía de encuesta, es una tarjeta contentiva de las preguntas y opciones de respuestas, la cual siempre es llenada por el encuestador”.

3.1.5 Procesamiento de Datos

Los datos obtenidos por la aplicación de la entrevista y la encuesta a los empleados y clientes respectivamente fueron procesados a través del programa Microsoft Excel para graficar los resultados y que nos permita simplificarlos para su posterior análisis.

Excel es un software que permite crear tablas, y calcular y analizar datos. Este tipo de software se denomina software de hoja de cálculo. Excel permite crear tablas que calculan de forma automática los totales de los valores numéricos que especifica, imprimir tablas con diseños cuidados, y crear gráficos simples.

Los datos procesados fueron interpretados y analizados exhaustivamente de forma descriptiva, y personal cada uno de ellos para establecer una relación y obtener los resultados concernientes al tema en estudio, en este caso, el capital humano aplicado a los servicios bancarios en la agencia del Banco Exterior, ubicado en la ciudad de Carúpano, que permita brindar a los clientes y usuarios una adecuada atención.

3.1.6 Fuentes de Información

Entre las fuentes de información que fundamentan a esta investigación se encuentran: la fuente de información primaria y secundaria. Dentro de la primaria, están los empleados del área de servicio y atención al cliente puesto que fueron los encargados de suministrar toda la información necesaria para llevar a cabo dicho estudio. En relación con las fuentes de información secundaria se tomo en cuenta: información bibliográfica, consultas e internet (web), artículos, entre otros.

3.1.7 Validación del Instrumento

Esta investigación esta validada por el método de juicio de expertos, ya que las preguntas que se encuentran en el cuestionario, se utilizaron como instrumento para recolección de información, el cual han sido revisado, modificado y aprobado por personas con conocimientos en el área metodológica y contable para que las preguntas sean aptas y así obtener los datos en relación al problema en estudio. El juicio de experto para Balestrini (2002), es: “la que se efectúa con jueces o testigos, es decir, con personas de gran experiencia en investigación o largo tiempo de servicio y conocedores del área inherente al problema estudiado” (Pág. 167). Es por ello, que se sometió al juicio de dos expertos cuyas habilidades metodológicas y prácticas verificaron que las preguntas poseen consistencia, aplicación y responden a los objetivos de la investigación.

CAPITULO IV

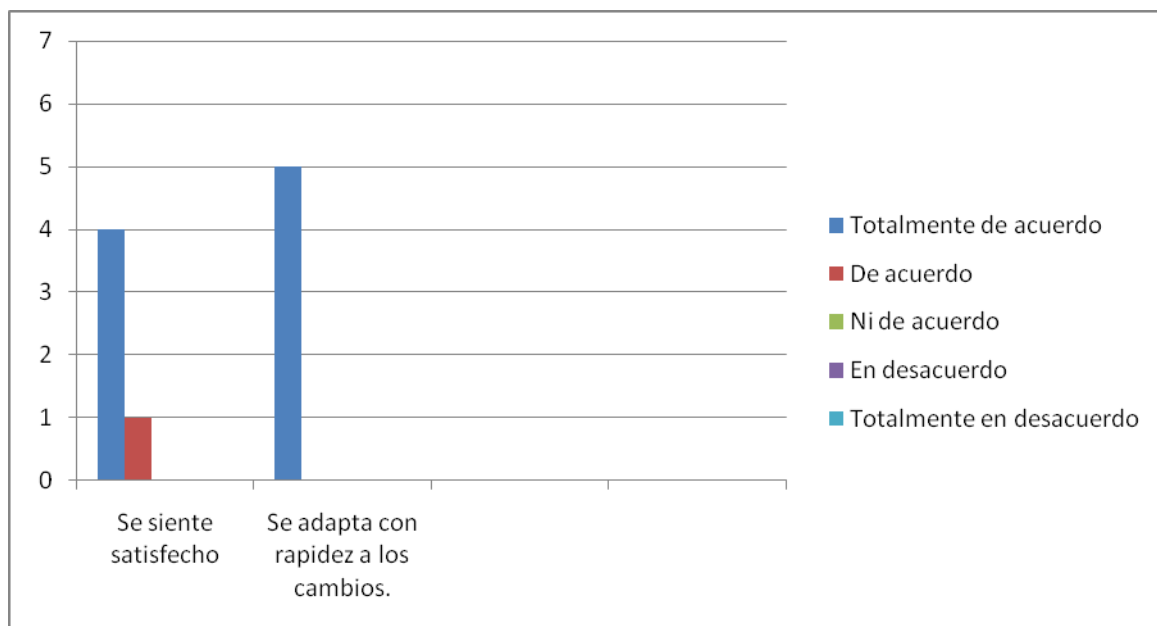
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El análisis de resultados contiene la información encontrada durante el proceso de investigación. Esta información fue analizada de manera tal que permita el logro de los objetivos planteados anteriormente. El análisis de los resultados permite establecer las conclusiones originadas de la investigación.

En este apartado se dará a conocer a través de gráficos los datos obtenidos mediante la aplicación del Instrumento de Investigación. Del mismo modo, reflejan los resultados y el análisis de la información obtenida de la población en estudio, para realizar las deducciones concernientes al trabajo de investigación. En una primera parte abordaremos los resultados obtenidos de la entrevista realizada a los cinco (5) empleados del Área de Servicios y Atención al Cliente de la Agencia del Banco Exterior, que conformaran nuestra población y muestras. En una segunda parte abordaremos los resultados derivados de la encuesta realizada a diez personas abordadas en la referida agencia, estas personas conformaran nuestra muestra.

4.1.- Entrevista a los Empleados

CUADRO N°1 Capital Humano, Indicador: Valores

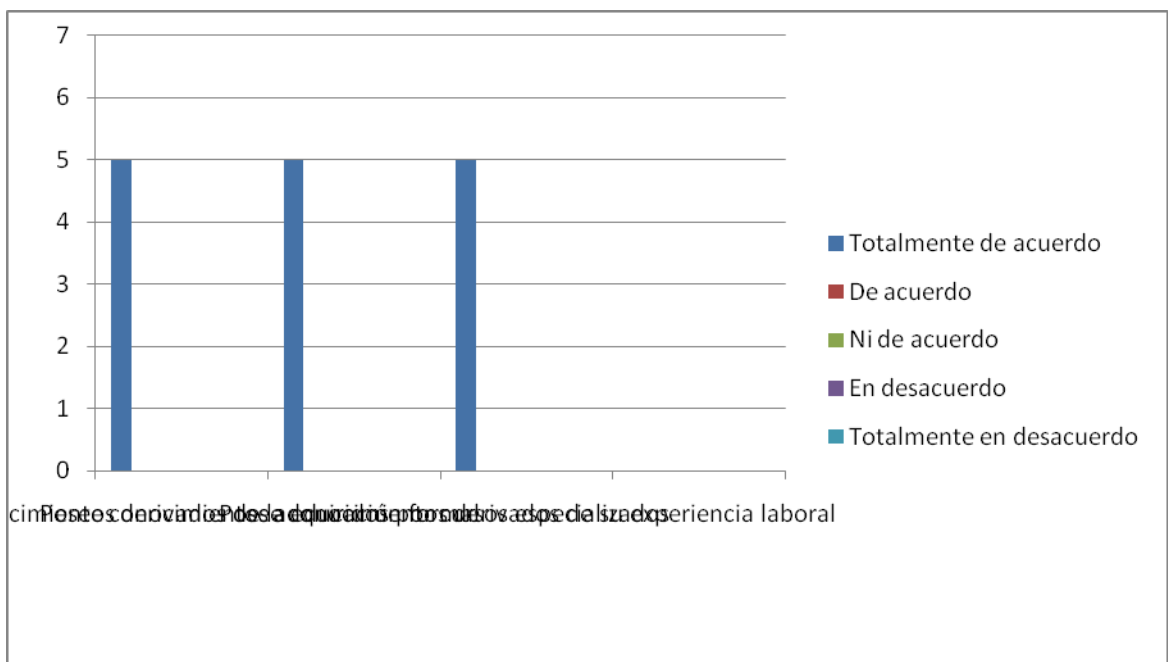


Fuente: Bravo, González, Gamboa.

De acuerdo a la información suministrada por los empleados del Banco Exterior, Carúpano, en cuanto los valores, cuatro de ellos están totalmente de acuerdo en que se sienten satisfechos en la organización representando esto un 80% de la muestra y solo un empleado, está de acuerdo en que se siente satisfecho, representando el otro 20%. En relación a los cambios los cinco empleados están totalmente de acuerdo de que se adaptan a los cambios, representando un 100% de la muestra. Del resultado anterior se deduce que los empleados que conforman el área de Servicios y Atención al cliente, están satisfecho con la organización y por lo tanto no oponen resistencia al cambio. Esta satisfacción permite que los empleados se adapten más rápidamente a los cambios ocurridos dentro de la organización. Según nuestra percepción, opinamos que los empleados del Área de Servicio no fueron

objetivos al momento de responder nuestras preguntas, consideramos que ambas categorías deberían haber sido respondidas iguales, ya que existe un empleado que expresa que está de acuerdo, que se siente satisfecho con la organización, este mismo empleado debió haber respondido que se encontraba de acuerdo a la adaptación a los cambios.

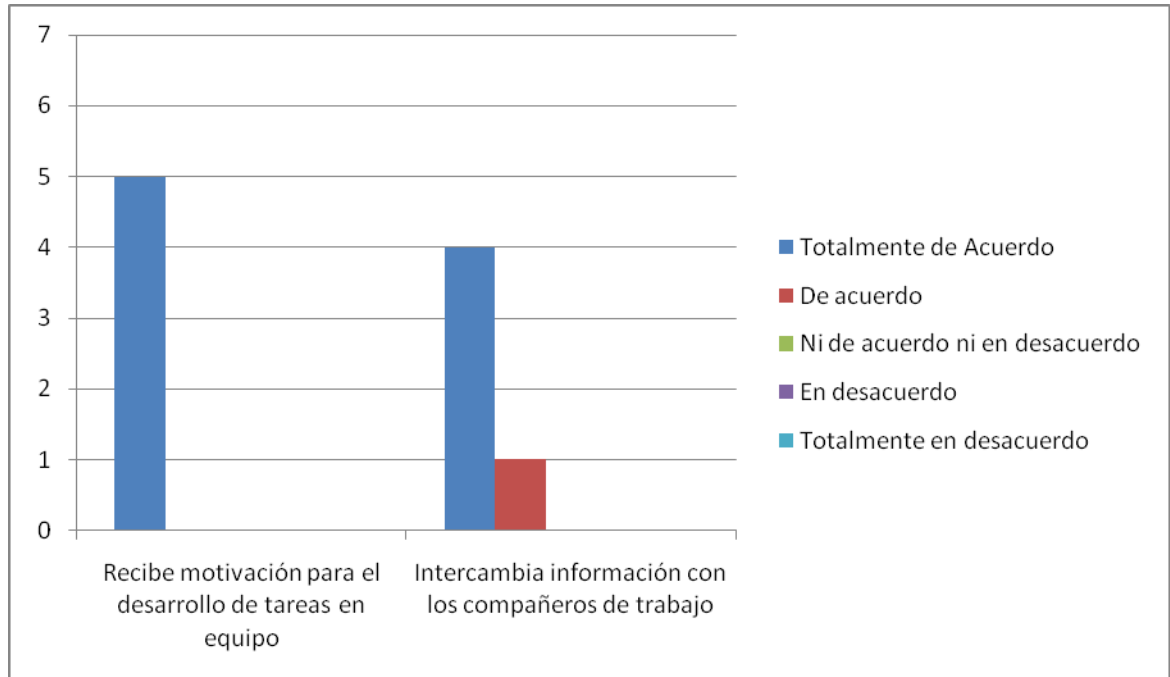
CUADRO N° 2 Capital Humano, Indicador: Aptitudes



Fuente: Bravo, González, Gamboa.

En cuanto a las aptitudes de los empleados de la referida agencia bancaria, la totalidad de la muestra, es decir, los cinco empleados están totalmente de acuerdo en que poseen conocimientos derivados de la educación formal, conocimientos adquiridos por cursos especializados y conocimientos adquiridos de su experiencia laboral. De lo descrito anteriormente podemos concluir que los empleados poseen las aptitudes y conocimientos suficientes que le permitan desarrollar sus labores con eficiencia y eficacia.

CUADRO N° 3 Capital Humano, Indicador: Capacidades

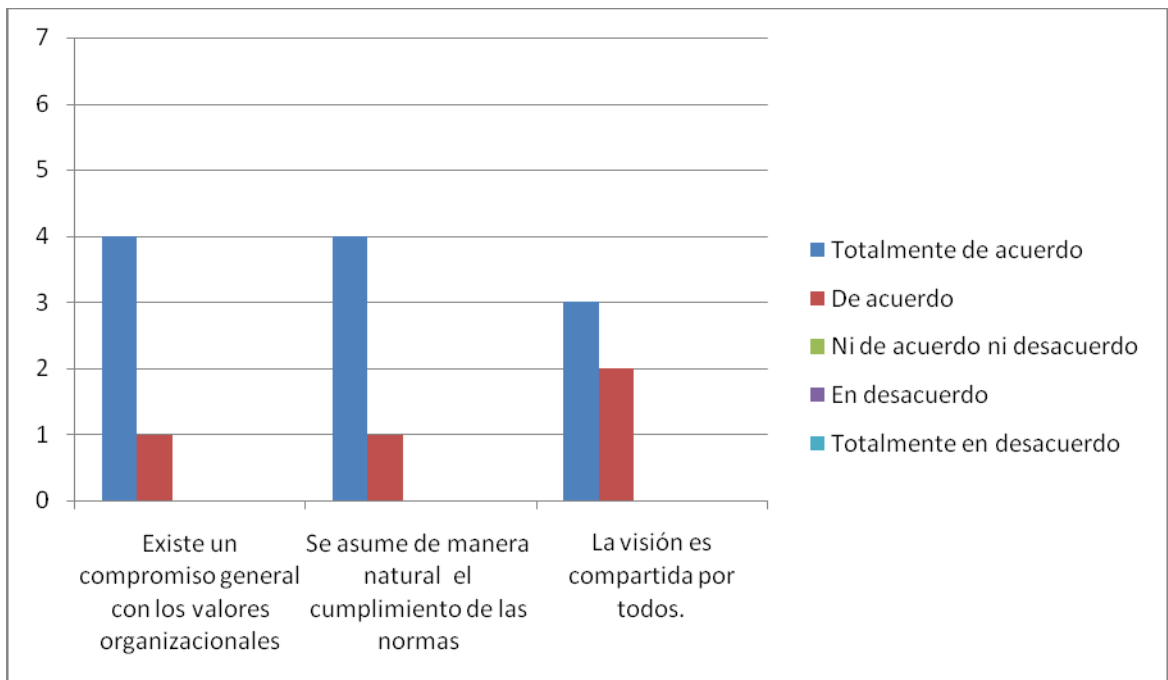


Fuente: Bravo, González, Gamboa.

De la grafica anterior se infiere que el 100% de los empleados en el banco exterior, están totalmente de acuerdo en que reciben motivaciones por parte de la organización para que desarrollen tareas en equipo. También se puede observar que en cuanto al intercambio de conocimientos con el resto de los compañeros dentro de la organización solo cuatro de ellos, es decir, el 80% de la muestra está totalmente de acuerdo en que el personal intercambia información y solo uno, el otro 20%, está de acuerdo con esta afirmación. Se puede concluir que la organización permite al empleado el libre desenvolvimiento en sus capacidades, en pro del buen funcionamiento de la agencia bancaria y que conlleva a prestar un mejor servicio para

los clientes y usuarios. Durante la visita realizada a la agencia bancaria, se evidenció que los empleados del área de servicios si cumplen con esta afirmación.

CUADRO N° 4 Capital Organizativo, Indicador: Cultura

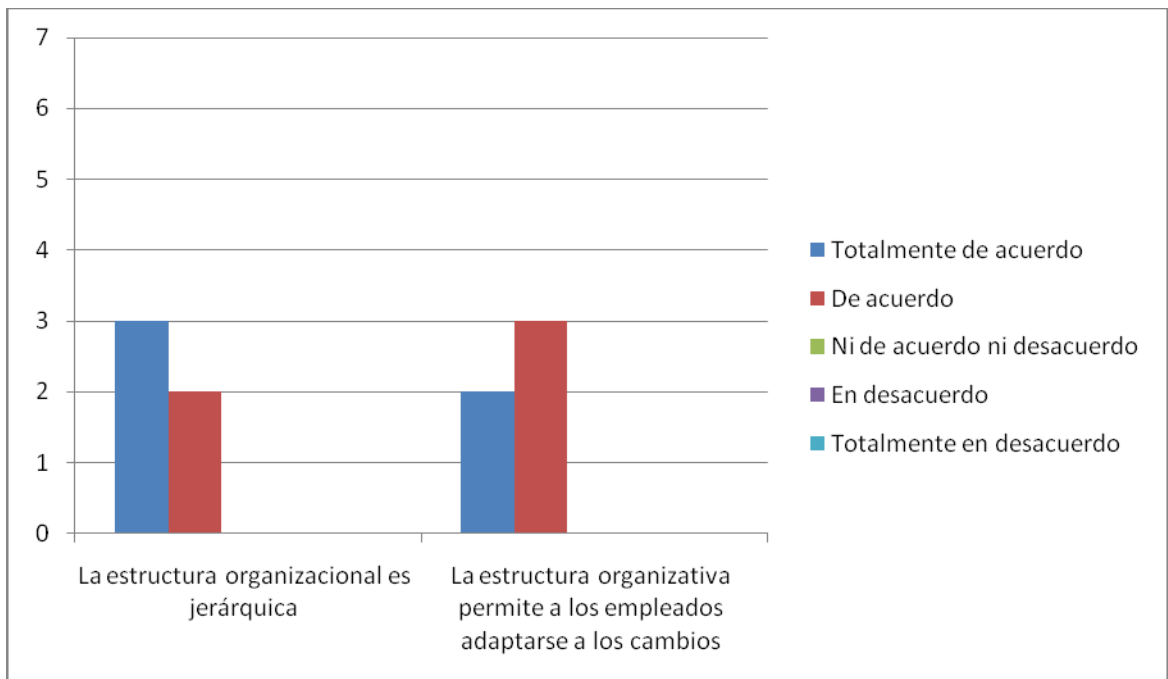


Fuente: Bravo, González, Gamboa.

En cuanto a la cultura dentro de la organización, la grafica anterior nos indica que existe un compromiso generalizado con sus valores y que los empleados asumen el cumplimiento de las normas de manera natural, esto está representado por cuatro de sus empleados, es decir, 80% de la muestra está totalmente de acuerdo con las afirmaciones anteriores y el 20% restante está de acuerdo con dichas afirmaciones. En la tercera categoría de esta grafica el 60% de los empleados (3) está totalmente de acuerdo en que la visión de la organización es compartida por todos y el 40% (2) está de acuerdo con la afirmación anterior. Podemos concluir que los empleados del área

de servicios y atención al cliente conocen los valores, las normas y la visión de la organización, y que cumplen con estas, ya que en cualquier agencia se deben seguir normas y procedimientos, establecidos en los manuales internos del banco y los establecidos en la Ley.

CUADRO N° 5 Capital Organizativo, Indicador: Estructura

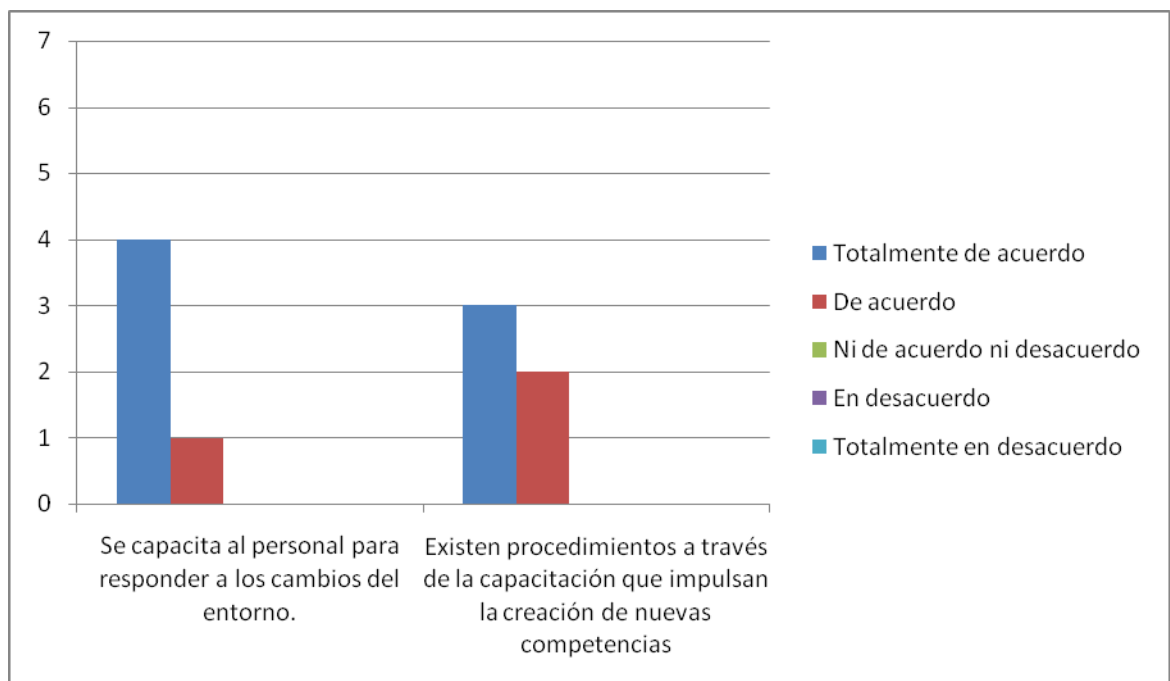


Fuente: Bravo, González, Gamboa.

En la grafica superior, el 60% de la muestra (3 empleados) está totalmente de acuerdo de que existe una estructura organizacional jerárquica y el 40% restante (2 empleados) está de acuerdo con dicha afirmación. Al contrario de los resultados obtenidos en la primera categoría, está categoría el 60% de los empleados que afirman de que están de acuerdo que esta estructura permite a los empleados adaptarse a los cambios, mientras el 40% de los empleados afirman de que están totalmente de acuerdo de que la estructura permite a los empleados adaptarse a los

cambios, De lo anterior concluimos que sí existe una estructura jerárquica dentro de la organización indispensable en cualquier organización, ya que esta se encarga de desarrollar un sistema para que los empleados trabajen juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas por el banco a nivel central. Esta estructura permite a los empleados adaptarse a los cambios, es decir, es una estructura flexible.

CUADRO N° 6 Capital Organizativo, Indicador: Aprendizaje Organizativo

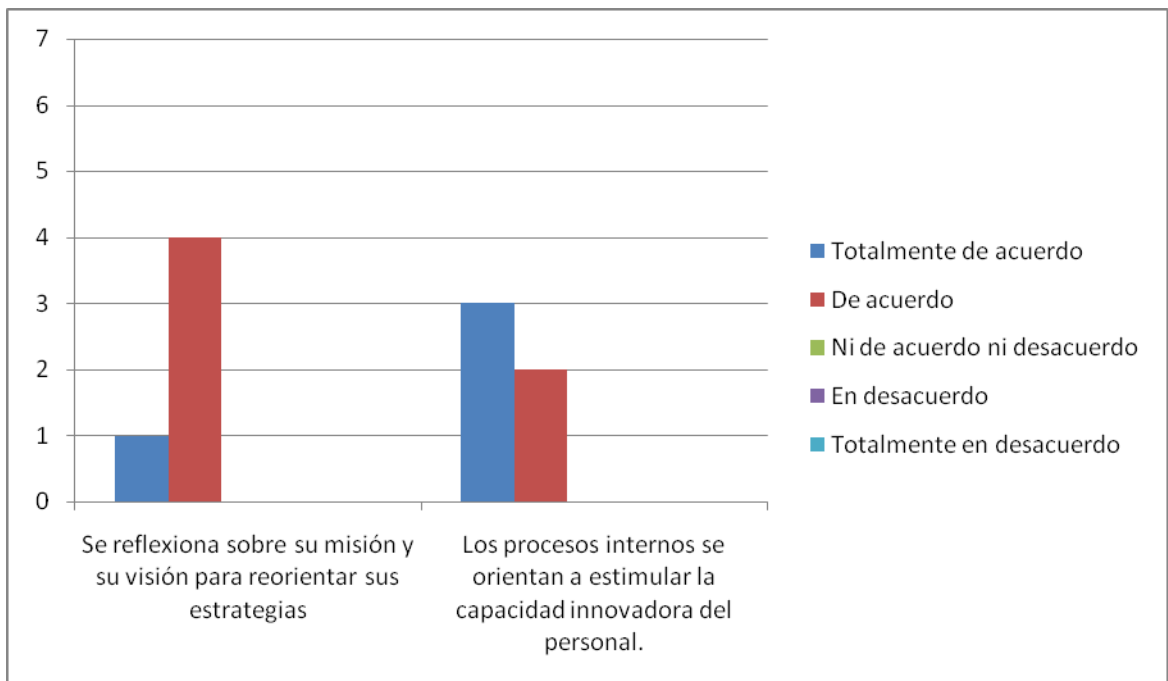


Fuente: Bravo, González, Gamboa.

En cuanto al aprendizaje educativo en la organización el 80% de los empleados está totalmente de acuerdo de que se capacita al personal para responder a los cambios del entorno y solo un empleado (20%), está de acuerdo con esta afirmación, es decir, los empleados están preparados para responder y adaptarse a los cambios, por que poseen conocimientos adquiridos a través de la capacitación. En cuanto a las siguientes categorías, 60% de los entrevistados están totalmente de acuerdo de que

existen procedimientos que se desarrollan a través de la capacitación que permitan el impulso de la creación de nuevas competencias. Concluimos que la creación de estas nuevas competencias y la capacidad que poseen los empleados para responder a los cambios del entorno permiten atraer posibles clientes, debido a que los usuarios siempre están en busca de nuevas opciones que les beneficie.

CUADRO N° 7 Capital Organizativo, Indicador: Procesos Dirigidos al Cliente

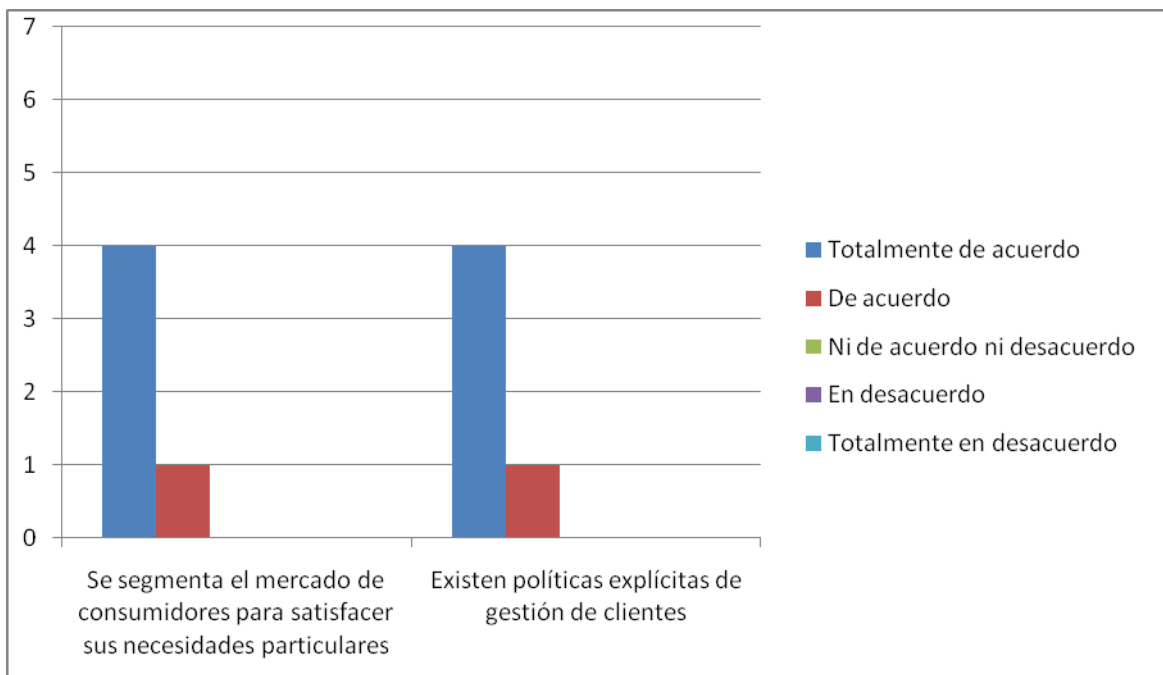


Fuente: Bravo, González, Gamboa.

En cuanto a los procesos dirigidos al cliente el 80% de los entrevistados está de acuerdo en que en la organización se reflexiona sobre la misión y visión para reorientar las estrategias hacia los clientes de la agencia del banco exterior, mientras que el 20% está totalmente de acuerdo con esta afirmación. En la categoría siguiente el 60% de los entrevistados están totalmente de acuerdo de que los procesos internos

se orientan a estimular la capacidad innovadora, creadora, del personal que permita cubrir las necesidades de los clientes, el otro 40% restante están de acuerdo con esta afirmación. Debido a que la misión del banco es cultivar relaciones de alto valor con los clientes, los empleados deben establecer estrategias y reorientarlas cuando sea necesaria con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes que es la visión del banco. Durante el momento de la entrevista notamos que los empleados de la Agencia Bancaria objeto de estudio, conocen la misión y visión del banco y trabajan para el cumplimiento de estos.

CUADRO N° 8 Capital Organizativo, Indicador: Procesos Dirigidos al Usuario

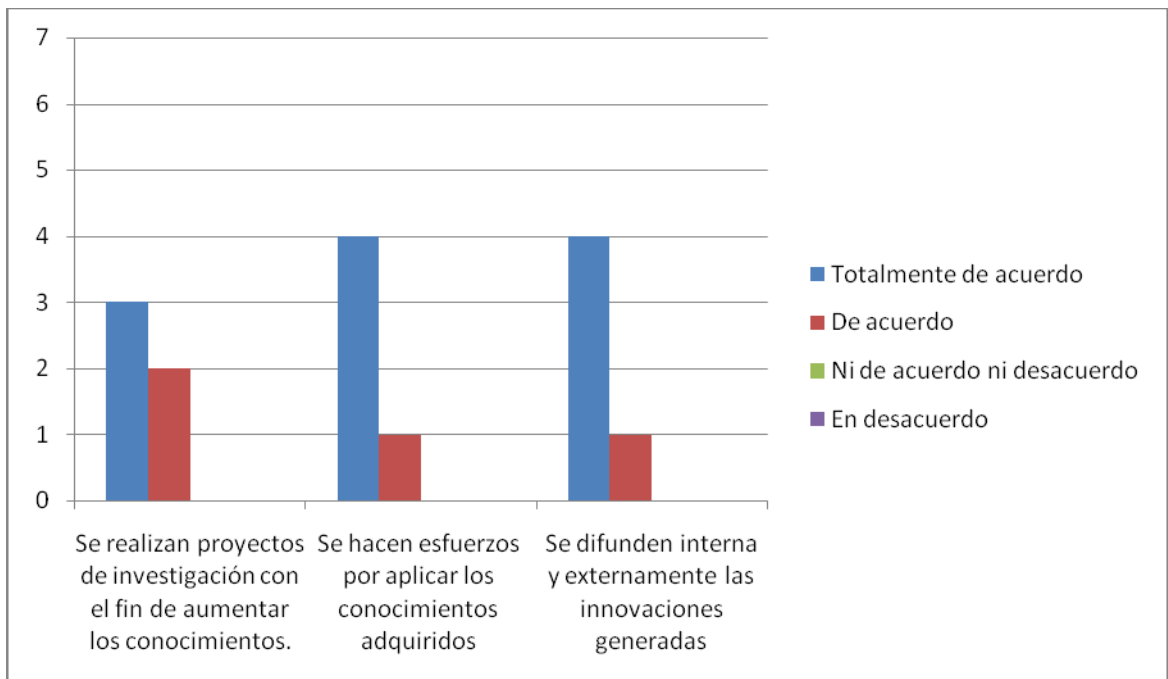


Fuente: Bravo, González, Gamboa.

En relación a los procesos dirigidos a los usuarios o clientes externos el 80% de la muestra está totalmente de acuerdo de que se segmenta el mercado, es decir, se divide en grupos con características similares para satisfacer sus necesidades, con el fin primordial de atraer clientes potenciales, el 20% de la muestra está de acuerdo

con esta afirmación. Igual porcentaje de respuesta se aplica en la siguiente categoría que se relaciona con la existencia de políticas explícitas de gestión de cliente en el banco exterior, es decir, se selecciona un posible cliente, se adquiere el cliente, se retiene el cliente y luego se desarrolla el cliente, prestándole servicios y productos ajustados a sus necesidades. De nuestra visita a la agencia del banco exterior, observamos que varias personas preguntaban los requisitos para aperturar cuentas bancarias, los empleados procedían a nombrarles los requisitos y les explicaban el producto que mejor se adecuaba a sus necesidades. Dicho lo anterior podemos concluir que si existen políticas para captar a posibles clientes y que se están aplicando adecuadamente.

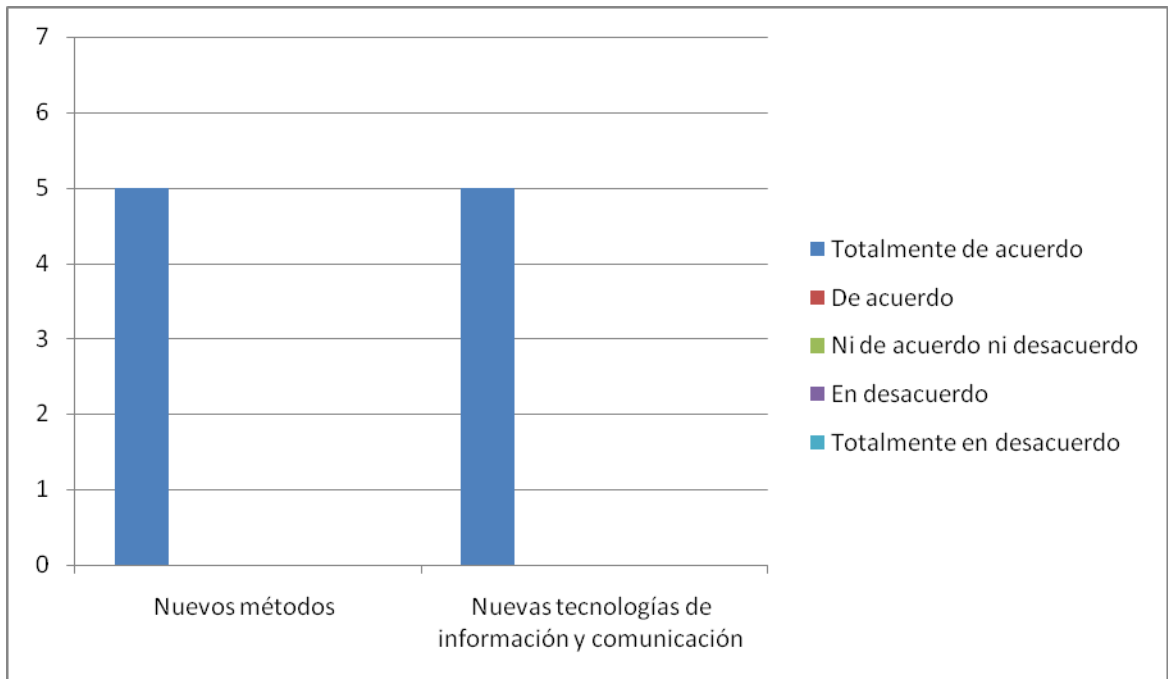
CUADRO N° 9 Capital Tecnológico, Indicador: Esfuerzo en Investigación, Desarrollo e Innovación.



Fuente: Bravo, González, Gamboa.

En cuanto al capital tecnológico, se redactaron una serie de afirmaciones relacionadas con el esfuerzo del banco en la investigación, el desarrollo y la innovación. En el primer ítem el 60% de los empleados están totalmente de acuerdo de que la organización realiza proyectos de investigación con el propósito de aumentar los conocimientos de los empleados; el 40% restante manifestó estar de acuerdo con dicha afirmación. El 80% de los empleados está totalmente de acuerdo de que el banco hace esfuerzo para aplicar los conocimientos adquiridos como consecuencia de la aplicación de proyectos de investigación, el 20% restante está de acuerdo con esta afirmación. Igual proporción de respuesta obtuvo la tercera afirmación, es decir, el 80% de los entrevistados manifestó estar totalmente de acuerdo con la afirmación de que la organización difunde tanto dentro y fuera de su entorno las innovaciones generadas. Aunque los empleados no nombraron como la organización difunde sus innovaciones, a través de una visita a la página web del banco, existe un enlace llamado banco donde se da a conocer al público sobre las promociones y novedades, por lo tanto podemos concluir que si difunden interna y externamente las innovaciones.

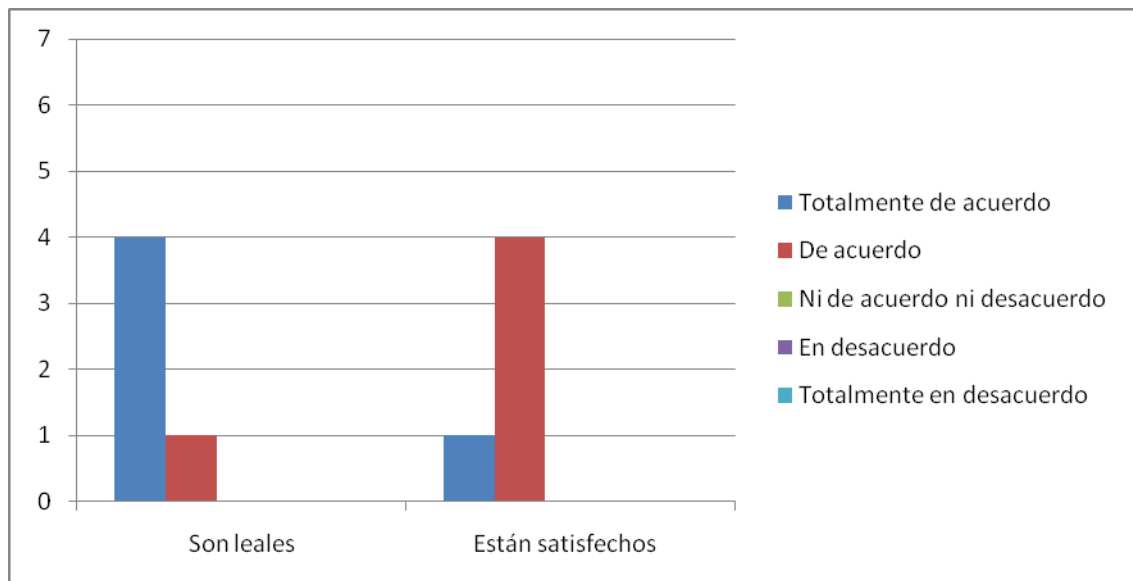
CUADRO N° 10 Capital Tecnológico, Indicador: Dotación Tecnológica



Fuente: Bravo, González, Gamboa.

En este apartado se detalla la dotación tecnológica que la empresa incorpora para mejorar sus procesos, se incluye dos afirmaciones, donde el 100% de los empleados de la agencia del banco exterior están totalmente de acuerdo en afirmar que el banco incorpora nuevos métodos, tecnologías de información y comunicación con el propósito de mejorar los procedimientos internos, permitiendo desarrollar su capital tecnológico. En nuestra visita observamos que la agencia del banco exterior, posee tecnología que permite realizar la atención al cliente más rápida y eficientemente.

CUADRO N° 11 Capital del Negocio, Indicador: Relaciones con el Cliente

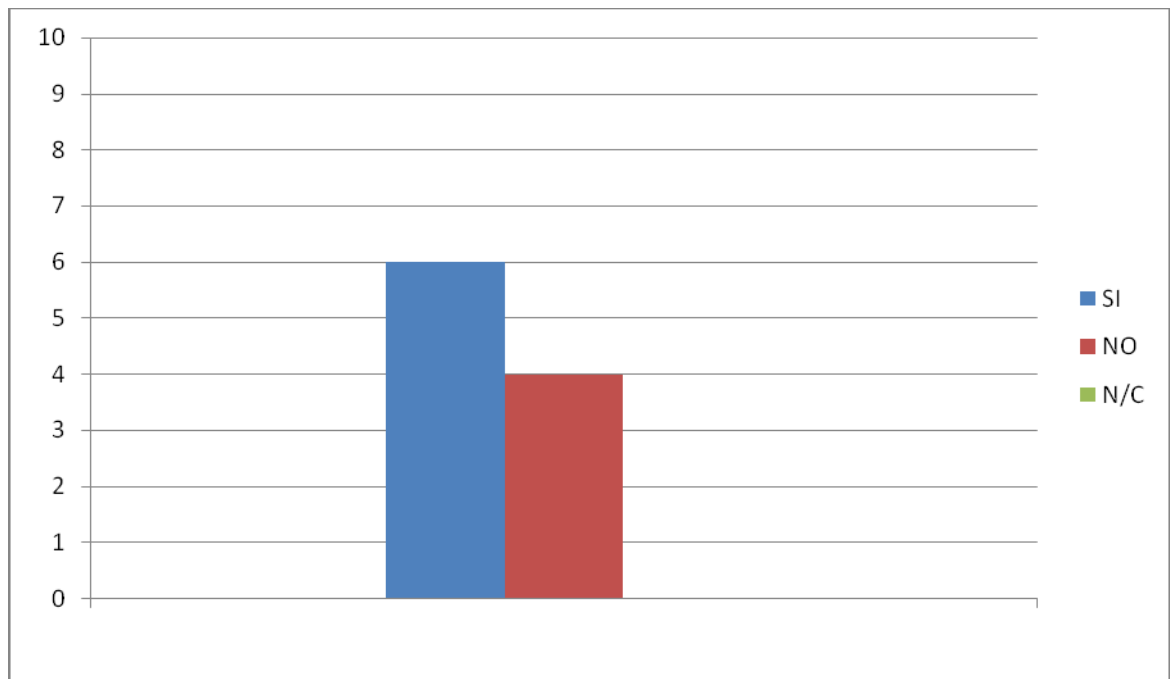


Fuente: Bravo, González, Gamboa.

En esta grafica se plasma lo relacionado al capital de negocio, en particular las relaciones con los clientes. Se incluyen dos categorías, donde en la primera categoría el 80% de los empleados manifestó estar totalmente de acuerdo con la afirmación de que los clientes de esta Agencia Bancaria son leales; mientras el 20% restante está de acuerdo con esta afirmación. En la segunda categoría el 80% de los entrevistados están de acuerdo en afirmar que los clientes están satisfechos con los servicios prestados por la agencia bancaria y con la atención recibida por parte del personal; el otro 20% afirman estar totalmente de acuerdo con esta categoría. En relación a este apartado, es importante resaltar que los empleados nos manifestaron conocer que los clientes son leales y están satisfechos, porque han tenido experiencias con algunos clientes y usuarios que le manifiestan su opinión. De lo anterior podemos concluir que los empleados del área de servicios y atención al cliente, conocen la opinión del cliente y están complementados con estos, debido a que la mayoría de los clientes a quienes se le aplicó la encuesta coinciden con los empleados y manifiestan sentirse satisfecho con los empleados del banco exterior.

4.2.- Encuesta a los Clientes y Usuarios

CUADRO N° 12 ¿Conoce Ud. los servicios prestados por el Banco Exterior?

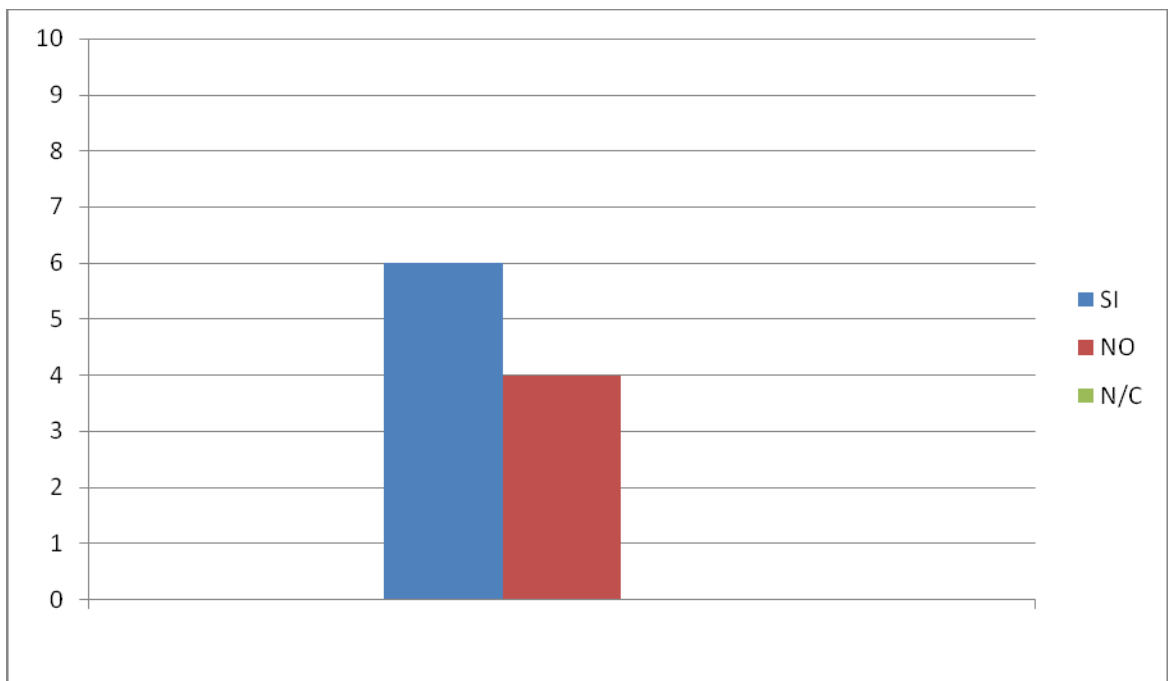


Fuente: Bravo, González, Gamboa.

Como se puede apreciar en el grafico el 60% de las personas encuestadas conocen los servicios y productos ofrecidos por la Agencia del Banco Exterior, incluso algunas de ellas nombraron algunos de ellos; mientras que el 40% restante manifestaron no conocerlos, pero que en muchas ocasiones acudían a la Agencia a cancelar algún servicio público o realizar depósitos a terceros, por lo tanto podemos concluir que aunque manifiestan no conocerlos, indirectamente los conocen por que los usan, en este caso, cancelan las facturas de CANTV y otros estaban pagando el ISLR a través de las taquillas en el Área de Caja. Aquí se evidencia que los usuarios encuestados conocen los servicios y productos ofrecidos por el Banco Exterior. Es de

resaltar que a varios de las personas encuestadas se les tuvo que explicar que era un servicio bancario y que era un producto bancario, ya que lo desconocían.

CUADRO N° 13 ¿Cree Ud. que los servicios y productos que les ofrece el Banco Exterior son buenos?

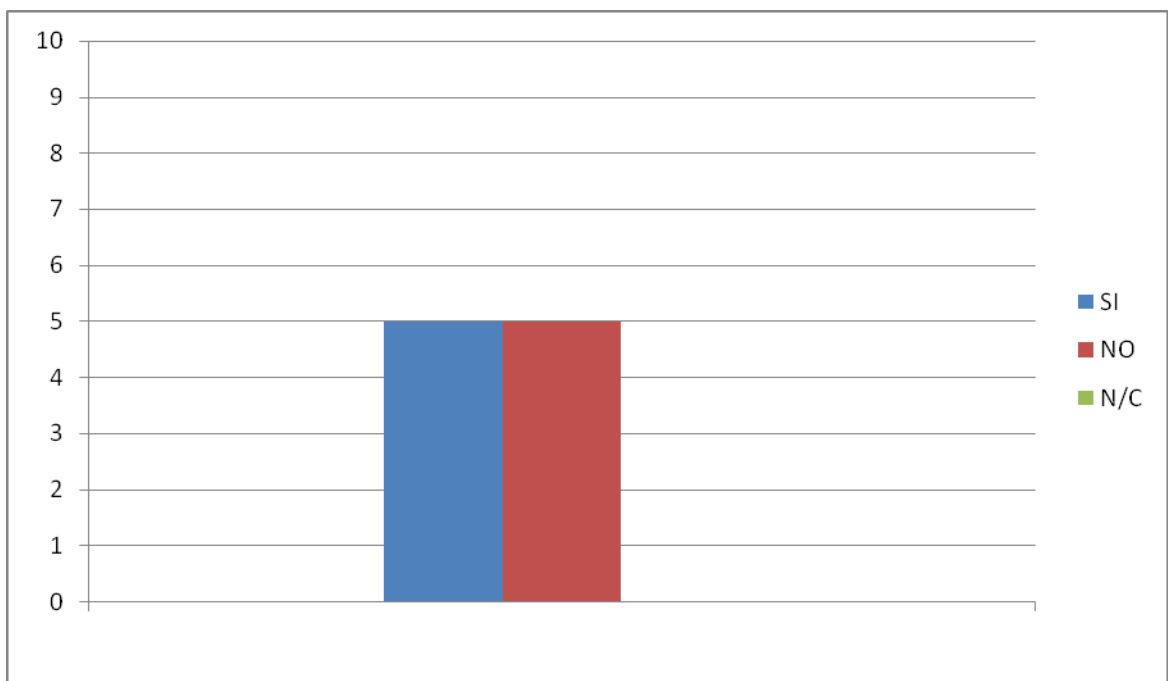


Fuente: Bravo, González, Gamboa.

En esta pregunta que se le realizó a los clientes el 60% de ellos manifestaron que los servicios y productos son buenos, sobre todo los productos bancarios, ya que otras instituciones bancarias no existían. Existe la particularidad como se dijo en la explicación anterior que se les tuvo que explicar a la mayoría de las personas encuestadas que era un servicio bancario y que era un producto bancario, más sin embargo, podemos decir que el mismo porcentaje (40%) de personas que manifestaron no conocer los servicios y productos ofrecidos por la Agencia Bancaria, coinciden en opinar que no son buenos estos servicios y productos, asumimos que

esta respuesta se debe a la falta de conocimiento sobre las ventajas y beneficios si los hubiere, de los servicios y productos ofrecidos por el Banco Exterior, por lo tanto esta respuesta carecen de objetividad porque no se puede opinar sobre algo que no se conoce.

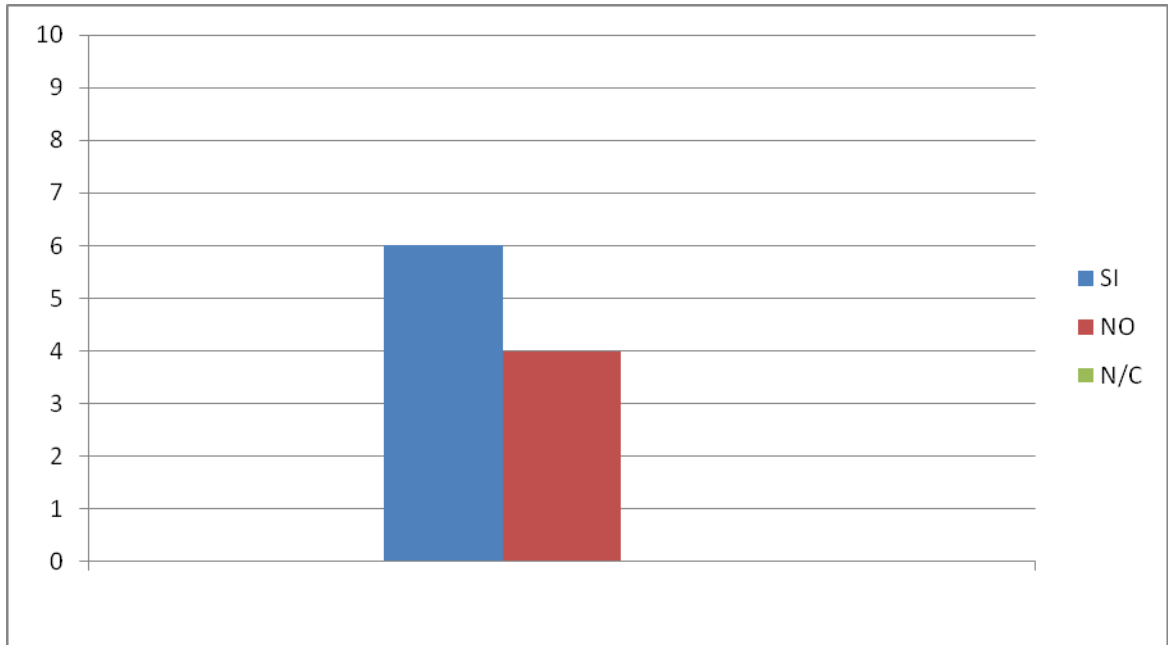
CUADRO N°14 ¿Cree Ud. que la atención prestada por el personal del Área de Servicio y Atención al cliente es excelente?



Fuente: Bravo, González, Gamboa.

Con respecto a esta pregunta podemos observar que las opiniones de los encuestados están divididas. Es decir un 50% manifiesta que la atención recibida por parte del Capital Humano es excelente; mientras que el 50% de los encuestados manifestaron que no era excelente, algunos dijeron que era buena y otros dijeron que era regular. De lo anterior podemos inferir que aunque la atención recibida no es excelente, que era la pregunta central, tampoco es reprobada por los encuestados.

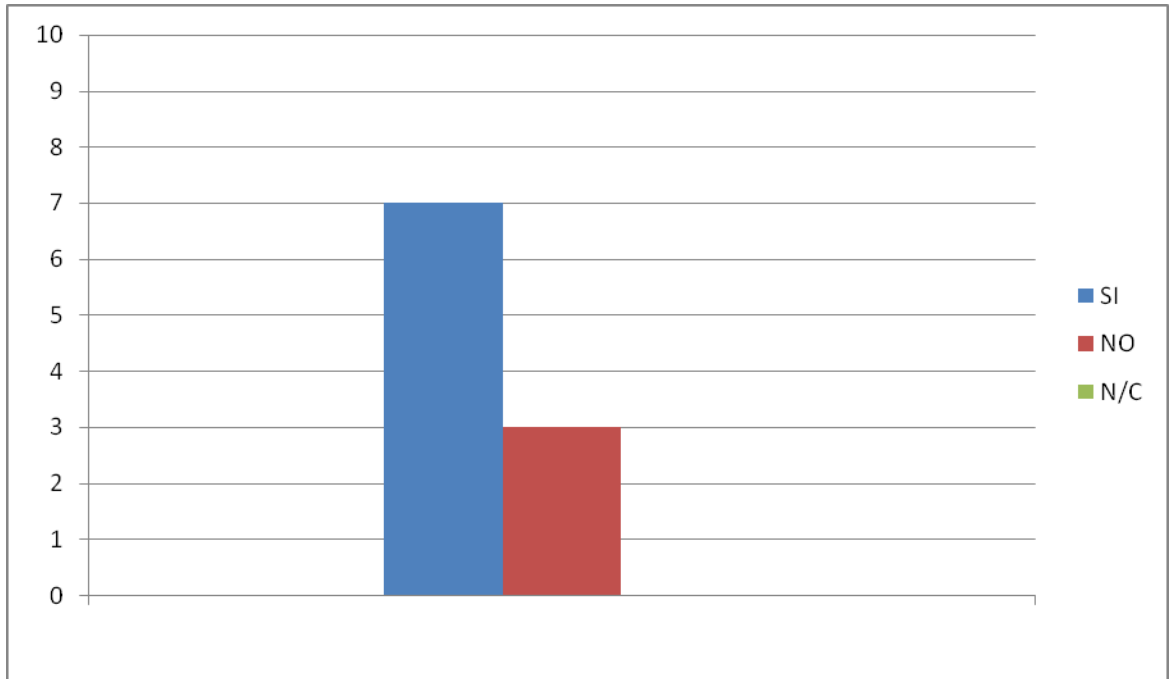
CUADRO N° 15 ¿Ud. es cliente del Banco Exterior?



Fuente: Bravo, González, Gamboa.

En la grafica podemos observar que la mayoría de las personas encuestadas, es decir, el 60% de estas, respondieron afirmativamente esta pregunta, es decir, son clientes del Banco Exterior y que el 40% restante no son cliente, asumimos que solo acuden a la agencia bancaria como usuario de sus servicios. Al igual que en el cuadro N° 2 coinciden los porcentajes, es decir, podemos inferir que al solo ser usuario de esta agencia bancaria disminuye las posibilidades de que este segmento de la muestra, considere que los servicios prestados son buenos. Finalmente concluimos que la razón por las cuales que aquellas personas que manifiestan que los servicios prestados por el banco son buenos, es porque son clientes del banco y por supuesto conocen de estos, sobre sus ventajas y desventajas, llama la atención que este mismo porcentaje (60%) manifiestan conocer los servicios que presta el Banco Exterior.

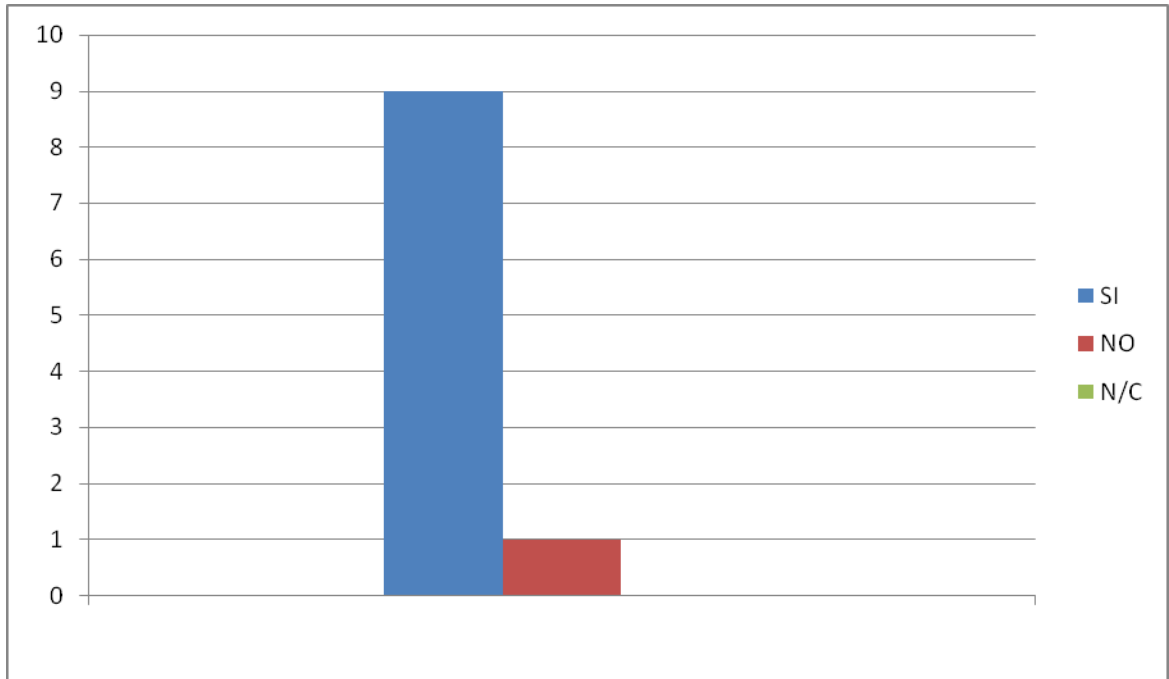
CUADRO N° 16 ¿Cómo cliente y/o usuario de la Agencia del Banco Exterior cuenta con información adecuada a cerca del Banco?



Fuente: Bravo, González, Gamboa.

En la grafica anterior se puede observar que el 70% de las personas encuestadas manifiestan contar con información adecuada y oportuna, algunos manifestaron ser cliente del banco y por lo tanto conocen sobre estos y se les resulta más fácil a la hora de requerir algún servicio; en cambio el 30% restante manifestaron no contar con información adecuada y oportuna sobre los servicios, a pesar de acudir a esta agencia bancaria.

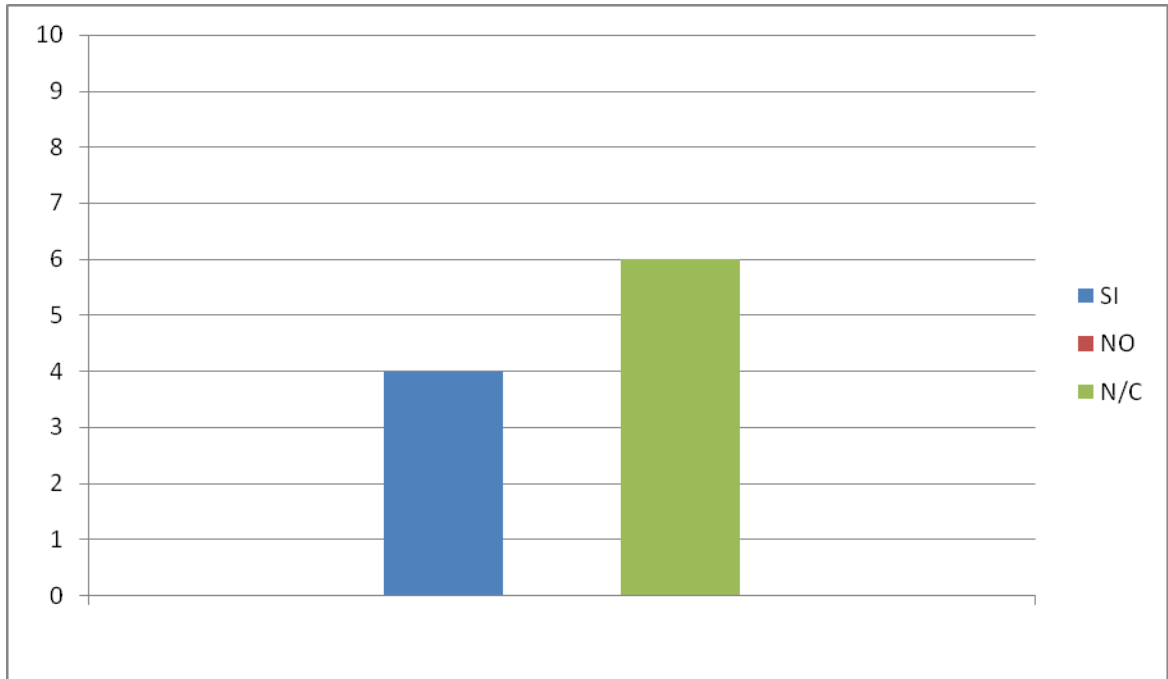
CUADRO N° 17 ¿Es atendido con un trato cortés, amable y respetuoso?



Fuente: Bravo, González, Gamboa.

Podemos observar como la mayoría de las personas encuestadas representadas por un 90% afirman que al momento de acudir a la Agencia Bancaria, estos son atendidos de manera cortés, amable y muy respetuosamente. El 10% restante manifestó que no son amables para con el público. De la respuesta mayoritaria, podemos inferir que la Agencia Bancaria objeto de estudio, cumple con el artículo 4 de la Resolución N° 083-11 emitida por la SUDEBAN, igualmente opinamos que este porcentaje de respuestas afirmativas, es de suma importancia para la agencia bancaria, ya que permite consolidarse y atraer posibles clientes, al igual que es una oportunidad para ganar prestigio y reconocimiento en cuanto su relación con los clientes.

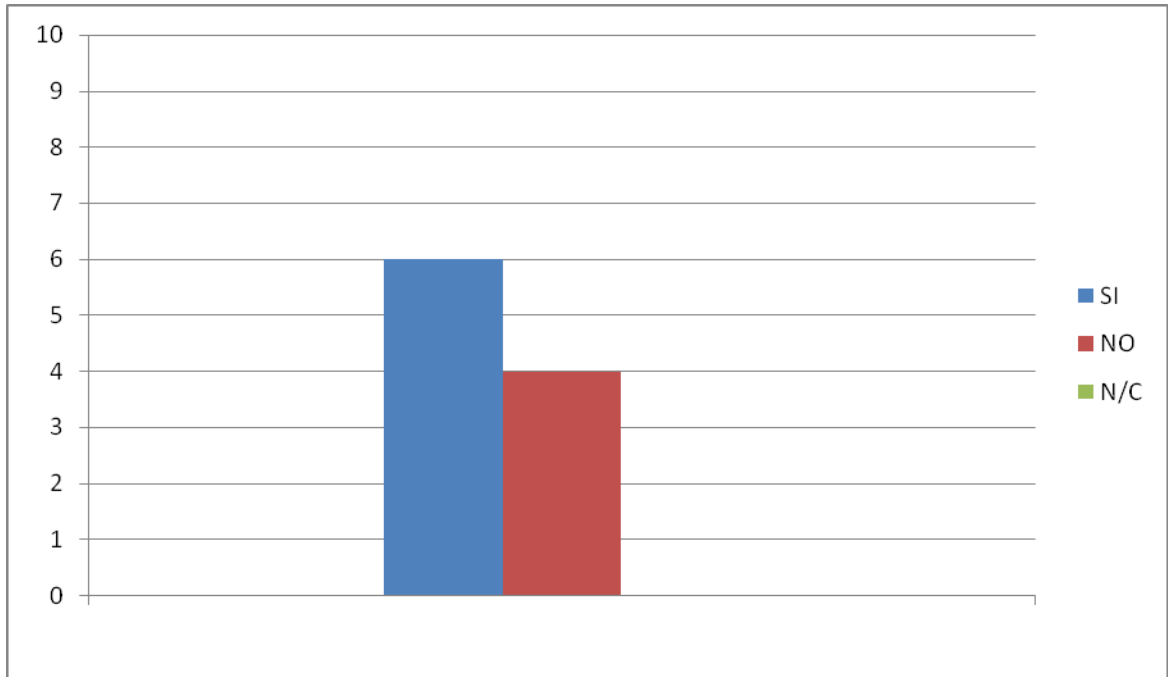
CUADRO N° 18 ¿El personal del Banco Exterior toma acciones rápidamente al momento de que Ud. presente problemas con los servicios?



Fuente: Bravo, González, Gamboa.

En este apartado podemos observar como el 40% de las personas encuestadas afirma que al momento de presentársele un inconveniente relacionado con los servicios y productos, los empleados toman acciones para solucionarlo con fin de que el cliente pueda concluir positivamente su transacción, operación o solicitud. El 60% restante no contestaron esta pregunta, porque manifestaron no haber presentado problemas a la hora de realizar sus transacciones, operaciones o solicitud. De lo anterior podemos deducir que los empleados actúan con celeridad y eficiencia para la solución de problemas presentados por los clientes o usuarios con relación a los servicios.

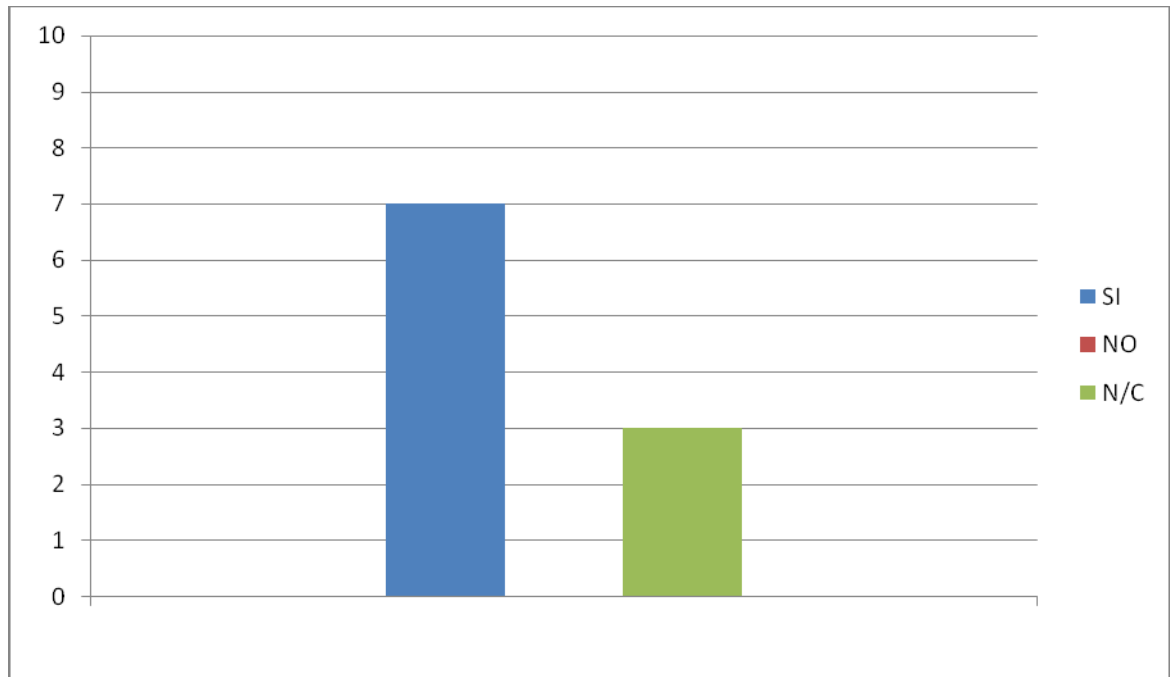
CUADRO N° 19 ¿Es atendido (a) de forma personalizada?



Fuente: Bravo, González, Gamboa.

En esta grafica podemos observar que el 60% de las personas encuestadas respondieron afirmativamente al preguntársele si son atendidos de manera personalizada, estos señalan que siempre que acuden a la agencia bancaria, cada persona debe esperar su turno para realizar sus transacciones, operaciones y solicitudes. El 40% restante respondieron negativamente a la pregunta, ellos aluden que en la mayoría de los casos, los empleados de Atención al Cliente o Ejecutivos de Negocios, atienden a dos personas a la vez, o que a veces están atendiendo a una sola persona pero realizando otras labores, estas personas consideran que esto distrae al empleado y que por lo tanto su atención no está enfocada directamente al cliente o usuario.

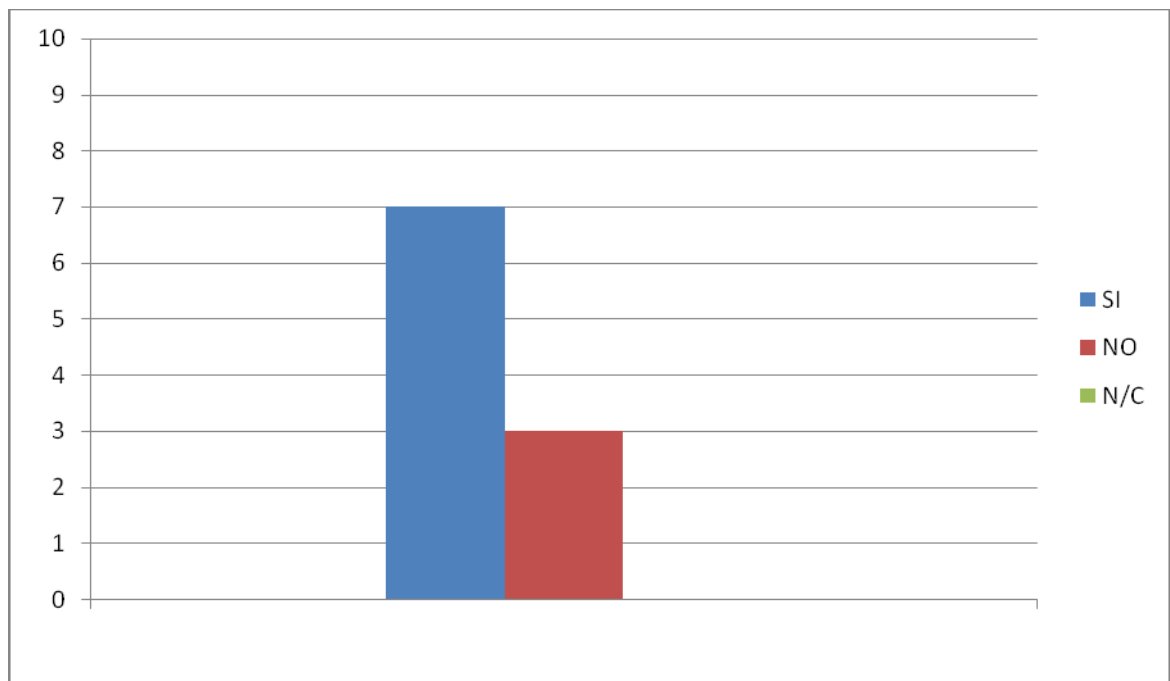
CUADRO N° 20 ¿Considera Ud. que los productos y servicios que ofrece el Banco Exterior satisfacen sus requerimientos y necesidades?



Fuente: Bravo, González, Gamboa.

El 70% de las respuestas obtenidas para esta pregunta fueron afirmativas, los encuestados señalan que los servicios y productos satisfacen sus necesidades y requerimientos porque ofrecen productos que no ofrecen otras entidades y que le facilitan sus actividades, y pasan menos tiempo en cola. El 30% restante no contestaron esta pregunta porque manifiestan no poseer cuenta en este banco.

CUADRO N°21 ¿Está satisfecho con la Atención recibida en la Agencia del Banco Exterior de la ciudad de Carúpano?



Fuente: Bravo, González, Gamboa.

Podemos observar como el 70% de las personas encuestadas están satisfecho con la Agencia del Banco Exterior, incluyendo la atención recibida por parte de los empleados y los servicios y productos bancarios ofrecidos por el banco; la mayoría recalcan que deben mejorar algunas cosas, como el tiempo que pasan en la cola para realizar alguna transacción, y la taquilla de Atención Preferencial ya que no se le da el uso adecuado. El otro 30% manifiestan que no están satisfechos, aluden que el sistema es muy lento y por eso tardan mucho en el banco. A pesar de que el cliente y/o usuario manifiestan que existen debilidades en la Agencia del Banco Exterior, ubicada en Carúpano, vemos como la mayoría de los encuestados están satisfechos

con la atención que reciben de los empleados del área de servicio y atención al cliente. Consideramos esto de vital importancia porque demuestran que cumplen con la misión del banco que es la de cultivar relaciones de alto valor con los clientes. Esta relación con el cliente genera para la empresa prestigio, reconocimiento que al igual que la relación con el cliente, genera capital intelectual.

CONCLUSIONES

El Banco Exterior, es una institución financiera creada el 21 de Enero de 1956, posee 56 años de trayectoria en el país, prestando servicios de calidad a sus clientes, logrando ser uno de los primeros cinco Bancos del país, el objeto del Banco Exterior es realizar toda clases de operaciones Bancarias autorizadas por la ley.

Al analizar el Capital Intelectual, referido al Capital Humano del Banco Exterior, específicamente en la Agencia ubicada en la Ciudad de Carúpano, Estado Sucre y de acuerdo a los indicadores estudiados y las respuestas obtenidas en las entrevistas y las encuestas aplicadas a los empleados, clientes y usuarios respectivamente se llevo a las siguientes conclusiones:

Los clientes a quienes se les aplico las encuestas manifiestan conocer los servicios prestados por la Agencia del Banco Exterior, ubicada en la Ciudad de Carúpano; la mayoría de los clientes encuestados mencionan algunos de estos servicios como cuentas de ahorro, cuentas corrientes, tarjetas de créditos, pago de nóminas y de servicios públicos.

Con referencia a la opinión de clientes y usuarios, en cuanto a la atención que reciben de los empleados del área de servicios y atención al cliente se puede concluir que no es considerada excelente en su totalidad por las personas encuestadas; de igual manera piensan que son atendidos con un trato cortés, amable y respetuoso confirmando la opinión anterior; continuando con los mismos clientes a quienes se encuestaron señalan que cuando acuden a la Agencia Bancaria, objeto de estudio, son

atendidos de forma personalizada al momento de cualquier consulta u operación bancaria. En términos generales los clientes expresaron, que se encuentran satisfechos con la Agencia del Banco Exterior, confirmando lo referido por los empleados de dicha agencia.

Además de los conocimientos adquiridos por el Capital Humano derivados de la educación formal, de cursos especializados, y de experiencia laboral, se pudo contactar a través de la entrevista realizado a los empleados que estos desarrollan tareas en equipos, revisiones semanales, proyectos que permitan adquirir nuevos conocimientos, con el fin de aplicarlos en las áreas respectivas y que permita responder rápidamente a cualquier inconveniente ocurrido en la agencia, relacionado con los clientes.

De acuerdo a la entrevista aplicada a los empleados de la mencionada agencia el capital humano conoce la misión y visión; y que estos a la vez cumplen y comparten, la misión y visión establecida por el Banco Exterior o nivel central. Lo anterior permite que los empleados reflexionen sobre la misión y visión para reorientar las estrategias dirigidas a los clientes y usuarios, que permitan a la vez que estas se mantengan leales al banco.

RECOMENDACIONES

De acuerdo con las debilidades identificadas por medio de este estudio sobre el capital humano aplicado a los servicios bancarios en la agencia del Banco Exterior de la Ciudad de Carúpano, Estado Sucre, sugerimos las siguientes recomendaciones:

La Agencia del Banco Exterior debería aplicar estrategias comunicacionales, para dar a conocer a los clientes y usuarios los servicios y productos que ofrece esta institución bancaria, cuáles son sus beneficios y ventajas, permitiendo lograr atraer a posibles clientes.

Identificar cuáles son las causas por las cuales los clientes y usuarios del Banco Exterior, pasan mucho tiempo en el área de caja, esto con el fin de realizar los correctivos necesarios y en el tiempo oportuno, para disminuir y evitar la formación de colas en la Agencia Bancaria.

Aunque la mayoría de los clientes manifiestan que son atendidos de manera personalizada, existe un gran porcentaje que opina lo contrario, por lo tanto se recomienda a los gerentes, instruir a los empleados del Área de Atención al cliente (Ejecutivos de Negocios) a realizar las atenciones de manera personal con el fin de evitar distracciones y que la información suministrada al cliente sea oportuna y veraz.

Para finalizar se recomienda a los empleados de la Agencia Bancaria, continuar con la labor realizada, seguir prestando un servicio de calidad, tratando a los clientes y usuarios de manera cortés, amable y respetuosa, con el fin de obtener opiniones satisfactorias para el Banco que le permitan generar valor.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- Activos: son todos recursos vinculados productivamente a la empresa, perdurable en el tiempo y cuyo costo tiene alguna materialidad.
- Activos Intangibles: son aquellos recursos obtenidos por una empresa que no son de naturaleza material.
- Capital: recurso financiero de los que dispone la empresa. Fondos aportados por los socios de una sociedad.
- Conocimiento: Entendimiento, inteligencia, razón natural. Sentido, dominio de las facultades del hombre.
- Good Will: Valor adicional pagado en la compra de una empresa sobre su valor en libros.
- Know How (como saber): conocimiento acumulado, una forma de trabajar y procedimientos propios de una empresa.
- Marca: símbolo o signo material que representa a una industria, empresa o producto que sirve para diferenciarlo de los demás iguales o con similares características.
- Patente: derecho que adquiere el inventor o autor de algo, para disfrutar en exclusiva de los beneficios de su invento.
- Instituciones Financieras: los bancos sometidos a la inspección, supervisión, vigilancia, regulación, y control de la SUDEBAN.
- Servicios Financieros: todas aquellas operaciones que realicen las instituciones con sus clientes y usuarios.

BIBLIOGRAFÍA

ARAUJO, Jack. “El Capital Intelectual y la Contabilidad”, extraído el 22 de Diciembre del 2011 desde www.jackaraujo.com/

ARIAS, F. (2006). “El Proyecto de Investigación”. (5a ed.). Caracas: Editorial Epistema.

BALESTRINI M. (2001). “Como se Elabora el Proyecto de Investigación”. Consultores Asociados BL Servicio Editorial. Quinta Edición. Caracas

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (Gaceta Oficial N° 5453, 1999).

CHIAVENATO, Idalberto. “Administración de Recursos Humanos; el capital humano de las organizaciones”. 8^{va} Edición. Editores, S.A. DE C.V. Editorial McGraw – Hill Interamericana.

Resolución N° 083-11 de Fecha 15 de Marzo del 2011, emitida por la SUDEBAN:
“NORMAS RELATIVAS A LA PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS Y USUARIAS DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS”

SABINO, C. (1992). “Proceso de investigación”. Caracas, Venezuela: Editorial Panapo de Venezuela, C.A.

SAMPIERI, R. (2003). “Metodología de la investigación”. 3^{ra} Edición 2003. Editorial Mc Graw Hill. México.

SERRANO, Carlos y Chaparro Fernando (2001) “Los Activos intangibles en la Contabilidad: medición y valoración”. Extraído el 20 de Diciembre del 2011 desde www.5campus.com/leccion/capint1.com.

TAMAYO, M (2003). “El proceso de la investigación científica”. 4ta Ed. Editorial: Limusa. México.

Ley de Instituciones del Sector Bancario. (Gaceta Oficial N° 39.627, 02 de Marzo del 2011).

MARRERO, Abilio (2001). “Modelo Contable de Medición del Capital Intelectual”. Extraído el 22 de Diciembre del 2011 desde www.gestióndelconocimiento.com.

ORDOÑEZ de Pablos, Patricia (2002). “Medición y elaboración de informes de Capital Intelectual”. Extraído el 27 de Diciembre del 2011 desde www.gestióndelconocimiento.com

[www.gestióndelconocimiento.com/conceptos Capital Intelectual. htm](http://www.gestióndelconocimiento.com/conceptos_Capital_Intelectual.htm). visitada el 02 de Diciembre del 2011.

www.injef.com/revista/empresas/pop_991217.htm consultado el 7 de Diciembre del 2011.

ANEXOS

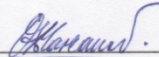
ANEXO A

A QUIEN PUEDA INTERESAR

Quien suscribe, Licenciado **Onofre Marciano**, Docente de la Universidad de Oriente, Extensión Carúpano, adscrito al Departamento de Contaduría, hago constar que he revisado el cuestionario elaborado por las Bachilleres: **Bravo Omira, Gamboa Yoleida, González Rosimar**, para recolectar información para su Trabajo de Grado modalidades Cursos Especiales de Grado, titulado “**El Capital Humano aplicado a los servicios bancarios en la agencia del Banco Exterior Carúpano Estado Sucre, 2012.**”, presentado por estas bachilleres para optar al Título de Licenciadas en Contaduría. Hago constar que el mismo permite el logro de los objetivos planteados en el proyecto de investigación.

Sin otro particular.

Atentamente



Lcdo. Onofre Marciano
C.I. N° V 10.222.744

ANEXO B



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
Curso Especial de Grado**

**INSTRUMENTO PARA EVALUAR EL CAPITAL HUMANO
APLICADO A LOS SERVICIOS BANCARIOS EN LA AGENCIA DEL
BANCO EXTERIOR, UBICADA EN LA CIUDAD DE CARÚPANO, QUE
PERMITA BRINDAR A LOS CLIENTES Y USUARIOS UNA ADECUADA
ATENCIÓN, 2012.**

Carúpano, Febrero del 2012.

Estimados:

Gerente, Sub-gerente, empleados.
BANCO EXTERIOR.
Reciban un cordial saludo.

El presente cuestionario tiene la finalidad de recabar información para evaluar el *“Evaluar el capital humano aplicado a los servicios bancarios en la agencia del Banco Exterior, ubicado en la ciudad de Carúpano, que permita brindar a los clientes y usuarios una adecuada atención, 2012”*, como parte del trabajo final del seminario Capital Intelectual: Desde la perspectiva de las ciencias contables, del Curso Especial de Grado de la Universidad de Oriente núcleo de sucre. La información obtenida es de carácter confidencial y anónimo, por lo que se le agradece **no escribir su nombre.**

Agradeciendo su valiosa colaboración.

Atentamente

Bravo Omira,

Gamboa Yoleida

González Rosimar

Prof. Leonardo V. España

Profesor responsable de la asignatura Capital Intelectual: Desde la perspectiva de las ciencias contable.

INSTRUCCIONES

A continuación se presenta un cuestionario con 25 ítems redactados como afirmaciones con las siguientes categorías de respuesta: totalmente de acuerdo (5), de acuerdo (4), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), en desacuerdo (2) y totalmente en desacuerdo (1).

Lea cuidadosamente cada una de las afirmaciones y marque con una equis (x) la que más se adecue a su opinión. Solo puede seleccionar una categoría de respuesta.

Gracias por su atención.

No.	ITEMS	1	2	3	4	5
Dimensión: capital humano						
Indicador: valores						
En esta organización el personal:						
1.	Se siente satisfecho					
2.	Se adapta con rapidez a los cambios gerenciales.					
Indicador: aptitudes						
3.	Posee conocimientos derivados de la educación formal (universidad, tecnológicos)					
4.	Posee conocimientos adquiridos por cursos especializados					
5.	Posee conocimientos derivados de su experiencia laboral					
Indicador: capacidades						
6.	Recibe motivación para el desarrollo de tareas en equipo.					
7.	Intercambia información con los compañeros de trabajo.					

Dimensión: capital organizativo						
Indicador: cultura						
En organización:						
8.	Existe un compromiso general con los valores organizacionales.					
9.	Se asume de manera natural el cumplimiento de las normas					
10.	La visión es compartida por todos.					
Indicador: estructura						
11.	La estructura organizacional es jerárquica					
12.	La estructura organizativa permite a los empleados adaptarse a los cambios.					
Indicador: aprendizaje organizativo						
13.	Se capacita al personal para responder a los cambios del entorno.					
14.	Existen procedimientos a través de la capacitación que impulsan la creación de nuevas competencias.					
Indicador: procesos dirigidos al cliente/usuario interno						
15.	Se reflexiona sobre su misión y su visión para reorientar sus estrategias.					
16.	Los procesos internos se orientan a estimular la capacidad					

	innovadora del personal.					
Indicador: procesos dirigidos al cliente externo						
17.	Se segmenta el mercado de consumidores para satisfacer sus necesidades particulares					
18.	Existen políticas explícitas de gestión de clientes					

Dimensión: capital tecnológico						
Indicador: esfuerzo en investigación, desarrollo e innovación						
En la empresa						
19.	Se realizan proyectos de investigación con el fin de aumentar los conocimientos.					
20.	Se hacen esfuerzos por aplicar los conocimientos adquiridos					
21.	Se difunden interna y externamente las innovaciones y políticas aplicadas en la organización.					
Indicador: dotación tecnológica						
Para mejorar sus procesos la empresa incorpora						
22.	Nuevos métodos					
23.	Nuevas tecnologías de información y comunicación					

Dimensión: capital negocio						
Indicador: relaciones con el cliente						
En esta organización los clientes/usuarios:						
24.	Son leales					
25.	Están satisfechos					

ANEXO C



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE- EXT. CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CURSO ESPECIAL DE GRADO**

**PREGUNTAS FORMULADAS A LOS CLIENTES Y USUARIOS DEL
BANCO EXTERIOR, PARA CONOCER A LA OPINION CON RESPECTO A
LA ATENCIÓN RECIBIDA POR PARTE DEL CAPITAL HUMANO DEL
AREA DE SERVICIOS.**

1.- ¿Conoce Ud. los servicios prestados por el Banco Exterior?

Si___ No___ NS/NR___

2.- ¿Cree Ud. que los servicios que ofrece el Banco Exterior son buenos?

Si___ No___ NS/NR___

3.- ¿Cree usted que la atención prestada por el personal del Área de Servicio y Atención al Cliente es excelente?

Si___ No___ NS/NR___

4.- ¿Ud. es cliente del Banco Exterior?

Si___ No___ NS/NR___

5.- ¿Como cliente del Banco Exterior cuenta Ud. con información adecuada y oportuna, con relación a los servicios que presta?

Si___ No___ NS/NR___

6.- ¿Es atendido con un trato cortés, amable y respetuoso?

Si___ No___ NS/NR___

7.- ¿El personal del Banco Exterior toma acciones rápidamente al momento de que usted presente problemas con los servicios?

Si___ No___ NS/NR___

8.- ¿Es atendido de forma personalizada?

Si___ No___ NS/NR___

9.- ¿Considera Ud. que los productos y servicios que ofrece el Banco Exterior satisfacen sus requerimientos y necesidades?

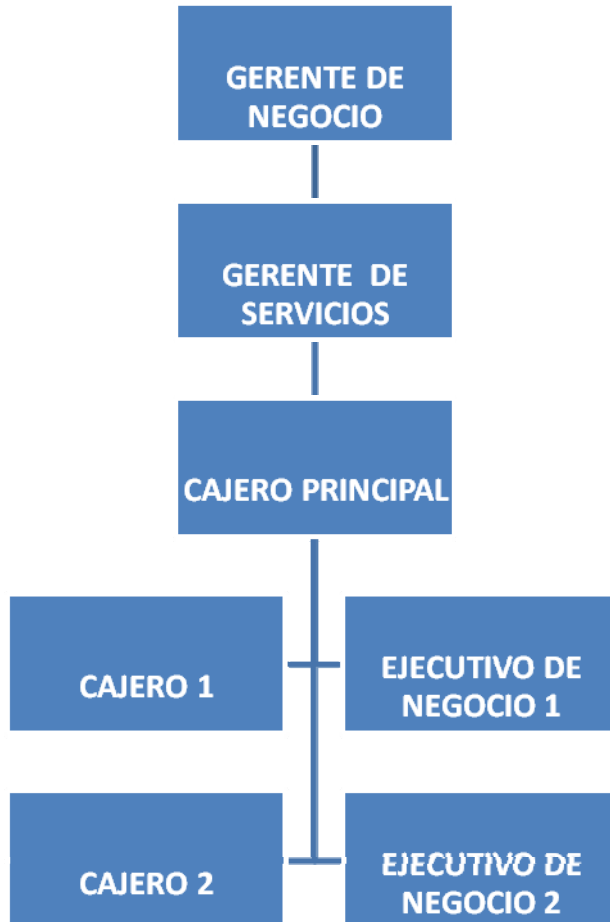
Si___ No___ NS/NR___

10.- ¿Está satisfecho con la atención recibida en la Agencia Carúpano del Banco Exterior?

Si__

No_

ANEXO D
ORGANIGRAMA DE LA AGENCIA DEL BANCO
EXTERIOR, CARÚPANO, ESTADO SUCRE



ANEXO E
HOJA DE METADATOS

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 1/6

Título	EL CAPITAL HUMANO APLICADO A LOS SERVICIOS BANCARIOS EN LA AGENCIA DEL BANCO EXTERIOR CARÚPANO ESTADO SUCRE.
Subtítulo	

Autor(es)

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
Br. Bravo Omira	CVLAC	13.075.023
	e-mail	omirabm@hotmail.com
	e-mail	
Br. González Rosimar	CVLAC	17.956.228
	e-mail	rosagonzalvez_2711@hotmail.com
	e-mail	
Br. Gamboa Yoleida	CVLAC	18.414.618
	e-mail	yoleida28@gmail.com
	e-mail	

Palabras o frases claves:

Capital Intelectual, Capital Humano, Capital Externo, Banco.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 2/6

Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Subárea
Ciencias Administrativas	Contaduría Pública

RESUMEN

El Capital Intelectual es la información intangible (que no es visible, y por tanto, no está recogida en ninguna parte) que posee una organización y que puede producir valor. El Capital Intelectual, no se encuentra normado, de allí las dificultades para identificarlos, registrarlos y contabilizarlos. Está formado por tres bloques: Capital Humano (empleados), Capital Interno, y el Capital Externo (Clientes), En este trabajo abordaremos el capital humano y el capital externo específicamente los empleados del Área de Servicios y Atención al Cliente de la Agencia del Banco Exterior y la opinión de los clientes sobre dicha agencia. El presente trabajo tiene como objetivo general evaluar el capital humano aplicado a los servicios bancarios en la agencia del Banco Exterior, Carúpano, que permita brindar a los clientes y usuarios una adecuada atención. La base metodológica para este estudio, estuvo determinada por una investigación de campo, a nivel descriptiva, conformada por una población de cinco (5) empleados de la referida agencia a quienes se les aplicó un cuestionario, para obtener los resultados y realizar su posterior análisis. Igualmente tenemos una muestra de diez (10) clientes a quienes se le aplicó una encuesta. Dichos resultados arrojaron que los trabajadores de esta se encuentran satisfecho con la organización al igual que los clientes. Asimismo la mayoría de los clientes conocen los servicios y productos ofrecidos por esta institución, y consideran que son atendidos adecuadamente. No obstante, algunos usuarios desconocen los servicios y manifiestan pasar mucho tiempo en cola, para poder realizar transacciones en la caja. De lo anterior recomendamos a los empleados de esta agencia, dar a conocer los servicios y productos que ofrece el banco, y agilizar las colas en el área de caja para que los usuarios que asistan a esta agencia a realizar sus transacciones estén menos tiempo en el banco y puedan estos sentirse satisfechos con la agencia bancaria en general.

Palabras Claves: Capital Intelectual, Capital Humano, Capital Externo, Banco.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 3/6

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / e-mail										
Msc. Leonardo España	ROL	C A		AS		TU		J U			
	CVLAC	11.438.928									
	e-mail	leoespana@gmail.com									
	e-mail										
	ROL	C A		AS		TU		J U	X		
	CVLAC										
	e-mail										
	e-mail										
	ROL	C A		AS		TU		J U	X		
	CVLAC										
	e-mail										
	e-mail										

Fecha de discusión y aprobación:

Año Mes Día

2012	03	16
------	----	----

Lenguaje: Spa

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 4/6

Archivo(s):

Nombre de archivo	Tipo MIME
Tesis: Bravo_ Gamboa _González_ CD	Word

Alcance:

Espacial: _____ (Opcional)

Temporal: _____ (Opcional)

Título o Grado asociado con el trabajo:

Licenciado en Contaduría Publica

Nivel Asociado con el Trabajo:

Licenciatura

Área de Estudio:

Departamento de Administración y Contaduría

Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado:

Universidad de Oriente – Núcleo de Sucre - Carúpano

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CU N° 0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerrector Académico
Universidad de Oriente
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda **"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009"**.

Leído el oficio SIBI – 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
SISTEMA DE BIBLIOTECA
RECIBIDO POR *Martínez*
FECHA *5/8/09* HORA *5:30*

Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

Cordialmente,

Juan A. Bolanos Currelo
JUAN A. BOLANOS CURRELO
Secretario

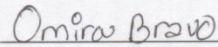


C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

JABC/YGC/maruja

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 6/6

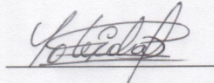
Artículo 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (Vigente a partir del II Semestre 2009, según comunicación CU-034-2009): “Los trabajos de grados son de la exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente, y solo podrá ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al Consejo Universitario, para su autorización”



Bravo Omira

C.I: 13.075.023

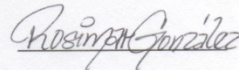
AUTOR 1



Gamboa Yoleida

C.I: 18.414.618

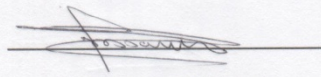
AUTOR 2



González Rosimar

C.I: 17.956.228

AUTOR 3



Msc. Leonardo España

C.I: 11.438.928

ASESOR - JURADO