



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

TESIS

**GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y CALIDAD DE
SERVICIO EN EL RESTAURANTE CAMPESTRE "EL FUNDO
PALMIRA", DISTRITO DE SANTA MARÍA, 2019.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN GESTIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

PRESENTADO POR LAS BACHILLERES:

MARILYN TALIA MEJICO LEAÑO

MIRIAM LEAÑO PEÑA

ASESOR:

M(o). Daniel Alberto Oswaldo Valenzuela Narváez

Huacho – Perú

2022

MIEMBROS DEL JURADO EVALUADOR

Dra. Flor Victoria Pichilingue Núñez
Presidente

Dr. Jesús Jacobo Coronado Espinoza
Secretario

Dr. Elvis Richar Sánchez García
Vocal

M(o). Daniel Alberto Oswaldo Valenzuela Narváez
Asesor

Título:

**GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y CALIDAD DE
SERVICIO EN EL RESTAURANTE CAMPESTRE "EL
FUNDO PALMIRA", DISTRITO DE SANTA MARÍA, 2019**

DEDICATORIA

A Dios y a mi familia por ser parte de mi desarrollo profesional y por ayudarme a obtener las mejores oportunidades profesionales y laborales, trabaje mucho y hoy me doy cuenta de que cada sacrificio tiene su recompensa, agradezco a cada uno de ustedes hermanos, amigos, compañeros por su apoyo y comprensión en esta faceta de mi desarrollo profesional.

Marilyn Talia Mejico Leño.

DEDICATORIA

A mis padres y familiares, por la confianza el apoyo incondicional que me han brindado, por inculcarme el respeto y la perseverancia, valores que fueron fundamentales para alcanzar mis objetivos.

Miriam Leño Peña

AGRADECIMIENTO

A Dios, a mis padres y a mis hermanos por el brindado, a mi familia, a mis maestros por el apoyo académico, y a mis compañeros y amigos de la universidad, gracias a todos ustedes por ser parte de mi crecimiento profesional y personal.

Marilyn Talia Mejico Leño

AGRADECIMIENTO

A Dios, a mis padres, familiares, amigos y maestros por la confianza, por creer en mi durante toda mi formación académica.

Miriam Leño Peña

ÍNDICE

| | |
|--|------|
| ÍNDICE..... | iv |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | viii |
| ÍNDICE DE FIGURAS | ix |
| RESUMEN | x |
| ABSTRACT | xi |
| INTRODUCCIÓN..... | xii |
| CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 1 |
| 1.1. Descripción de la realidad problemática | 1 |
| 1.2. Formulación del Problema | 3 |
| 1.2.1. Problema General | 3 |
| 1.2.2. Problemas Específicos | 3 |
| 1.3. Objetivos de la Investigación | 3 |
| 1.2.1. Objetivo General..... | 3 |
| 1.2.2. Objetivos Específicos | 4 |
| 1.4. Justificación de la investigación..... | 4 |
| 1.5. Delimitación del estudio..... | 5 |
| 1.6. Viabilidad del estudio..... | 5 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO..... | 6 |
| 2.1. Antecedentes de la investigación..... | 6 |
| 2.1.1. Investigaciones internacionales | 6 |
| 2.1.2. Investigaciones nacionales..... | 7 |
| 2.2. Bases teóricas | 9 |
| Variable independiente: Gestión del talento humano | 9 |

| | | |
|----|--|----|
| A. | Definiciones | 9 |
| B. | Dimensiones | 9 |
| C. | Objetivos de la gestión del talento humano | 10 |
| D. | Gestión del recurso humano y del capital intelectual | 10 |
| E. | Planificación del talento humano..... | 14 |
| F. | El talento humano como la principal ventaja competitiva..... | 14 |
| G. | Aspectos esenciales en la gestión del talento humano..... | 15 |
| H. | Lo más importante el talento humano | 16 |
| I. | Indicadores de gestión del talento humano..... | 17 |
| J. | Apertura del talento en competencias..... | 19 |
| K. | Gestión del recurso humano y del capital intelectual | 20 |
| L. | Formación y desarrollo de competencias del talento humano..... | 23 |
| | Variable dependiente: Calidad de servicio..... | 25 |
| A. | Definiciones | 25 |
| B. | Dimensiones | 25 |
| C. | Diferentes perspectivas de la calidad del servicio | 26 |
| D. | Componentes de un sistema de la calidad del servicio..... | 27 |
| E. | Características de la calidad del servicio | 30 |
| F. | Aseguramiento de la calidad del servicio | 31 |
| G. | Grandes principios de la calidad del servicio | 32 |
| H. | Importancia de los símbolos y la información en la calidad del servicio. | |
| | Influencia de los aspectos tangibles..... | 32 |
| I. | La calidad del servicio determinada por la motivación del cliente | 33 |
| J. | La calidad de servicio como factor de la competitividad de la organización ... | 34 |
| K. | Tipos de servicios | 35 |
| L. | Factores básicos para el desarrollo de la calidad de servicio..... | 35 |
| M. | Diferentes perspectivas de la calidad del servicio | 36 |

| | |
|---|----|
| N. El cliente como juez de la calidad del servicio..... | 37 |
| O. Estrategias de servicios..... | 38 |
| P. Prestar un servicio que satisfaga la necesidad de los clientes | 38 |
| Q. Estrategias de servicios..... | 40 |
| 2.3. Definición de términos básicos | 41 |
| 2.4. Hipótesis de investigación..... | 45 |
| 2.4.1. Hipótesis general | 45 |
| 2.4.2. Hipótesis específicas..... | 45 |
| 2.5. Operacionalización de las variables | 46 |
| CAPÍTULO III METODOLOGÍA..... | 48 |
| 3.1. Diseño metodológico..... | 48 |
| 3.2. Población y muestra | 48 |
| 3.2.1. Población | 48 |
| 3.2.2. Muestra | 48 |
| 3.3. Técnicas de recolección de datos | 49 |
| 3.4. Técnicas para el procesamiento de la información..... | 50 |
| CAPÍTULO IV: RESULTADOS | 51 |
| 4.1. Análisis de resultados..... | 51 |
| A. Datos generales de los trabajadores..... | 51 |
| B. Análisis descriptivo de la variable Gestión del talento humano..... | 53 |
| C. Análisis descriptivo de la variable Calidad de servicio | 59 |
| D. Prueba de normalidad | 64 |
| 4.2. Contratación de hipótesis..... | 65 |
| CAPÍTULO V: DISCUSIÓN..... | 72 |
| 5.1. Discusión de resultados | 72 |
| CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 76 |
| 6.1. Conclusiones | 76 |

| | |
|----------------------------------|----|
| 6.2. Recomendaciones | 77 |
| REFERENCIAS | 79 |
| 7.1. Fuentes bibliográficas..... | 79 |
| 7.2. Fuentes electrónicas | 80 |
| ANEXOS | 82 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabla 1. | Género de los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María | 51 |
| Tabla 2. | Edad de los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María | 52 |
| Tabla 3. | Procesos para integrar personas | 53 |
| Tabla 4. | Procesos para organizar a las personas | 54 |
| Tabla 5. | Procesos para recompensar a las personas | 55 |
| Tabla 6. | Procesos para desarrollar a las personas | 56 |
| Tabla 7. | Procesos para retener a las personas | 57 |
| Tabla 8. | Procesos para auditar a las personas | 58 |
| Tabla 9. | Elementos tangibles | 59 |
| Tabla 10. | Confiabilidad | 60 |
| Tabla 11. | Capacidad de respuesta | 61 |
| Tabla 12. | Seguridad | 62 |
| Tabla 13. | Empatía | 63 |
| Tabla 14. | Pruebas de normalidad | 64 |
| Tabla 15. | Correlación Rho de Spearman entre la gestión del talento humano y la calidad de servicios | 65 |
| Tabla 16. | Correlación Rho de Spearman entre los procesos para integrar personas y la calidad de servicios | 66 |
| Tabla 17. | Correlación Rho de Spearman entre los procesos para organizar personas y la calidad de servicios | 67 |
| Tabla 18. | Correlación Rho de Spearman entre los procesos para recompensar personas y la calidad de servicios | 68 |
| Tabla 19. | Correlación Rho de Spearman entre los procesos para desarrollar personas y la calidad de servicios | 69 |
| Tabla 20. | Correlación Rho de Spearman entre los procesos para retener personas y la calidad de servicios | 70 |
| Tabla 21. | Correlación Rho de Spearman entre los procesos para auditar personas y la calidad de servicios | 71 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | | |
|------------|--|----|
| Figura 1. | Género de los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María | 51 |
| Figura 2. | Edad de los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María | 52 |
| Figura 3. | Procesos para integrar personas | 53 |
| Figura 4. | Procesos para organizar a las personas | 54 |
| Figura 5. | Procesos para recompensar a las personas | 55 |
| Figura 6. | Procesos para desarrollar a las personas | 56 |
| Figura 7. | Procesos para retener a las personas | 57 |
| Figura 8. | Procesos para auditar a las personas | 58 |
| Figura 9. | Elementos tangibles | 59 |
| Figura 10. | Confiabilidad | 60 |
| Figura 11. | Capacidad de respuesta | 61 |
| Figura 12. | Seguridad | 62 |
| Figura 13. | Empatía | 63 |

RESUMEN

Objetivo: Establecer qué manera la gestión del talento humano influye en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Métodos: La investigación es de tipo aplicada, nivel correlacional, diseño no experimental - transversal y de enfoque cuantitativo. La población está conformada por 60 trabajadores y la muestra es de 52 trabajadores. Se realizó la confiabilidad dando como resultados un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0,871 y 0,887 para la gestión del talento humano y la calidad de servicio respectivamente. Finalmente se logró demostrar que la gestión del talento humano influye significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019. Además, la correlación de Spearman es de 0,678 según la escala de Bizquerra dicha correlación es positiva y moderada. Es decir, en dicha empresa se aplica moderadamente la gestión de talento humano la razón por el cual la calidad de servicio es regular.

Palabras clave: gestión del talento humano, calidad de servicio.

ABSTRACT

Objective: To establish how the management of human talent influences the quality of service in the country restaurant "El Fundo Palmira", district of Santa María, 2019. Methods: The research is of an applied type, correlational level, non-experimental design - cross-sectional and quantitative approach. The population is made up of 60 workers and the sample is 52 workers. Reliability was performed, resulting in a Cronbach's Alpha coefficient of 0.871 and 0.887 for human talent management and service quality, respectively. Finally, it was possible to demonstrate that the management of human talent significantly influences the quality of service in the country restaurant "El Fundo Palmira", district of Santa María, 2019. In addition, the Spearman correlation is 0.678 according to the Bizquerra scale, said correlation is positive and moderate. That is, in said company, human talent management is moderately applied, the reason why the quality of service is regular. of human talent is applied moderately, the reason why the quality of service is regular.

Keywords: human talent management, quality of service.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, las empresas están en constante innovación respecto al desarrollo de diferentes capacidades y potencialidades de su personal, de este modo lograrán un mejor servicio, donde la gran mayoría de los dueños por lo general tienen a desarrollar diversas actividades para la mejora del desempeño de su personal o para querer llegar a los más altos estándares, lo que genera una mejor productividad y posicionarse de modo sobresaliente en el mercado.

La gestión del talento humano es un factor de gran importancia para alcanzar lo propuesto. Su función es buscar la formación y participación del colaborador, de tal modo que incremente la potencialidad de cada individuo, además permite la comunicación en el personal y la empresa involucrándola en las diversas necesidades y anhelos del personal con la finalidad de desarrollarlos y enriquecer su personalidad y motivación. Así como los títulos contables y el abastecimiento son medios importantes para una empresa, el personal es el motor esencial ya que el talento humano aporta creatividad para cualquier organización, los trabajadores son los encargados de implementar y fabricar productos o servicios y principalmente lo conduce a llegar hacia los blancos y tácticas de la organización.

Es por ello por lo que tiene como objetivo general la presente investigación el establecer cómo la gestión del talento humano influye en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

El restaurante campestre "El Fundo Palmira" se fundó en el año 2011. El restaurante brinda una amplia variedad de platos típicos en una gran carta con lo mejor de la gastronomía de la provincia de Cajatambo, su especialidad es el chanco al palo y el cuy Cajatambino, y pertenece a la Corporación Yorkys.

Las empresas están constantemente buscando innovar para desarrollar las capacidades de sus colaboradores, con el propósito de brindar un mejor servicio, donde los gestores tienden a asegurar por lo general que su personal logre un mejor performance llegando a tener altos estándares, lo que genera aumentar la productividad y así sobresalir en el mercado.

Es así como la gestión del talento humano se convierte en un factor importante para alcanzar las metas, para ello desarrolla un proceso buscando la formación del colaborador, de tal forma que pueda incrementar el potencial del individuo, siendo este un elemento esencial ya que el talento humano aporta creatividad haciendo un mejor producto o brindando un mejor servicio. Los colaboradores son el motivo de ser de los restaurantes y son los que establecen la calidad de servicio. Para tener conocimiento adecuado acerca de la gestión del talento humano y la calidad de servicios en un restaurante se requiere medir las diversas percepciones de los individuos a cargo de la empresa como los jefes o los administradores en relación con el servicio en general. Sin embargo, si no se cuenta con trabajadores eficientes, no se podrá agradar el paladar del cliente y sus necesidades y de este modo sigan consumiendo nuestro producto o servicio brindado y que sugieren a otros clientes lo que imposibilita a la empresa lograr lo que se propone. La calidad de servicios se ha considerado como uno de los temas de mayor relevancia en el mundo de los negocios, pues se ha transformado es una

estrategia que hace posible satisfacer las necesidades y deseos del cliente y sobre todo contar su lealtad. Este papel predominante para las organizaciones representa una estrategia competitiva de diferenciación para el éxito y la supervivencia en el mercado.

En el restaurante campestre "El Fundo Palmira" se ha podido detectar una serie de deficiencias en la calidad de servicio que se ofrece al cliente como el trato que reciben por parte del personal ya que es poco cortés; los materiales de información como volantes no tienen los datos claros y precisos sobre lo que ofrece el restaurante; falta realizar mejoras en la infraestructura del restaurante que realce su imagen frente a la clientela; el personal tiene poca disposición para ayudar a los clientes cuando solicitan su apoyo ante cualquier queja o sugerencia; en muchas oportunidades se ha visto al personal no tener un cuidado individualizado con el cliente ya que prefieren realizar otras actividades.

Respeto a la gestión del talento humano en el restaurante campestre "El Fundo Palmira" se ha observado la selección inadecuada del personal debido a la influencia de amistades sin tener en cuenta las necesidades reales del restaurante; no tiene un adecuado plan de incentivos que motive al personal a tener un mejor desempeño en su función; los empleados no tienen una buena relación ya que sienten que los superiores tienen preferencias lo que genera un clima laboral hostil; la capacitación realizada para el personal es demasiada básica para su formación lo que ha generado ciertos vacíos y dudas.

Como se ha podido observar, en el restaurante campestre "El Fundo Palmira" demuestra tener problemas que viene afectando ambas variables. Al persistir dichos problemas, es muy posible aumente considerablemente las quejas y los reclamos en el restaurante ocasionando la pérdida considerable de clientes.

Por lo tanto, es importante para el restaurante campestre "El Fundo Palmira" mejorar el procesamiento de reclutamiento del personal con el objetivo de optimizar la calidad de servicio ofrecida al cliente, de igual forma es necesario promover y planificar programas de capacitación que permitan desarrollar las competencias del personal en el restaurante.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera la gestión del talento humano influye en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019?

1.2.2. Problemas Específicos

- a. ¿De qué manera los procesos para integrar personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019?
- b. ¿De qué manera los procesos para organizar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019?
- c. ¿De qué manera los procesos para recompensar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019?
- d. ¿De qué manera los procesos para desarrollar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019?
- e. ¿De qué manera los procesos para retener a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019?
- f. ¿De qué manera los procesos para auditar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.2.1. Objetivo General

Establecer de qué manera la gestión del talento humano influye en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

1.2.2. Objetivos Específicos

- a. Establecer de qué manera los procesos para integrar personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.
- b. Establecer de qué manera los procesos para organizar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.
- c. Establecer de qué manera los procesos para recompensar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.
- d. Establecer de qué manera los procesos para desarrollar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.
- e. Establecer de qué manera los procesos para retener a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.
- f. Establecer de qué manera los procesos para auditar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

1.4. Justificación de la investigación

Justificación metodológica

Su utilidad metodológica está en el planteamiento de un instrumento científico de recolección de datos que será de gran ayuda a demás estudios respecto a las variables estudiadas, donde está apoyado por una base teórica hecha con apreciación con el objetivo de alcanzar los resultados deseados.

Justificación práctica

El estudio tiene por finalidad plantear recomendaciones para solucionar deficiencia descritas en la realidad problemática, que explican las deficiencias en el

reclutamiento, selección, inducción, remuneraciones, motivación, estándares de servicio, percepción de la calidad de servicio, entre otros.

Justificación teórica

La investigación apoyará con datos en relación con la influencia que hay entre gestión de talento humano y calidad de servicio, datos que serán colocados en los resultados, y que permitirá llegar a conclusiones que aportará a otros estudios similares.

1.5. Delimitación del estudio

- **Delimitación geográfica:** restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, provincia de Huaura, departamento de Lima.
- **Delimitación temporal:** enero del año 2019 a marzo del año 2021.
- **Delimitación social:** Trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira".
- **Delimitación semántica:** Gestión del talento humano y calidad de servicio.

1.6. Viabilidad del estudio

Se contó con los recursos necesarios (humanos, materiales y financieros), lo que garantizaron la viabilidad y por ende su ejecución de la investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Investigaciones internacionales

Almeida (2017) realizó la investigación titulada “Estudio de las Percepciones y Expectativas de la calidad del Servicio en los Restaurantes del Norte de la Ciudad de Guayaquil”, la cual fue aprobada por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. La investigación tuvo como objetivo medir las percepciones y expectativas que tienen los clientes de los servicios de los restaurantes de la ciudad de Guayaquil a través de encuestas, usando el Modelo Teórico Servqual para conocer las brechas existentes en el Servicio al Cliente. La investigación es de tipo descriptiva. La población está constituida mil cuatrocientos treinta y dos (1.432) clientes que, en promedio, acuden mensualmente al restaurante Makumba Pizza Café. La muestra queda constituida por 90 de estos clientes, seleccionados sistemáticamente, mayoritariamente de sexo femenino. La investigación concluyó que después de realizar las encuestas de Expectativas y las de Percepción, y de agruparlas en sus respectivas dimensiones, con las que trabaja el modelo SERVQUAL, todas han resultado con una brecha negativa. Pero, cabe destacar que en su mayoría la brecha no ha sido tan grande, de decir, aunque falta mucho por hacer en el servicio, la oferta tampoco se encuentra muy alejada de las necesidades del cliente.

Vera (2015) realizó la investigación titulada “Modelo de Gestión de talento humano y su incidencia en el desempeño laboral de las empresas de Corporación El Rosado en el Centro Comercial Paseo Shopping Babahoyo”, la cual fue aprobada por Universidad Técnica de Babahoyo. Ecuador. La

investigación tuvo como objetivo el proponer un modelo de gestión de talento humano que permita la evaluación de desempeño laboral de los empleados en el Centro Comercial El Paseo Shopping Babahoyo. Es una investigación cuantitativa, cualitativa. La población fue 49 personas. La investigación utilizó como técnicas de recolección de datos la encuesta y la entrevista. La investigación concluyó en que la “satisfacción personal de los empleados se promedia en términos normales, sin embargo, la empresa necesita incentivar al personal con cursos y seminarios de capacitación para incrementar sus competencias laborables”.

Cedeño y Vera (2016) realizaron la investigación titulada “Diseño y propuesta de modelo de gestión de talento humano para ser aplicado en la empresa Naturpharma S.A.”, la cual fue aprobada por Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador. La investigación tuvo como objetivo el evaluar la gestión del talento humano y su incidencia en la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Naturpharma S.A. realizando una investigación de campo para diseñar un modelo de gestión de talento humano. Es una investigación aplicada, descriptiva, de campo. La población fue 20 colaboradores. La investigación utilizó como técnicas de recolección de datos la encuesta, la observación directa y la entrevista. La investigación concluyó en que esta propuesta le otorga grandes beneficios relacionados con el fortalecimiento de la estructura organizacional interna.

2.1.2. Investigaciones nacionales

Yzquierdo y Vásquez (2018) realizaron la investigación titulada “Influencia de la gestión del talento humano en el desempeño laboral de los colaboradores del Restaurant Longhorn, Cajamarca, 2018”, la cual fue aprobada por Universidad Privada del Norte. Perú. La investigación tuvo como objetivo el determinar la influencia de la gestión del talento humano en el desempeño laboral de los colaboradores del restaurante. Es una investigación no experimental, correlacional de corte transversal. La población fue 15 colaboradores. La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta como instrumento el cuestionario. La investigación concluyó que

“la gestión del talento humano influye significativamente en el desempeño laboral de los colaboradores del restaurante LongHorn”.

Castañeda (2017) realizó la investigación titulada “Calidad de servicios para mejorar la satisfacción del cliente en el restaurante “el Cántaro”, Lambayeque 2017”, la cual fue aprobada por la Universidad Pedro Ruiz Gallo. La investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de la Calidad de Servicio en la mejora de la satisfacción del Cliente en dicho Restaurante en ese año. La investigación es de tipo correlacional. La población la conforman todos sus clientes, los cuales ascienden aproximadamente a 4840 personas, siendo la muestra 323. La investigación utilizó como técnicas el análisis documental y como instrumentos unas fichas textuales y un cuestionario. La investigación concluyó que la Calidad de servicio influye de manera directa en la mejora de Satisfacción del Cliente en el restaurante mencionado.

Martínez (2016) realizó la investigación titulado “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote, 2016” la cual fue aprobada por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. La investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre calidad del servicio y satisfacción del cliente, desde la perspectiva de sus expectativas y percepciones, en las MYPE del sector servicios-rubro restaurantes de comida marina en dicho distrito, en ese año. La investigación es de tipo no experimental y de nivel cuantitativo- transversal correlacional. La población estuvo constituida por 190 clientes de las MYPE del sector ya mencionado, que hicieron uso del servicio durante el mes de setiembre del año 2016 y la muestra por 127 clientes. Concluyó que existe una relación directa entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente con correlación positiva de ambas y que también existe relación directa entre la calidad de servicio en las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y satisfacción del cliente.

2.2. Bases teóricas

Variable independiente: Gestión del talento humano

A. Definiciones

Bohlander, Snell y Morris (2018) mencionan que es el proceso de gestionar a los colaboradores con el objetivo de lograr lo propuesto.

Cuevas (2011) lo conceptualiza como una labor técnica que realizan jefes o encargados respecto a la conducción de los colaboradores, referente a su reclutamiento, evaluación, incentivos, penalidades, autorizaciones y acuerdo en relación con su instrucción y actualización.

Cuesta (2010) lo define como el grupo de determinaciones y actividades gerenciales en el contexto corporativo que inciden en los individuos, con el objetivo de una optimización constante, a lo largo de la planificación, establecimiento y control de las tácticas corporativas teniendo en cuenta en lo intercambio con el ambiente.

Chiavenato (2009) menciona que es una gestión enfocada en la incorporación, desarrollo, evaluación y salario del personal.

B. Dimensiones

Chiavenato (2018) señala que los procesos son:

- a. Procesos para integrar personas: Son aquellos procedimientos que tiene por finalidad incluir individuos nuevos en la organización. También son denominados procedimientos para dotar o suministrar individuos.
- b. Procesos para organizar a las personas: Consisten en la formulación de las actividades hechas por las personas que llevarán a cabo en la organización, con el fin de guiar y seguir su rendimiento.
- c. Procesos para recompensar a las personas: Son aquellos procedimientos que se usan para motivar a los individuos y complacer sus carencias personas altas.
- d. Procesos para desarrollar a las personas: Tratan de procedimientos empleados para preparar y acrecentar el potencial humano y profesional.

- e. Procesos para retener a las personas: Tratan en los procedimientos para concebir situaciones de contexto ambiental y psicológicas en las labores de los individuos.
- f. Procesos para auditar a las personas: Aquellos procedimientos tiene por objetivo proporcionar acompañamiento y supervisión de las acciones de los individuos y constatar los frutos.

C. Objetivos de la gestión del talento humano

Ríos (2015) menciona que su objetivo es desarrollar una forma al mando de la compañía con el fin de gestionar total y efectivamente al recurso humano.

A través de la gestión del talento se pretense obtener:

- Optimización y la síntesis de la administración total de los colaboradores.
- La formación de un procedimiento de mejora continua respecto a la calidad y los cargos de los trabajadores.
- La sincronización de la gestión del talento con los mandos tácticos del personal.
- El involucramiento gerencia en gestión del personal.
- La cooperación para con el crecimiento profesional del personal y de la propia compañía en un medio variable.
- La toma de decisiones imparcial y con perspectivas unificadas.

D. Gestión del recurso humano y del capital intelectual

Chiavenato (2009) menciona que, en la época del saber, en la que nos encontramos hemos aprendido a convivir, las transformaciones suceden en las organizaciones son organizadas. Especialmente tiene que ser tomados en cuenta por el ARH, ya que suceden además en dicha área, y generan un hondo cambio en sus cualidades.

Con el objetivo que el cambio sea total, y que además el ARH se encuentre al frente y no sea un complemento en las otras áreas de la organización, es

inevitable que se atribuya un organismo nuevo y realice posturas nuevas, para dar movimientos hondos de sus capacidades y cooperar al éxito de la organización. De lo precedente en efecto es una nueva orientación de área de ARH, en las dimensiones corporativas y culturales, con el objetivo de adaptarse a las necesidades que son propias de época del saber, en las dimensiones antes mencionadas. En el interior de las dimensiones corporativas y culturales, los directivos tienen nuevos cargos. Asimismo, para llevarlas a cabo, es necesario aprender más destrezas en el campo teórico y técnico. Además, los directivos tienen que desarrollar más capacidades con el objetivo de lidiar con su grupo de trabajo. Especialmente se trata de la función que debe realizar el gerente como descentralizar y delegar

Esencialmente la proporción del negocio no es sinónimo de un gran valor. Este no precisa un tamaño para ello.

a. Talento humano

Con el pasar de los años gestionarlo se ha transformado en un elemento esencial para que la organización tenga éxito.

Tener consigo personal no es sinónimo de contar con talento: hay que precisar las distinciones entre individuos y talento. El último hace referencia a algo especial que posee el individuo que el proporcionase diferenciación competitiva. Una persona no es sinónimo de talento.

Actualmente el talento comprende una serie de rasgos vitales para la competencia individual:

- Saber. Consiste en el conocimiento. Es el fruto de instruir a instruir, constantemente, puesto que el saber es la pieza de mayor valor en estos tiempos. Implicar conocer, Know – how, instruir a instruir, instruir de forma constante, extender el saber, transferir saber y compartirlo.
- Destreza. Consiste en el actuar bien. Es decir, hace uso y emplear el saber, en distintos contextos como solución de inconvenientes. Crear e innovar. Mejor dicho, destreza es el cambio de saber en fruto. Implica actuar bien, emplear el saber, perspectiva total y organizado del grupo de trabajo, liderazgo, incentivo e información.

- Criterio. Consiste en estudiar la circunstancia y el escenario. Es decir, conseguir información, tener sinergia, opinar en situaciones, elogiar con firmeza y establecer preferencia. Implica conseguir información, tener sinergia, opinar en situaciones, elogiar con firmeza y establecer preferencia.
- Proceder. Consiste en actuar para que acontezca. El proceder activo hacer posible lograr y exceder los objetivos, encargarse de los peligros y proceder como un líder de impacto, añadir valencia, conseguir la supremacía y orientarse en los frutos. Ello conlleva al individuo a lograr su autorrealización. Implica hacer posible lograr y exceder los objetivos, encargarse de los peligros y proceder como un líder de impacto, orientación en los frutos para lograr la autorrealización.

En tiempos remotos, el talento era considerado como una moneda valiosa. Actualmente se requiere entender la integración, organización, desarrollo, compensar, conservar y revisar todo ello en las empresas. El responsable de realizarlo es un tema desafiante para la organización y no únicamente del ARH. Consiste de un elemento esencial para que quede obsoleto, es una sola área de la empresa.

b. Capital humano

La definición de talento nos conlleva obligatoriamente a capital humano, un activo de gran valor que una empresa tiene con el fin de lograr competitividad y éxito. Este se compone de dos elementos principales:

- Talentos. Provisto de saberes, capacidades y habilidades que son fortalecidos y puestos al día e incentivados continuamente. No obstante, el talento no puede estar aislado por el contrario es necesario que coexista en circunstancias que hagan posible tener libertad, independencia y protección para su expansión.
- Situación. Es el clima intrínseco apropiado para que el talento surja y se desarrolle, sin ello, el talento queda obsoleto y desaparece. La situación es establecida por dos elementos:
 - o Una estructura corporativa, como una formulación adaptable, total y área que sepa coordinar a los individuos y serie de procedimientos y las

acciones de forma total. La organización tiene que dar facilidades de contacto y la comunicación entre individuos.

- Una cultura organizacional igualitaria e intervencionistas que estimulen fiabilidad, responsabilidad, satisfacción, sinergia, solidaridad y amistad en los colegas.
- Una forma de gestionar basado en el liderazgo renovador y en el entrenamiento ejecutivo, descentralizado y delegado y toma de acciones (empowerment).

Así pues, no basta con poseer talento para tener capital humano. Es importante contar con talentos constituidos en circunstancias acogedoras. En caso la circunstancia sea positiva, el talento surgirá y avanzará. En caso la circunstancia sea negativa, el talento se detendrá y conduce al aislamiento. La adición de los dos conduce a una definición de capital humano.

Esto tiene un significado relevante para la ARH: pues no solo es lidiar con los individuos y cambiar el talento, además implica el ambiente no laboran. Entonces, el rol que ahora tiene es lidiar con los individuos, su propia empresa, cultura organizacional, el modo de gestión que emplean el gerentes o gestores de individuos. Y, sobre todo, que, la definición de capital humano conllevar a la definición de capital intelectual. De esta manera, el capital humano es el elemento esencial en el capital intelectual.

c. Capital intelectual

- Capital humano: Fuerza de trabajo. Talentos integro que se unen en una estructura corporativa funcional, una cultura organizacional unidad y un modo gestor igualitario e intervencionista.
- Capital interno: arquitectura intrínseca. Definiciones, tipos, procedimientos, sistemas de administración y datos. Lo conciben los individuos y se usa en la empresa.
- Capital externo: arquitectura extrínseca. Vínculos con compradores y distribuidores, entre otros.

Está sujeta a la forma en que la empresa da solución y brinda estos para las inconveniencias con los compradores.

E. Planificación del talento humano

Para Ríos (2015), es el proceso desarrollado con la finalidad de verificar que sea la cantidad y modelo apropiados de individuos para lograr un modelo adecuado de productos o servicios a largo plazo. Cabe anotar que esta es una labor conjunta entre los líderes de procesos y dirección de gestión de talento humano de una empresa.

Conviene que las empresas planifiquen las carencias de hoy y posteriores del personal, pues los colaboradores que no lo consiguen, corren el peligro de exceder expectativas que lo conducirá a incurrir en sobre costos y verse en necesidad de despedir.

En cambio, si se personal que se requiera, ponen en peligro su estancia en el mercado al no dar la producción o prestar su servicio en el tiempo y forma contractualmente acordadas comprometiendo de hecho la imagen y confiabilidad de la empresa.

La planificación debería de incluir dos aspectos fundamentales:

Primeramente, la previsación de la exigencia del personal, es decir, número de colaboradores necesitarán la organización a largo plazo. Posiblemente que la necesidad de personal incremente su productividad, puesto que es posible incrementar la prestación de servicios y la producción con un menor número de persona y el ingreso de tecnologías modernas.

En segundo lugar, la acción de planificación comprende anticipación de la oferta de personal o su disposición con habilidades necesarias con el fin de satisfacer la demandad de personal de la organización.

F. El talento humano como la principal ventaja competitiva

Ríos (2015) menciona que es claro que el personal competente representa la principal ventaja que una organización tiene para poder competir. Desde hace mucho tiempo, se ha escuchado que a ventaja competitiva de una organización estaría en la tecnología que utiliza ¿Qué si la tecnología no tiene quien la gestione eficazmente de que serviría?

Es aquí donde se logra resultados, logra utilidades, la rentabilidad, los retornos de inversión, etc.

Las tácticas para el trabajador deben ser para que este tenga buenos frutos en un menor tiempo. El gerente debería guiar las tácticas con el fin de lograr un clima agradable para todos, en donde el equipo de trabajo sea fuente de transformaciones y adaptación.

G. Aspectos esenciales en la gestión del talento humano

Werther, Davis y Guzmán (2014) mencionan que los aspectos esenciales son:

- Enfoque estratégico: en el cual este tiene que cooperar al éxito corporativo. En caso las acciones de los directivos y el ARH no cooperan en llevar a cabo las metas estratégicas, es claro que los medios no se han utilizado eficientemente.
- Enfoque del capital humano: la acción más importante de las divisiones de la gestión del talento es gestionar la tarea de personas particulares. Respecto a su dignidad e importancia de cada uno, no se debe dar sacrificio a requeridores mal comprendidos. Únicamente una adecuada atención de esa posibilita que la empresa se desarrolle y prospere.
- Enfoque administrativo: la gestión del talento humano está a cargo del cada directivo de una empresa. El área de gestión de talento está con el objetivo de orientar y cooperar con sus saberes y actividades en las tareas de los demás gestores. Para finalizar, el rendimiento y el confort de cada colaborador son un cargo en conjunto de supervisar esta área.
- Enfoque de sistemas: “la gestión del talento humano es un elemento de la empresa”. Por este motivo, las acciones de esta área tienen que se evaluadas en relación a la cooperación que dan a la productividad en total de la empresa. En la praxis, especialista deben identificar los tipos de gestión son un sistema amplio cuyos elementos se interconectan; en cada elemento incide en otros y al mismo tiempo es incidida por el ambiente externo.

- Enfoque productivo: los gestores de la gestión del talento de una organización posibilitan aumentar su cooperación a los trabajadores y a la empresa a precaver los retos que deban confrontar. En los casos donde las disposiciones solo son reactivas, las deficiencias suelen complicarse y en total pueden perderse oportunidades a realizar buenas actividades.

H. Lo más importante el talento humano

Ríos (2015) menciona actualmente las empresas se ven sometidas a diferentes innovaciones; estas transformaciones aparecen como fruto de la globalización e inciden de forma notoria en el accionar de la organización, a causa de cada uno de sus partes en la arquitectura corporativa tiene que adaptarse de manera optimo antes estas carencias.

A su vez cada uno de los procesos deberán estar alineados con las estrategias y laborar eficazmente para llevar a cabo las metas de mayor alcance, es allí donde se tiene que hacer mayores esfuerzos de realizar el mayor esfuerzo. Es ahí donde el talento humano no tiene especial cabida, es posible igualar manera al talento con los procesos y con la estrategia.

Hoy en día, el talento humano tiene un prestigio amplio pues la fuente más importante para concebir abundancia en esta “época del saber” en cual vivimos y laboramos.

El talento humano en modo de personal con saber retenidos de forma óptima en una empresa es importante para las ganancias de esta. No obstante, las reducciones de planilla en gran escala a los que las empresas se han visto envueltas y las renuncias voluntarias de trabajadores esenciales, no han dado rentabilidad a futuro para las empresas que las concedieron.

Las grandes organizaciones han definido que “existe una relación sólida entre gestión del talento humano y valencias de las acciones” (p.33).

A través de la globalización, se cuenta con diversos datos permanentemente y ello lo conduce a emplearlo y concebir nuevas empresas de labor, de continuar con procesos modernos y de requerir destrezas nuevas del talento humano.

Igualmente, el mercado es distinto al largo de tiempo se ha puesto más exigente respecto a la calidad de servicio y sus costos.

Según estos antecedentes las organizaciones tienen que desarrollar sus capacidades porque al adecuarse, pueden precaver los cambios. Dicho aspecto de precaución es posible que sea la pieza esencial en el éxito, pues ayudar a tomar decisiones.

La administración ya no se fundamenta en factor como el tecnológico y de información. Más bien la clave principal es una gestión apropiada en el personal que interviene en el proceso.

I. Indicadores de gestión del talento humano

Mazabel (2011) señala que esta gestión tiene los indicadores descritos a continuación.

a. Impuntualidad

Calcula cuanto es que se demoran los empleados pertenecientes al establecimiento. Del mismo modo también calcula bajas monetarias en la producción.

Usualmente las organizaciones fijan un tiempo de espera de entrada de 10 minutos y a veces más, pero este periodo también está dentro de la impuntualidad

b. Inasistencia.

Calculan el rango de faltas de los empleados que laboran en el establecimiento.

Con el fin de reconocerlos y comprender adecuadamente esta singularidad, debe tipificarse por las diversas situaciones que la generan: lesiones o daños, padecimiento, inasistencia reiterativa y sin comunicar los motivos aparentes.

c. Vacaciones no gozadas.

Establece el efecto monetario por el pago de resarcimientos normativo, que llegan a crear los trabajadores cuando no toman sus vacaciones según lo establecido normativamente.

A los trabajadores que no tomen este derecho les corresponderá:

El empleado recibirá:

- Un resarcimiento por el periodo que debió descansar y no lo hizo, que será la remuneración mensual.
- También podrá disfrutar de sus vacaciones y recibirá un salario (tres remuneraciones).

d. Horario en sobretiempo

Calcula el efecto del coste y cantidad de las horas en sobretiempo laboradas, sin que la misma cree más producción.

e. Abdicación

Es la serie que calcula las deserciones de los trabajadores.

Los mismos se dan porque así lo desea el empleador o porque así lo desea el trabajador. En este patrón, solo nos enfocaremos al cálculo de las deserciones por voluntad del empleado. (renuncias)

La resolución de disertar o abdicar a la función que realiza el empleado toma por sorpresa a la organización ya que usualmente suele ser imprevista y el puesto se deja prontamente. Ello crea un gran efecto monetario negativo y relevante en la organización.

Las deserciones son frecuentes en los estados como el nuestro, en crecimiento, por el perenne reclutamiento de talentos. Las organizaciones tienen que establecer una restricción respecto a la seguridad de la misma y en este mismo punto ejecutar un prospecto de aseguramiento de los trabajadores.

Coste de los empleados

Calcula el efecto monetario que crea los costes del trabajo, las utilidades y transacciones contra el sueldo mínimo.

Casi todas las organizaciones brindan diversos provechos adyacentes que se integran de otros. A modo de ilustración tenemos: las metas, movilidad y refrigerio, vestimenta, y otros provechos originados en la ley y en convenios colectivos.

Es ese el periodo a reconocerse y darle un valor.

No podemos desconocer los datos adecuados y actualizados del coste de los empleados. Ello es de mucha relevancia, aun al permitirse una vacante. En varias oportunidades esta información es no medida y el cargo podría ser más caro que las utilidades que crearía su y el puesto puede resultar más caro que las contribuciones creadas por la prestación de sus servicios.

J. Apertura del talento en competencias

Alles (2007) señala que el ahínco que le ponen las organizaciones para perfeccionar el talento humano es muy relevante, y se puede evidenciar la inquietud del superior, sin embargo, la mayoría no sabe cómo hacerle frente. Si nos referimos a la selección es primordial tenerlo presente con anterioridad al contrato de un nuevo individuo. Deberían enfocar todas sus energías para integrar a individuos que cubran las expectativas del perfil que necesitamos, o que cubra casi todas las dimensiones como los saberes, la práctica y las habilidades. Haciendo referencia a este punto, usualmente tenemos la idea equivocada de creer que después el individuo modificara su conducta o se adaptara a los parámetros de la organización, pero la casuística nos dice que esto no es así.

Aceptando esta verdad y tomando en cuenta también que, si el progreso es dable, el mismo tomara un determinado periodo.

Es así, que primero debemos establecer el concepto de talento para cierto puesto en el trabajo y definirlo frente al vocablo competencia.

Contar con el talento para cierto puesto en el trabajo significa contar con determinado volumen de competencias, en una categoría o rango establecido, según lo que el puesto requiera.

En la selección de los individuos, el contar con la metodología de competencias facilita estudiar el nivel en que cada individuo y fija de esa manera los vacíos que pueda haber entre el rango necesitado en el perfil y los que cumplen los candidatos. Tendrá mucha relevancia el tener presente la complejidad de llevar a cabo las competencias y el talento que normalmente permite disminuir los vacíos. Claro que es factible el disminuirlas, pero es más adecuado optar por individuos que se acerquen más al perfil que se necesita.

Se debe tener presente en estos procesos los saberes según el puesto que tendrá el individuo cuando recién se integre o los que se le podrían asignar con el tiempo. De forma similar se lleva a cabo en las competencias, el individuo tendrá que contar con ellas concretamente para ingresar en el puesto indicado de forma rápida. (según competencia y nivel), si la selección se lleva a cabo con la visión de que rote en su puesto, estas deberán ser valoradas según el nuevo puesto.

Si se tiene el pensamiento de que un individuo es o no competente, el talento es la agrupación de cualidades innatas y especiales con las que nuestro creador beneficia a los seres humanos, estas definiciones generaran retrocesos, y bloquearan nuestro progreso y avance frente al mismo.

K. Gestión del recurso humano y del capital intelectual

Chiavenato (2009) menciona que, en la época del saber, en la que nos encontramos hemos aprendido a convivir, las transformaciones suceden en las organizaciones son organizadas. Especialmente tiene que ser tomados en cuenta por el ARH, ya que suceden además en dicha área, y generan un hondo cambio en sus cualidades.

Con el objetivo que el cambio sea total, y que además el ARH se encuentre al frente y no sea un complemento en las otras áreas de la organización, es inevitable que se atribuya un organismo nuevo y realice posturas nuevas, para dar movimientos hondos de sus capacidades y cooperar al éxito de la organización. De lo precedente en efecto es una nueva orientación de área de ARH, en las dimensiones corporativas y culturales, con el objetivo de adaptarse a las necesidades que son propias de época del saber, en las dimensiones antes mencionadas. En el interior de las dimensiones corporativas y culturales, los directivos tienen nuevos cargos. Asimismo, para llevarlas a cabo, es necesario aprender más destrezas en el campo teórico y técnico. Además, los directivos tienen que desarrollar más capacidades con el objetivo de lidiar con su grupo de trabajo. Especialmente se trata de la función que debe realizar el gerente como descentralizar y delegar

Esencialmente la proporción del negocio no es sinónimo de un gran valor. Este no precisa un tamaño para ello.

a. Talento humano

Con el pasar de los años gestionarlo se ha transformado en un elemento esencial para que la organización tenga éxito.

Tener consigo personal no es sinónimo de contar con talento: hay que precisar las distinciones entre individuos y talento. El último hace referencia a algo especial que posee el individuo que el proporcionase diferenciación competitiva. Una persona no es sinónimo de talento.

Actualmente el talento comprende una serie de rasgos vitales para la competencia individual:

- Saber. Consiste en el conocimiento. Es el fruto de instruir a instruir, constantemente, puesto que el saber es la pieza de mayor valor en estos tiempos. Implicar conocer, Know – how, instruir a instruir, instruir de forma constante, extender el saber, transferir saber y compartirlo.
- Destreza. Consiste en el actuar bien. Es decir, hace uso y emplear el saber, en distintos contextos como solución de inconvenientes. Crear e innovar. Mejor dicho, destreza es el cambio de saber en fruto. Implica actuar bien, emplear el saber, perspectiva total y organizado del grupo de trabajo, liderazgo, incentivo e información.
- Criterio. Consiste en estudiar la circunstancia y el escenario. Es decir, conseguir información, tener sinergia, opinar en situaciones, elogiar con firmeza y establecer preferencia. Implica conseguir información, tener sinergia, opinar en situaciones, elogiar con firmeza y establecer preferencia.
- Proceder. Consiste en actuar para que acontezca. El proceder activo hacer posible lograr y exceder los objetivos, encargarse de los peligros y proceder como un líder de impacto, añadir valencia, conseguir la supremacía y orientarse en los frutos. Ello conlleva al individuo a lograr su autorrealización. Implica hacer posible lograr y exceder los objetivos, encargarse de los peligros y proceder como un líder de impacto, orientación en los frutos para lograr la autorrealización.

En tiempos remotos, el talento era considerado como una moneda valiosa. Actualmente se requiere entender la integración, organización, desarrollo, compensar, conservar y revisar todo ello en las empresas. El responsable de realizarlo es un tema desafiante para la organización y no únicamente del ARH. Consiste en un elemento esencial para que quede obsoleto, es una sola área de la empresa.

b. Capital humano

La definición de talento nos conlleva obligatoriamente a capital humano, un activo de gran valor que una empresa tiene con el fin de lograr competitividad y éxito. Este se compone de dos elementos principales:

- Talentos. Provisto de saberes, capacidades y habilidades que son fortalecidos y puestos al día e incentivados continuamente. No obstante, el talento no puede estar aislado por el contrario es necesario que coexista en circunstancias que hagan posible tener libertad, independencia y protección para su expansión.
- Situación. Es el clima intrínseco apropiado para que el talento surja y se desarrolle, sin ello, el talento queda obsoleto y desaparece. La situación es establecida por dos elementos:
 - o Una estructura corporativa, como una formulación adaptable, total y área que sepa coordinar a los individuos y serie de procedimientos y las acciones de forma total. La organización tiene que dar facilidades de contacto y la comunicación entre individuos.
 - o Una cultura organizacional igualitaria e intervencionistas que estimulen fiabilidad, responsabilidad, satisfacción, sinergia, solidaridad y amistad en los colegas.
 - o Una forma de gestionar basado en el liderazgo renovador y en el entrenamiento ejecutivo, descentralizado y delegado y toma de acciones (empowerment).

Así pues, no basta con poseer talento para tener capital humano. Es importante contar con talentos constituidos en circunstancias acogedoras. En caso la circunstancia sea positiva, el talento surgirá y avanzará. En caso la circunstancia

sea negativa, el talento de detendrá y conduce al aislamiento. La adición de los dos conduce a una definición de capital humano.

“Esto tiene un significado relevante para la ARH: pues no solo es lidiar con los individuos y cambiar el talento, además implica el ambiente no laboran”. Entonces, el rol que ahora tiene es lidiar con los individuos, su propia empresa, cultura organizacional, el modo de gestión que emplean el gerentes o gestores de individuos. Y, sobre todo, que, la definición de capital humano conllevar a la definición de capital intelectual. De esta manera, el capital humano es el elemento esencial en el capital intelectual.

c. Capital intelectual

- Capital humano: Fuerza de trabajo. Talentos integro que se unen en una estructura corporativa funcional, una cultura organizacional unidad y un modo gestor igualitario e intervencionista.
- Capital interno: arquitectura intrínseca. Definiciones, tipos, procedimientos, sistemas de administración y datos. Lo conciben los individuos y se usa en la empresa.
- Capital externo: arquitectura extrínseca. Vínculos con compradores y distribuidores, entre otros.

Está sujeta a la forma en que la empresa da solución y brinda estos para las inconveniencias con los compradores.

L. Formación y desarrollo de competencias del talento humano

Dolan, Valle, Jackson y Schuler (2007) señalan que la instrucción y el progreso del trabajador son un grupo de tareas que se dan con el fin de optimizar su desenvolvimiento actual y futuro, maximizando sus habilidades mediante la variación y optimización de sus saberes, aptitudes y conductas.

Aun cuando la instrucción es usualmente tomada como progreso, estos vocablos no significan lo mismo. La instrucción es referida a brindarle al trabajador aptitudes concretas o modificar falencias en su desenvolvimiento. Lo opuesto sucede al conceptualizar el progreso, que es referido a brindarle al trabajador las aptitudes que le serán útiles en un largo plazo.

Se ira tras la formación si una falencia en el desenvolvimiento se le asigna a los saberes, aptitudes o conductas del trabajador, o en el caso que sea primordial integrar recientes capacidades como el resultado del progreso o táctica de negocio. Es menester precisar que en la primera situación se procede de manera «reactiva», y en la segunda situación se procede de forma «proactiva».

Aun cuando todo el tiempo no se debe olvidar que el rendimiento puede tener alteraciones debido a causas de la situación (a modo de ilustración podemos mencionar, las fuentes digitales, óptima inspección, etc.), para el caso enunciaremos las siguientes interrogantes con el fin de facilitar hallar las falencias del rendimiento:

- Destrezas: ¿tiene la destreza el trabajador para cumplir con la asignación encomendada?
- Saberes: ¿el trabajador conoce como llevar a cabo la tarea?
- Conductas: ¿desea el trabajador (o está incentivado para) llevar a cabo la tarea?

Es cierto que la totalidad de programas de instrucción y progreso están hechos con el fin de poder formular una o varias de estas interrogantes, muchas veces, ambos son tomados como vocablos sin afinidad. En esta situación formación es un vocablo que se tomara usualmente en la optimización de las destrezas que se requieren para realizar las tareas óptimamente en la posición laboral en la que se encuentra y desarrollo a la optimización de los saberes del empleo con miras a largo plazo. Usualmente, la formación busca fundamentalmente optimizar el rendimiento en una posición específica a través del aumento de las destrezas y saberes de los sujetos, mediante el desarrollo se persigue instruir a los individuos para el desenvolvimiento en tareas a largo plazo de la empresa.

Desde la perspectiva de la empresa, la instrucción y desarrollo se basan en contribuir prácticas de adquisición de saberes, con el objetivo de optimizar el desenvolvimiento personal a través de mejoras y variaciones en los saberes, destrezas y conductas. A groso modo, contienen experiencias que se dieron con el fin de:

- Originar saberes recientes.

- Renovar las destrezas.
- Entrenar a los individuos para variaciones en el ámbito profesional.
- Corregir las falencias de destrezas y saberes.
- Optimizar las conductas de los trabajadores frente al empleo y la empresa.

Variable dependiente: Calidad de servicio

A. Definiciones

Kotler, Bowen y Makens (2015) define como la principal manera en la que una empresa se puede diferenciar de las demás dado que esta consiste en ofrecer de manera continua una calidad superior a la de sus competidores.

Sánchez (2015) define que es una agrupación de patrimonios y particulares del producto o servicio que cumple unos exigencias o expectativas del cliente para que este quede satisfecho.

Villa (2014) define como aquella que incluye las particulares de un producto y/o servicio que facilitan satisfacer las carencias del cliente y/o ciudadano. Es la legítima ventaja competitiva de una compañía en la actualidad, ya que refleja el compromiso de quienes conforman una institución dirigida a prestar un buen servicio al cliente.

Hoffman y Bateson (2012) define como la cualidad constituida mediante una valoración ordinaria a futuro del desenvolvimiento de la compañía.

B. Dimensiones

Vargas y Aldena (2014) mencionan que Zeithaml, Berry y Parasuraman desarrollaron el modelo SERVQUAL (Service Quality), llamado también como el modelo de las brechas. El modelo menciona que para encontrar las brechas es obligatorio llevar a cabo un diagnóstico iniciando del análisis de lo que los clientes perciben ligado al servicio dado, usando para ello estas dimensiones:

- Elementos tangibles: aspecto de las estructuras tangibles, aparatos, individuos, trabajadores y medios para comunicaciones.

- Confiabilidad: aptitud para otorgar un servicio ofertado de manera clara y confiable.
- Capacidad de respuesta: activa prontitud para colaborar con los usuarios, ofreciéndoles un servicio franco.
- Seguridad: Saberes y cordialidad del personal, del mismo modo que su aptitud para transferir seguridad y confianza.
- Empatía: precaución y cordialidad personalizada que la compañía otorga a sus empleados.

C. *Diferentes perspectivas de la calidad del servicio*

Loveloock y Wirtz (2009) mencionan que el vocablo calidad tiene diversos significados para los individuos, según sea el contexto. David Garvin identifica 5 de estos matices:

La perspectiva trascendental, que es lo mismo que hablar de excelencia inherente a la persona: una rúbrica de estándares inalterables y rendimiento elevado. Dicha perspectiva explica el proceder de las capacidades ópticas y propone que los individuos logren reconocer la calidad solamente a través de la experiencia que se logra a través de la exposición continua, desde la perspectiva práctica, no suele ser factible recomendar a que los jefes o usuarios diferenciaran la calidad al observar.

El método basado en el producto toma en cuenta a la calidad como un elemento concreto y determinado, propone que las desigualdades en la cantidad de un insumo o atributo que tienen la mercancía, no recae en los conflictos en gustos, carencias, y preferencias de los usuarios individualizados, o de grupos enteros en el mercado.

Las definiciones basadas en el usuario inician en la calidad se encuentra en la vista de los usuarios. Esos conceptos. Esas definiciones proporcionarían calidad con una elevada satisfacción. Dicha visión parcial y dirigida a la exigencia identifica que los diversos usuarios tienen necesidades y deseos varían.

El método basado en la manufactura se conceptúa en la oferta y se vincula esencialmente con las prácticas de industrializadas. el método se centra en ejecutar

las particularidades llevadas a cabo de forma interna, impulsándolas por objetivo de eficiencia y de costos.

Las definiciones basadas en el valor se centran en la calidad en vocablos de valencia y precio. La calidad conceptúa como “excelencia costeable” al tener en cuenta la interrelación del rendimiento y el precio.

Garvin menciona que estos puntos de vista de la calidad son útiles para exponer las divergencias que suelen darse entre jefes y las diversas áreas operativas.

D. Componentes de un sistema de la calidad del servicio

Hoffman y Bateson (2012) indican que los elementos de una estructura de datos sobre la calidad en el servicio incorporan:

a. Informes acerca de la solicitud de quejas de los usuarios.

Inicialmente, “las quejas de los usuarios permiten hallar a los usuarios descontentos. El seguimiento de la compañía le facilita impedir que muchos de estos usuarios empiecen a frecuentar a la competencia” (p. 335).

“El segundo fin de las solicitudes de quejas de los usuarios es hallar las falencias en la estructura de despacho del servicio de la compañía y emplear las medidas reformativas que se requieran para disminuir las ocurrencias futuras con el mismo inconveniente” (p.335). Las quejas de los usuarios deben ser obtenidas de forma sucesiva.

No podemos restarle valor de la retroalimentación seguida del usuario. Lamentable, diversas compañías absuelven las quejas individualmente sin evaluar contenido de las quejas como un grupo.

b. Encuestas posteriores a la venta.

Como integrante del sistema de datos de calidad en el servicio, igualmente deben llevarse a cabo encuestas después de vender los productos. Dado que las encuestas después de la venta son producto de operaciones discretas, son una clase de encuesta de satisfacción y como sucede con este tipo de encuesta, están supeditadas a los beneficios o dificultades de las encuestas de satisfacción del

usuario. Podemos tener, encuestas después de la venta se centran en la complacencia del consumidor cuando el aún se encuentra presente en el usuario. De esta manera, los datos manifiestan el desenvolvimiento reciente de la compañía, aun con el tentativo del usuario por disminuir lo más posible la disonancia cognitiva puede provocar un sesgo.

Aun cuando lo vendido después también puede hallar las áreas de mejora, se centran más en evaluar la satisfacción de usuario promedio, al entregar una queja, el esperar que el usuario se queje no otorga a la compañía una imagen “real” de su desenvolvimiento. La encuesta después de la venta va tras el contacto con los usuarios y la aplicación a de medidas coercitivas si el mismo no se encuentra a gusto con su la venta busca contactar a cada cliente si está satisfecho con su compra.

c. Encuestas a los empleados

Un elemento también fundamental es la investigación de los trabajadores. Si se trata de una mercancía desempeño, es necesario que la compañía oiga del mismo modo a los ejecutantes. Suele pasar que los trabajadores son poco tomados en cuenta en la búsqueda de satisfacción del usuario. Pero, lo cierto es que la satisfacción del trabajador con la compañía se vincula concisamente con la complacencia de los usuarios. De esta forma, lo que deben tomar en cuenta las compañías de servicio, es que, si desean satisfacer las carencias de sus usuarios, no puede n tener las carencias de trabajadores como para el ultimo.

Las encuestas a los trabajadores llevadas a cabo en cada trimestre otorgan una medida interna de la calidad si hablamos de servicio en términos de moral, actitudes y barreras distinguidos por los trabajadores para el suministro de servicios de calidad. Frecuentemente, al personal les agradaría dar un servicio de mayor calidad, sin embargo, creen que las políticas y normalizaciones dentro de la misma compañía que los limitan.

d. Encuestas de calidad en el servicio para el mercado total

“Las encuestas en este mercado no sólo calculan la calidad de los servicios de la empresa patrocinadora de la encuesta, también analizan, la calidad en el servicio apreciada de los competidores de la compañía” (p. 336). Es posible para una compañía evaluar su propio desenvolvimiento respecto a temporadas pasadas

y con sus competidores. estas encuestas otorgan a la compañía los “datos acerca de las mejoras necesarias en el sistema de entrega del servicio y calculan el progreso de la compañía en las mejoras necesarias previamente halladas” (p. 336).

Para finalizar, los elementos esenciales que se tienen que agregar a todos los sistemas de calidad en el contienen:

- Escuchar: el usuario conceptúa la calidad. El estar de acuerdo con las especificaciones de la compañía no es la calidad, el consentimiento con los datos preciso de los consumidores, sí lo es. Pagar de modo ingenioso ayuda a optimizar el servicio deriva de una preparación constante en las expectativas y sensaciones del consumidor.
- Confiabilidad: Es el centro de calidad de servicio. En caso no sea fiable el servicio, el resto tiene poca importancia para un consumidor.
- Servicio esencial: Relegue de la opulencia si no brinda lo esencial. El consumidor necesita lo esencial, lo primordial, sin remordimiento o compromisos no cumplidos.
- Diseño de servicios: la entrega fiable del servicio esencial que quiere el consumidor depende de forma parte de la forma como los distintos factores funcionan en un sistema de servicios. Los errores de su formulación en cualquier proceso reducen la calidad.
- Restitución: el estudio manifiesta que las organizaciones de forma continua reciben puntuaciones negativas de calidad de servicio del consumidor en cuales sus dificultades no fueron resultas del todo. De hecho, las organizaciones que no responden eficazmente reclamo.
- El modo de sorprender al consumidor. Llegar más allá de las expectativas del consumidor que lo sorprendan en el modo de entrega del ser servicio. Entonces será de gran calidad.
- Juego limpio: el consumidor desea que las organizaciones de servicios que los traten imparcialmente, si siente lo contrario sentirán una falta de confianza.

- Trabajo en equipo: la asistencia del personal de un funcionamiento relevante con el fin de conservar el incentivo. La instrucción de un equipo de servicio que ser prioridad no algo que deba tomarse a la ligera.
- Estudio del personal. El estudio del personal es muy esencial para optimizar el servicio.
- El liderazgo servidor: brindar un servicio de buena calidad necesita de un liderazgo en particular. Este tiene que servir al colaborador, capacitando y dándole posibilidades de lograrlo.

E. Características de la calidad del servicio

Villa (2014) menciona que los parámetros sobre calidad de los servicios estatales y de capital privado son una obligación inevitable, que estas instituciones deben ejecutar para optimizar la satisfacción en los clientes, ya sea el cumplimiento de las normas ISO sobre calidad, de la misma forma, cada compañía estructura su diseño sobre atención al usuario, observando las normas locales y nacionales y adaptándolas a la carencias definidas de su área y clientes.

El ejecutar y llevar a cabo estas normas y su entendimiento por parte de los usuarios – pobladores, es uno de los componentes más difíciles de la atención al cliente, esto es por los rasgos significativos propios de la calidad del servicio.

- a. Intangible: Pone trabas en la fabricación y ejecución de los estándares de calidad. Las prácticas y carencias de los clientes son diferentes si se habla de uno u otro, y cambia continuamente.
- b. Heterogénea: La prestación de los servicios, diversos en sí mismos, también cambia diariamente y de un cliente a otro.
- c. Valorada en su conjunto: El servicio se lleva cabo precisamente al darse el consumo, es por ello que la evaluación del cliente considera no solo el resultado, sino todo el proceso:
 - Infraestructuras y accesibilidad.
 - Trato brindado.
 - Profesionalismo.

F. Aseguramiento de la calidad del servicio

Villa (2014) señala que el garantizar la calidad es un definición que engloba el grupo de operaciones planeadas y sistemáticas que son requisito a la hora de otorgar la confianza de los clientes de que una mercancía o servicio cubre sus necesidades, según las exigencias establecidas previamente o estándares de calidad, que deben basar su fundamento en la complacer las expectativas y carencias de usuarios y consumidores.

Por tanto, podemos definir el “asegurar la calidad” como el conjunto de políticas, procedimientos y acciones que emprende una organización para que los productos y servicios que recibe un cliente, usuario o ciudadano tengan la calidad demandada.

El aseguramiento de calidad es esencialmente una estructura registrada de trabajo, donde se plasman reglas claras, concretas e imparciales, sobre todos los criterios ligados al proceso operativo de prestación de un servicio o producto al cliente o usuario final, esto es, a partir el diseño, l planificación, la fabricación, la exposición, la distribución y el servicio después de venderlo, hasta los métodos de control y evaluación del proceso y la formación de los trabajadores.

Esto conlleva a verificar y monitorear que en el desarrollo de todo el proceso operativo se den instrucciones de trabajo, se respeten las descripciones sistemáticas y operativas del servicio.

Por tanto, se puede definir “aseguramiento de la calidad” como el esmero con el que una compañía busca planear, administrar, fiscalizar y valorar que la mercancía y/o servicios que brinda a sus usuarios o consumidores van de la mano con las exigencias y los rasgos significativos fundados por la empresa.

Para lograr llegar a los estándares de competitividad con otras compañías, es fundamental darles más garantías a nuestros posibles consumidores, ya sea tratándose de costes como periodo de despacho, atención y asistencia después de la venta, es por ello que tener entre nuestras filas un sistema de calidad es una señal de que nos dirigimos a la excelencia.

G. Grandes principios de la calidad del servicio

Velasco (2010) menciona que los principales principios son:

- Solamente el consumidor puede juzgar la calidad de servicio. Por ende, sus recomendaciones, son esenciales.
- El consumidor es el único quien juzgará el nivel de calidad de servicios, pues siempre tiene expectativas más altas.
- Es necesario que la organización diseñe compromisos que hagan posible lograr lo propuesto y diferenciarse de la competencia.
- La organización tiene que administrar expectativas del consumidor, reduciendo las distorsiones que existen en el contexto del servicio y lo que espera el consumidor.
- Las normas de calidad no pueden ser sujetas a promesas que emita la organización.

No hay términos medios en servicios, pues solo debe abocarse en brindar la excelencia, sin ningún error.

Considerando que los detalles son una parte importante para optimizar los servicios. Y pide la intervención de cada persona, a partir del gerente de la organización hasta el empleado de menor nivel, pues el consumidor tiene una visión global de la organización.

H. Importancia de los símbolos y la información en la calidad del servicio. Influencia de los aspectos tangibles

Velasco (2010) mencionan que en la impresión de la calidad inciden además en los símbolos que componen el bien.

Cada signo, verbal o no verbal, que va junto al servicio, juega un rol esencial, en ese marco:

- Dar la cara al comprador
- Dar el camino.
- Manifestar una alegría al mirarlo.

- Nombrarlo
- Son otras tantas bazas para jugar con el fin de alcanzar calidad

Es posible que los datos cambien de forma considerable, la sensación de calidad.

Puede estar en los casos donde al brindar un servicio de baja calidad incide enormemente en el usuario en caso se le brinde motivo de dicha calidad.

Si nos tomamos el tiempo de dar explicaciones del porqué la demora en las colas, el usuario tendrá una sensación que el tiempo se hace más corta.

Sin olvidar que los datos, por necesarios que resulten, no suplantarán una contestación rápida.

Los rasgos físicos se ven influenciados cuanto más inmaterial sea un servicio.

El cliente para realizar un juicio sobre calidad de servicio tiene que ver señales indirectas concretas. El grado de complejidad de un servicio, conllevará a tener criterios ponderables, en particular:

- El establecimiento y el personal.
- El precio. Guarda un vínculo directo con la calidad.
- El riesgo percibido. El comprador que al comienzo recibe datos o un mínimo de colaboración, o que compren sin tener garantías, hallará un servicio de baja calidad, sin embargo, estos en lo objetivo es engañoso.

I. La calidad del servicio determinada por la motivación del cliente

Velasco (2010) menciona que, con mucha regularidad, las organizaciones hacen un juzgamiento previo del incentivo del consumidor. Absortas en el desempeño técnico de sus bienes y desinformados del incentivo verdadero de la compra, determinan políticas inapropiadas de calidad de servicio.

Con la finalidad de conservar el grado de excelencia, es necesario tener conocimiento que el cliente de fragancia como certidumbre, a diferencia el que compra vacaciones compra falta de ansiedad. En los casos donde se vende instrucción, se compra enseñanza.

El comprador da mucho valor a la calidad de servicio, no desvincula sus elementos. Hace una crítica en general. Es primordial es la sensación como un todo y no una acción en particular.

Lo malo, el comprador se detiene en el nexo más frágil de la calidad de calidad y se inclina, además en globalizar las incidencias del servicio.

Por tanto, es importante que la política de calidad de servicio logre una uniformidad en cada elemento. La oferta, sea el caso de un producto o servicio, se critica en su globalidad. En caso se ausente algo, llevará al fracaso. En caso del servicio, la calidad es un todo y si no existe no tiene valor.

Frente al comercio de bienes a escala global, la uniformidad de la calidad se transforma en un elemento fuerte de mayor relevancia. En caso no brindar un producto o servicio bueno, la competencia tendrá ventajas sobre usted.

La uniformidad se lograr por medio de una cliente coherente. El servicio de crítica de alta calidad en caso el comprador cerciora que los otros compradores tienen similitudes con él. La administración de “registro de compradores” es muy importante cuando los compradores se encuentran en un sitio de consumo.

J. La calidad de servicio como factor de la competitividad de la organización

Fernández y Fernández (2015) señala que lo típico, la calidad de las organizaciones únicamente se relacionada en cada proceso productivo. Desde de algunos años, el desarrollo de la calidad es una táctica corporativa que va a cada área corporativa, así, hoy en día, se tiene en cuenta que dicha optimización de la calidad es un factor esencial en cualquier organización para que esta sea verdaderamente competitiva.

Hoy en día la competitividad de una organización es en buena proporción por la conducta que tienen las organizaciones para brindar productos o servicios de buena calidad. Una empresa llegar a ser competitiva cuando llega a tener estos compromisos:

- Se han entregado bienes y servicios a tiempo.
- Tienen competitividad en sus precios.

- La calidad de en su gestión es alta.
- Posee una alta calidad respecto en la productividad.
- Ofrecer innovación continua en los bienes o servicios de la organización.
- Lleva a cabo la normativa extranjera (como en caso de la OHSAS).
- El control de calidad es considerado como un área esencial y fundamental en la organización.

K. Tipos de servicios

Villa (2014) menciona que “se puede identificar dos tipos de servicios en función del destinatario de nuestras acciones. Esta clasificación se muestra a continuación” (p. 89).

- Servicio interno: “son los procesos que se desarrollan dentro de la institución para que el servicio refleje una norma de excelencia. El destinatario de este servicio es el usuario, en primer término, y el personal de la empresa o institución” (p. 89).
- Servicio externo: “es el mensaje que se proyecta al exterior en relación con el servicio proporcionado por la institución y que difícilmente puede ser superado. Los destinatarios serán todos los usuarios de la organización (usuarios, antiguos o potenciales...), los medios de comunicación e intermediarios y la ciudadanía” (p. 89).

Asimismo, mencionan que “Los planes de mejora de cualquier servicio deben incluir los distintos públicos de nuestro mensaje, como vemos en esta clasificación. El usuario concreto al que prestamos un servicio es solo el primer eslabón de la cadena comunicativa, que influirá y modificará el comportamiento del resto de los usuarios y la sociedad en general” (p. 89).

L. Factores básicos para el desarrollo de la calidad de servicio

Vargas y Aldana (2011) señala que por medio de estos es posible alcanzar una buena puntuación del cliente acerca de la calidad de servicio que ha recibido del establecimiento y el grado de satisfacción a sus requerimientos.

Es necesario considerar los siguientes factores:

- El saber amplio de los clientes meta o un nicho determinada, que el interior del procedimiento de la calidad de servicio está los factores esenciales.
- Reconocimientos directos de los procedimientos, meta de la auditoria. Es necesario empezar con los procedimientos delicados.
- Diseño de las fases del servicio que contengan planos y gráficos.
- Determinación de una técnica en los indicadores de satisfacción enfocados en los medios, en las acciones y el bien de destino de cada fase.
- Ingreso de la auditoria es una táctica continua con la finalidad de determinar una agenda de calificaciones.
- Feedback con frutos de la auditoria, para que esto se transforme en factor de optimización constante, obteniendo la responsabilidad honda de los trabajadores que laboran directamente con el cliente con la finalidad de tener un buen desempeño ante este.
- Logro de responsabilidad de cada uno de los miembros del establecimiento, con la finalidad de obtener lo propuesto en la calidad de servicio.

M. Diferentes perspectivas de la calidad del servicio

Loveloock y Wirtz (2009) mencionan que el vocablo calidad tiene diversos significados para los individuos, según sea el contexto. David Garvin identifica 5 de estos matices:

La perspectiva trascendental, que es lo mismo que hablar de excelencia inherente a la persona: una rúbrica de estándares inalterables y rendimiento elevado. Dicha perspectiva explica el proceder de las capacidades ópticas y propone que los individuos logren reconocer la calidad solamente a través de la experiencia que se logra a través de la exposición continua, desde la perspectiva práctica, no suele ser factible recomendar a que los jefes o usuarios diferenciaron la calidad al observar.

El método basado en el producto toma en cuenta a la calidad como un elemento concreto y determinado, propone que las desigualdades en la cantidad

de un insumo o atributo que tienen la mercancía, no recae en los conflictos en gustos, carencias, y preferencias de los usuarios individualizados, o de grupos enteros en el mercado.

Las definiciones basadas en el usuario inician en la calidad se encuentra en la vista de los usuarios. Esos conceptos. Esas definiciones proporcionaran calidad con una elevada satisfacción. Dicha visión parcial y dirigida a la exigencia identifica que los diversos usuarios tienen necesidades y deseos varían.

El método basado en la manufactura se conceptúa en la oferta y se vincula esencialmente con las prácticas de industrializadas. el método se centra en ejecutar las particularidades llevadas a cabo de forma interna, impulsándolas por objetivo de eficiencia y de costos.

Las definiciones basadas en el valor se centran en la calidad en vocablos de valencia y precio. La calidad conceptúa como “excelencia costeable” al tener en cuenta la interrelación del rendimiento y el precio.

Garvin menciona que estos puntos de vista de la calidad son útiles para exponer las divergencias que suelen darse entre jefes y las diversas áreas operativas.

N. El cliente como juez de la calidad del servicio

Deulofeu (2012) señala que esta forma el usuario se transforma en juez de la calidad de servicio concreto el grado de demanda de este. El cliente explorará el servicio por medio de estas dimensiones: factores físicos, confiabilidad, rapidez de réplica, capacidad, cordialidad, veracidad, información y entendimiento.

Esto que la determinación de lo que representa e implica la calidad de servicio está sujeto de diferentes elementos e integrantes, que en determinadas circunstancias serán complejas de determinar y evaluar. Dicha determinación es fruto de lo complicado que será obtenerlo.

Con el fin de lograr puntos en la calidad es necesario encaminarse en una diversidad de fases y hacer distintas actividades que tendrán incidencia en las áreas correspondiente de la organización.

El establecimiento de la cultura del cliente, respecto a su segmentación, la integración de los colaboradores, son procedimientos que necesariamente deben ejecutarse en el establecimiento de la administración.

O. Estrategias de servicios

Lescano (2014) señala que hay opciones que nos pueden encaminar a los metas del engaño. Como las siguientes:

- Formular servicios novedosos para los clientes presentes: ello comprende realizar un seguimiento cuidadoso del proceso y el estado del cliente, como también hacer servicios novedosos. Es posible que esta táctica es útil para beneficiarse respecto a la satisfacción de clientes y trabajadores. Además, se puede realizar en conjunto con otras organizaciones.
- Brindar a clientes novedosos los servicios que poseen: prevalecer en un servicio y conversar una satisfacción muy elevada en un modelo de clientes, es factible para otro tipo de clientes que se servirán con la satisfacción alcanzada.
- Mercados recientes: tiene por finalidad atender otros mercados, en sitios en los cuales se puede hacer una diferenciación relevante ante la competencia actual. En diversas ocasiones es preciso tener un socio local para adaptarse a dichos mercados. De igual forma, es un requerimiento importante para nuevos mercados que deseen buscar. En lo opuesto, no podrá lograr con éxito en dichos mercados.

P. Prestar un servicio que satisfaga la necesidad de los clientes

Peiró (2015) con la finalidad de ser alcanzar un servicio óptimo, la organización tiene que volver a plantear en un enfoque al cliente. Un medio o plan útil y admisible pues hallar un elevado nivel de incertidumbre que situó a los clientes es lo principal.

Ello se traduce a adecuarse al nivel de satisfacción del cliente, hay diversos medios para optar y cuya elección está sujeta a un contexto en especial (estudios de mercado, encuestas, entrevistas, entre otros).

Es más confiable hacer uso de un método en este aspecto.

Sobre este punto se puede observar dos campos. La primera “de proceder” y el segundo juicio” que hacen posible a la organización tener conocimiento de la situación real por la que está atravesando.

En el tema del “proceder” hay un par de diferentes enfoques. El enfoque que tiene la organización El primero un enfoque que tenga la organización sobre la prestación de servicios: y otro enfoque de percepción de cliente, en el cual se hace una evaluación del servicio recibido por el cliente.

En caso donde la organización hace un juicio respecto al servicio que presta, siendo así posiblemente se emita un “auto juicio” del servicio ofrecido y realizar un “replanteo” del contexto poniendo como principal al cliente. La organización siendo así pasó a de un punto “de proceder” a otro “de juicio” de esta forma de podrá saber de los frutos de la táctica de servicio. Tendrá la posibilidad de conocer sus punto fuertes y débiles, enmendar las deficiencias para satisfacer al cliente.

La parte del juicio de la organización, una autoevaluación estará sujeta a los comentarios de la cliente. Dicho comentario es verdaderamente muy importante. En resumen, los clientes son los individuos para importantes para hacer una evaluación de la calidad de servicio de la organización. En relación de su nivel de satisfacción.

Indudablemente el servicio, concretizar la relación verdadera entre la organización y el cliente. Por este motivo, la información es un de las características más resaltantes de este procedimiento de intercambio.

Philip Kotler afirma que cada día más se escucha en las organizaciones sobre calidad, esta ha llegado a ser de mucha relevante e importante, aunque puede conceptualizarse en dos maneras: en primer lugar, como “aquello que se consigue satisfacer tanto expectativas como necesidades” y el segundo como “una característica o destreza que se diferencian a un individuo de los otros de buena forma”.

La importante de la calidad se resumen en lo siguiente:

- El alto costes que abarca realizar los procesos deficientemente, rehacer y enmendarlo, la negligencia de la gestión del área financiera desencadenando egresos reiterados e innecesarios, entre otros.

- La ventaja competitiva que genera dar calidad en los bienes o servicios. Conforme se tengamos las capacidades, se dar que dar más esfuerzo y alcanzar mayor calidad y ello nos conduce a la excelencia.
- El motivo de tomar el desafío de ser mejores a diario y alcanzar un desempeño elevado y dar mejores incentivos en estos tiempos y a futuro.
- Adoptar la actitud positiva, es uno de los elementos más sobresaliente para dirigirnos a la calidad, pues es indispensable que dicha actitud será quién definirá el futuro.

Q. Estrategias de servicios

Lescano (2014) señala que las directrices posibles con el finde formular tácticas de servicio que se dirigen en dos caminos: la estandarización y la personalización.

a. Estandarización

Es un medio que se encamina al pensamiento de obtener fiabilidad en el servicio y asegurar un empleo y entrega en relación con lo brindado y lo que espera el cliente. No obstante, la definición de la estandarización de servicios añade el elemento de la flexibilidad, en un nivel o bajo, conforme a cliente y al contexto.

Sin embargo, la estandarización tiene diversos niveles que se producen de acuerdo con el tipo de servicio y la toma de decisiones en el instante de proyectar la organización. Toda organización puede hallar un nivel de estandarización apropiada, enfocándose en producir satisfacción y optimizar la productividad. No hay forma que todo se estandarice. Actualmente, hay ejemplos, donde necesidad mucho sentido común y la destreza de optimizar los estándares conforme a las situaciones. De igual forma, los estándares se encuentran en continuo progreso en beneficio del avance de la tecnología y las demandas del mercado, ello abarca una supervisión constante con el fin de dirigirse conforme a la situación que se presenta y según la perspectiva de servicio que se determine.

b. Personalización

Es un medio que tiene como fin encontrar la adaptación del cliente. El primer medio tiende a una administración productiva del servicio, la personalización y se base fundamentalmente el personal de la organización. Por

este la personalización abarca un concreto saber sobre el cliente y condición en especial, ello al mismo tiempo es constante y cuidadoso en el seguimiento. Destreza que ciertas organizaciones lograr realizar. Hoy en día ciertas organizaciones hacen intentos por personalizar sus servicios, ya que es algo que informa un enfoque claro hacia el cliente. No obstante, los intentos por entender la condición del cliente son pocos y limitados o está mal dirigidos.

Poseer la habilidad de personalizar el servicio abarca un sistema adecuado y completo en la organización que posibilite el empleo de la comunicación de cliente, y a la vez, demanda tener a colaboradores adecuadamente elegidos y preparados para dar unos servicios para cada situación.

2.3. Definición de términos básicos

Gestión del talento humano

Es una labor técnica que realizan jefes o encargados respecto a la conducción de los colaboradores, referente a su reclutamiento, evaluación, incentivos, penalidades, autorizaciones y acuerdo en relación con su instrucción y actualización (Cuevas, 2011).

Calidad de servicios

Conceptualizada como aquella que incluye cualidades de un servicio que posibilitan complacer la carencias de los compradores (Villa, 2014).

Procesos para integrar personas

Son aquellos procedimientos que tiene por finalidad incluir individuos nuevos en la organización (Chiavenato, 2018).

Procesos para organizar a las personas

Consisten en la formulación de las acciones que los individuos llevarán a cabo en la organización, con el fin de guiar y seguir su rendimiento (Chiavenato, 2018).

Procesos para recompensar a las personas

Son aquellos procedimientos que se usan para motivar a los individuos y complacer sus carencias personas altas (Chiavenato, 2018).

Procesos para desarrollar a las personas

Tratan de procedimientos empleados para preparar y acrecentar el potencial humano y profesional (Chiavenato, 2018).

Procesos para retener a las personas

Tratan en los procedimientos para concebir situaciones de contexto ambiental y psicológicas en las labores de los individuos (Chiavenato, 2018).

Procesos para auditar a las personas

Aquellos procedimientos tienen por objetivo proporcionar acompañamiento y supervisión de las acciones de los individuos y constatar los frutos (Chiavenato, 2018).

Elementos tangibles

Imagen de los establecimientos tangibles, personal y medios comunicativos (Vargas y Aldana, 2014).

Confiabilidad

Condiciones para ofrecer un servicio pactado de manera clara y apropiada que asegura fiabilidad (Vargas y Aldana, 2014).

Capacidad de respuesta

Una disposición adecuada para colaborar con el comprador en darles un servicio **despachado**. (Vargas y Aldana, 2014).

Seguridad

Saber y gentileza del personal, como también su actitud para dar seguridad y fiabilidad (Vargas y Aldana, 2014).

Empatía

Esmero y atención personalizada que a la organización brinda al comprador (Vargas y Aldana, 2014).

Talento humano

Tener consigo personal no es sinónimo de contar con talento: hay que precisar las distinciones entre individuos y talento. El último hace referencia a algo especial que posee el individuo que el proporcionase diferenciación competitiva. Una persona no es sinónimo de talento (Chiavenato, 2009).

Capital humano

La definición de talento nos conlleva obligatoriamente a capital humano, un activo de gran valor que una empresa tiene con el fin de lograr competitividad y éxito (Chiavenato, 2009).

Enfoque estratégico

En el cual este tiene que cooperar al éxito corporativo. En caso las acciones de los directivos y el ARH no cooperan en llevar a cabo las metas estratégicas, es claro que los medios no se han utilizado eficientemente (Werther, Davis y Guzmán, 2014).

Enfoque del capital humano

La acción más importante de las divisiones de la gestión del talento es gestionar la tarea de personas particulares. Respecto a su dignidad e importancia de cada uno, no se debe dar sacrificio a requeridores mal comprendidos (Werther, Davis y Guzmán, 2014).

Enfoque administrativo

La gestión del talento humano está a cargo del cada directivo de una empresa. El área de gestión de talento está con el objetivo de orientar y cooperar con sus saberes y actividades en las tareas de los demás gestores (Werther, Davis y Guzmán, 2014).

Enfoque de sistemas

La GDTH es un elemento de la empresa. Por este motivo, las acciones de esta área tienen que ser evaluadas en relación con la cooperación que dan a la productividad en total de la empresa (Werther, Davis y Guzmán, 2014).

Enfoque productivo

Los gestores de la gestión del talento de una organización posibilitan aumentar su cooperación a los trabajadores y a la empresa a precaver los retos que deban confrontar (Werther, Davis y Guzmán, 2014).

La perspectiva trascendental

Dicha perspectiva explica el proceder de las capacidades ópticas y propone que los individuos logren reconocer la calidad solamente a través de la experiencia que se logra a través de la exposición continua, desde la perspectiva práctica, no suele ser factible recomendar a que los jefes o usuarios diferenciaron la calidad al observar (Lovelock y Wirtz, 2009).

El método basado en el producto

Toma en cuenta a la calidad como un elemento concreto y determinado, propone que las desigualdades en la cantidad de un insumo o atributo que tienen la mercancía no recaen en los conflictos en gustos, carencias, y preferencias de los usuarios individualizados, o de grupos enteros en el mercado (Lovelock y Wirtz, 2009).

Las definiciones basadas en el usuario

Dicha visión parcial y dirigida a la exigencia identifica que los diversos usuarios tienen necesidades y deseos varían (Lovelock y Wirtz, 2009).

El método basado en la manufactura

Se conceptúa en la oferta y se vincula esencialmente con las prácticas de industrializadas. el método se centra en ejecutar las particularidades llevadas a cabo de forma interna, impulsándolas por objetivo de eficiencia y de costos (Lovelock y Wirtz, 2009).

Las definiciones basadas en el valor

Se centran en la calidad en vocablos de valencia y precio. La calidad conceptúa como “excelencia costeable” al tener en cuenta la interrelación del rendimiento y el precio (Lovelock y Wirtz, 2009).

Informes acerca de la solicitud de quejas de los usuarios.

Inicialmente, las quejas de los usuarios permiten hallar a los usuarios descontentos. El seguimiento de la compañía le facilita impedir que muchos de estos usuarios empiecen a frecuentar a la competencia (Hoffman y Bateson, 2012).

Encuestas posteriores a la venta.

Como integrante del sistema de datos de calidad en el servicio, igualmente deben llevarse a cabo encuestas después de vender los productos. Dado que las encuestas después de la venta son producto de operaciones discretas, son una clase de encuesta

de satisfacción y como sucede con este tipo de encuesta, están supeditadas a los beneficios o dificultades de las encuestas de satisfacción del usuario (Hoffman y Bateson, 2012).

Encuestas a los empleados

Un elemento también fundamental es la investigación de los trabajadores. Si se trata de una mercancía desempeño, es necesario que la compañía oiga del mismo modo a los ejecutantes. Suele pasar que los trabajadores son poco tomados en cuenta en la búsqueda de satisfacción del usuario (Hoffman y Bateson, 2012).

Encuestas de calidad en el servicio para el mercado total

Las encuestas en este mercado no sólo calculan la calidad de los servicios de la empresa patrocinadora de la encuesta, también analizan, la calidad en el servicio apreciada de los competidores de la compañía (Hoffman y Bateson, 2012).

2.4. Hipótesis de investigación

2.4.1. Hipótesis general

La gestión del talento humano influye significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

2.4.2. Hipótesis específicas

- a. Los procesos para integrar personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.
- b. Los procesos para organizar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.
- c. Los procesos para recompensar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

- d. Los procesos para desarrollar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.
- e. Los procesos para retener a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.
- f. Los procesos para auditar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

2.5. Operacionalización de las variables

| Variable independiente | Dimensiones | Indicadores |
|---------------------------------------|---|---|
| GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO | <i>Procesos para integrar personas</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Reclutamiento. - Selección. |
| | <i>Procesos para organizar a las personas</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Diseño de puestos. - Evaluación del desempeño. |
| | <i>Procesos para recompensar a las personas</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Remuneración. - Prestaciones. - Incentivos. |
| | <i>Procesos para desarrollar a las personas</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Formación. - Desarrollo. - Aprendizaje. - Administración del conocimiento. |
| | <i>Procesos para retener a las personas</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Higiene y seguridad. - Calidad de vida. - Relaciones con los empleados. |
| | <i>Procesos para auditar a las personas</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Banco de datos. - Sistemas de información administrativa. |

Fuente: Chiavenato (2018).

| Variable Dependiente | Dimensiones | Indicadores |
|---------------------------------|-------------------------------|---|
| CALIDAD DE SERVICIOS | <i>Elementos tangibles</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Apariencia de las instalaciones físicas. - Equipo. - Personal. - Materiales para comunicaciones. |
| | <i>Confiabilidad</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para brindar el servicio prometido en forma precisa. - Confianza. |
| | <i>Capacidad de respuesta</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Disposición para ayudar a los clientes. - Servicio expedito. |
| | <i>Seguridad</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento y cortesía de los empleados. - Capacidad para transmitir seguridad. - Capacidad para transmitir confianza. |
| | <i>Empatía</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Cuidado individualizado. - Atención individualizada. |

Fuente: Vargas y Aldana (2014).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

Tipo de investigación: Aplicada, porque busca conocimientos con fines de aplicarlo inmediatamente a la realidad para modificarlo, es decir, presenta solución a problemas prácticos (Díaz, Escalona, Castro, León y Ramírez, 2013).

Nivel de investigación: Correlacional, porque se busca conocer la relación entre las variables (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Diseño: No experimental. Las investigaciones de diseño no experimental se definen como las investigaciones que se realizan sin manipular deliberadamente a las variables de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Enfoque: Enfoque cuantitativo. Porque se utilizó elementos numéricos con base a la ciencia de la estadística (Muñoz, 2011).

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población está representada por 60 trabajadores que laboran en el restaurante "El Fundo Palmira".

3.2.2. Muestra

Para obtener la muestra se aplicó la siguiente formula:

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

Donde:

| | | |
|-------|---|---|
| n | = | Es el tamaño de la muestra. |
| p y q | = | Probabilidad de la población de estar o no incluidas en la muestra. |
| Z | = | Unidades de desviación estándar. |
| N | = | Total de la población. |
| E | = | Error estándar de la estimación. |

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 60}{0.0025(12429 - 1) + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 52.01$$

Por lo tanto, la muestra de la presente investigación es de 52 trabajadores que laboran en restaurante El Fondo Palmira.

3.3. Técnicas de recolección de datos

Técnica: encuesta. Fueron dos cuestionarios. El primer cuestionario ayudó a medir la variable “Gestión del talento humano”, el segundo cuestionario ayudó a medir la variable “Calidad de servicio”. Los cuestionarios fueron respondidos por los trabajadores.

Validación del cuestionario sobre Gestión del talento humano

Se observa que el valor es de 0,742 por lo tanto es válido el cuestionario. Se utilizó el método de validez de constructo

| Prueba de KMO y Bartlett | | |
|---|---------------------|---------|
| Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo | | ,742 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Aprox. Chi-cuadrado | 331,833 |
| | Gf | 45 |
| | Sig. | ,000 |

Confiabilidad del cuestionario sobre Gestión del talento humano

Se utilizó el método de Alfa de Cronbach, obteniéndose un valor de 0,871 siendo el resultado confiable.

| Estadísticas de fiabilidad | |
|-----------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,871 | 16 |

Validación del cuestionario sobre Calidad de servicio

Se observa que el valor es de 0,765 por lo tanto es válido el cuestionario.

| Prueba de KMO y Bartlett | | |
|---|---------------------|---------|
| Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo | | ,765 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Aprox. Chi-cuadrado | 492,682 |
| | Gf | 78 |
| | Sig. | ,000 |

Confiabilidad del cuestionario sobre Calidad de servicio

Se utilizó el método de Alfa de Cronbach, obteniéndose un valor de 0,887 siendo el resultado confiable.

| Estadísticas de fiabilidad | |
|-----------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,887 | 13 |

3.4. Técnicas para el procesamiento de la información

Prueba de normalidad: Kolmogorov–Smirnov. Estadístico de prueba: Rho de Spearman.

Para la comprobación de hipótesis y la prueba de normalidad se utilizó las puntuaciones promedias obtenidas del grupo de los trabajadores del restaurante "El Fundo Palmira" mediante el instrumento de calidad de servicio.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados

A. Datos generales de los trabajadores

Tabla 1

Género de los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|-----------|------------|------------|
| Válidos | Masculino | 30 | 57,69 |
| | Femenino | 22 | 42,31 |
| | Total | 52 | 100,00 |

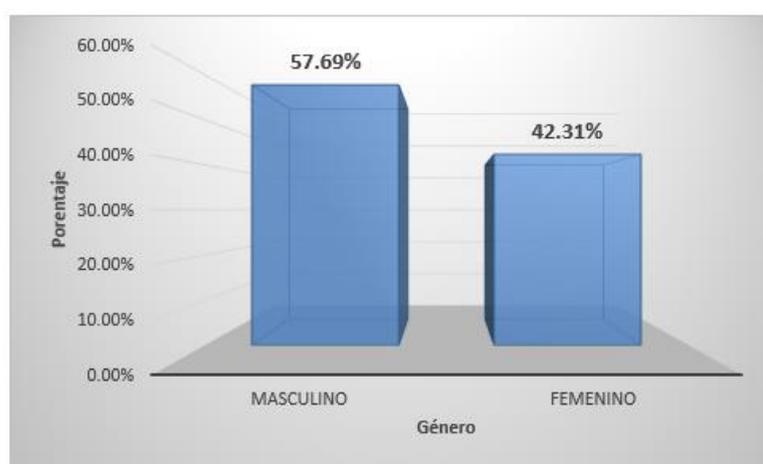


Figura 1. Género de los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María.

Se observa en la Tabla 1 que el 57,69% de los encuestados son del género masculino y el 42,31% pertenecen al género femenino.

Tabla 2

Edad de los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María

| | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------|------------|------------|
| Entre 18 años a 24 años | 3 | 5,77 |
| Entre 25 años a 31 años | 12 | 23,08 |
| Válidos Entre 32 años a 45 años | 24 | 46,15 |
| Más de 45 años | 13 | 25,00 |
| Total | 52 | 100,0 |

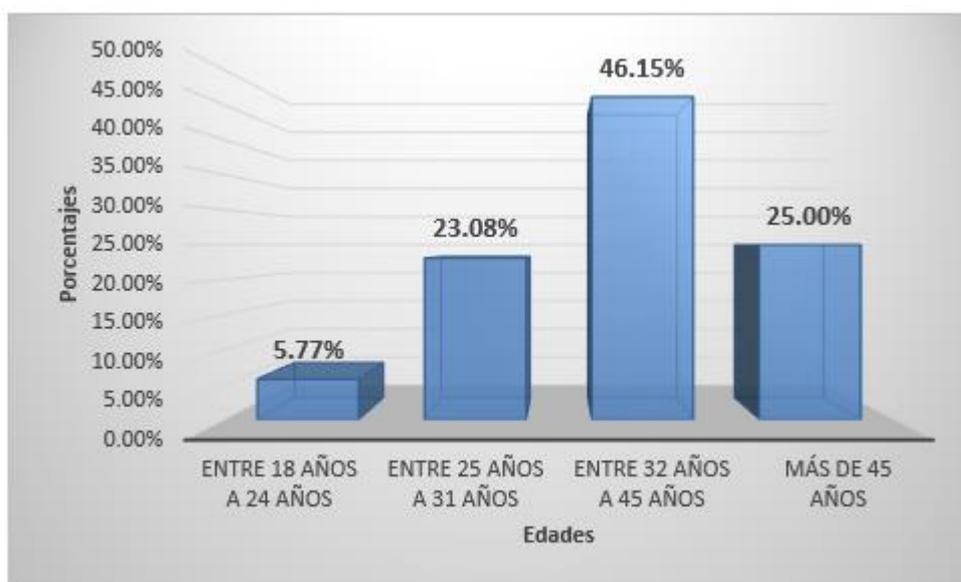


Figura 2. Edad de los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María.

Se observa en la Tabla 2 que el 5,77% mencionó tener entre 18 años a 24 años, en el caso del 23,08% mencionó tener entre 25 años a 31 años, en el caso del 46,15% tiene entre 32 años a 45 años y el 25,00% tiene más de 45 años.

B. Análisis descriptivo de la variable *Gestión del talento humano*

| | | | | |
|--------------------------|---------------|---------------------------------|------------|-----------------------|
| Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
| TED | ED | NDANED | DA | TDA |

Tabla 3

Procesos para integrar personas

| | TED | | ED | | NDANED | | DA | | TDA | |
|---|-----|------|----|------|--------|-------|----|-------|-----|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado proceso de reclutamiento. | 3 | 5,8% | 0 | 0,0% | 8 | 15,4% | 27 | 51,9% | 14 | 26,9% |
| 2. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado proceso de selección. | 3 | 5,8% | 3 | 5,8% | 8 | 15,4% | 28 | 53,8% | 10 | 19,2% |

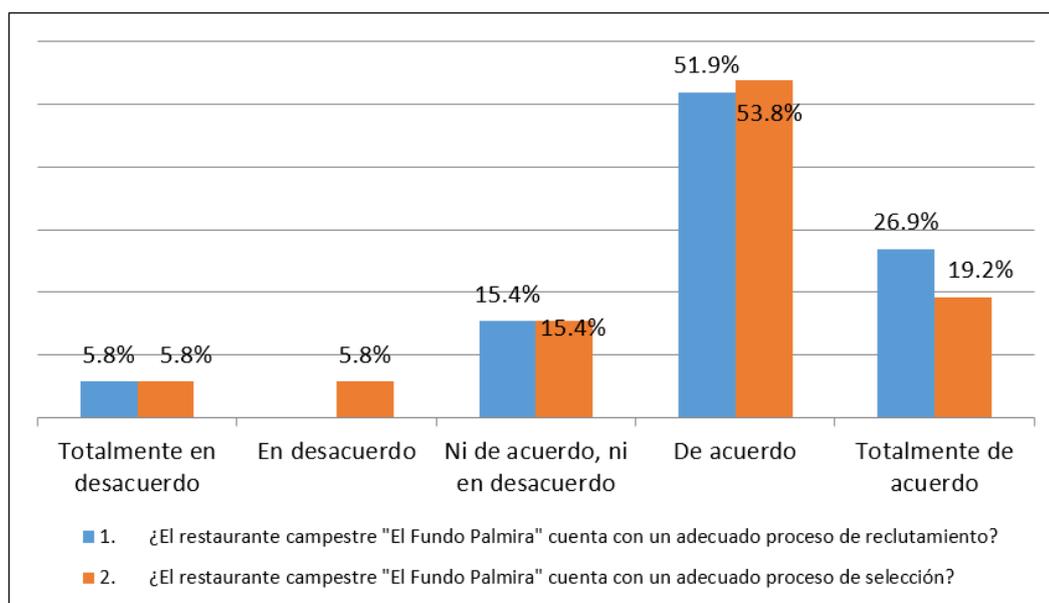


Figura 3. Procesos para integrar personas.

Se observa en la Tabla 3 que el 5,8% del personal menciona estar totalmente en desacuerdo que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado proceso de reclutamiento y el 11,6% mencionó que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" no cuenta con un adecuado proceso de selección.

Tabla 4

Procesos para organizar a las personas

| | TED | | ED | | NDANED | | DA | | TDA | |
|--|-----|-------|----|------|--------|-------|----|-------|-----|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 3. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado diseño de puestos. | 15 | 28,8% | 1 | 1,9% | 9 | 17,3% | 21 | 40,4% | 6 | 11,5% |
| 4. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con una adecuada evaluación de desempeño de su personal. | 16 | 30,8% | 1 | 1,9% | 18 | 34,6% | 15 | 28,8% | 2 | 3,8% |

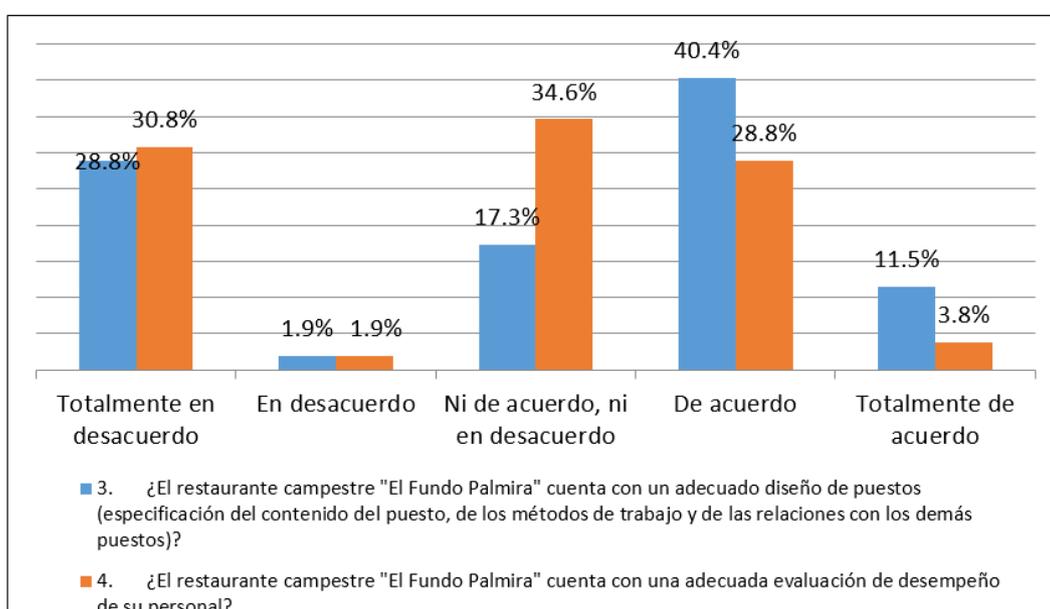


Figura 4. Procesos para organizar a las personas.

Se observa en la Tabla 4 que el 30,7% mencionaron que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" no cuenta con un adecuado diseño de puestos y el 32,7% mencionaron que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" no cuenta con una adecuada evaluación de desempeño de su personal.

Tabla 5
Procesos para recompensar a las personas

| | TED | | ED | | NDANED | | DA | | TDA | |
|--|-----|-------|----|------|--------|-------|----|-------|-----|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 5. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado sistema de remuneraciones. | 24 | 46,2% | 0 | 0,0% | 14 | 26,9% | 7 | 13,5% | 7 | 13,5% |
| 6. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado sistema de prestaciones. | 15 | 28,8% | 3 | 5,8% | 4 | 7,7% | 20 | 38,5% | 10 | 19,2% |
| 7. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado sistema de incentivos. | 16 | 30,8% | 5 | 9,6% | 7 | 13,5% | 21 | 40,4% | 3 | 5,8% |

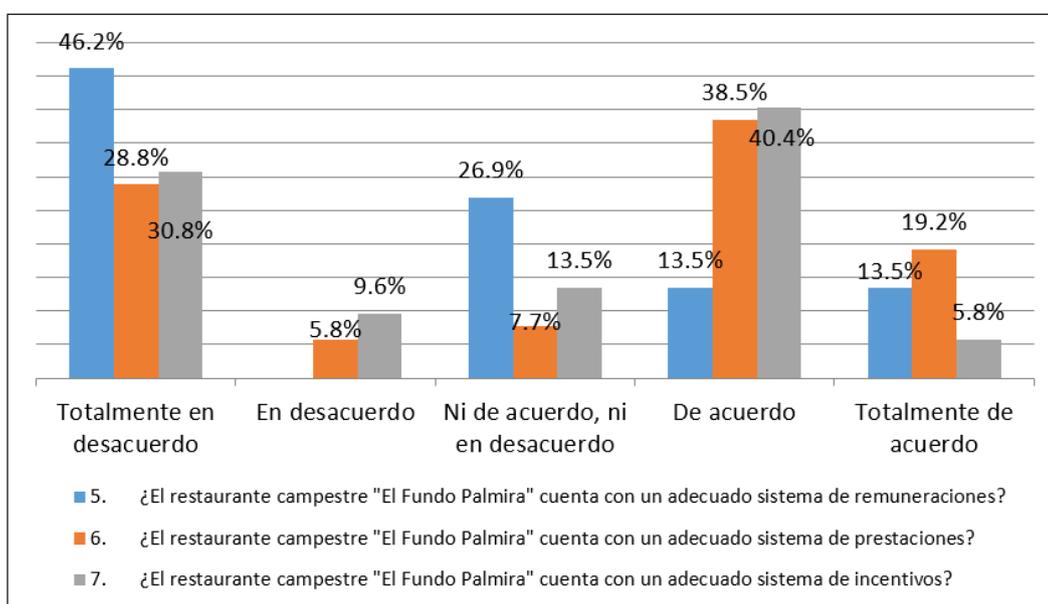


Figura 5. Procesos para recompensar a las personas.

Se observa en la Tabla 5 que el 46,2% de los encuestados manifestaron que están totalmente en desacuerdo que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuente con un adecuado sistema de remuneraciones, en el caso del 34,6% mencionaron que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" no cuenta con un adecuado sistema de prestaciones y en el caso del 40,4% mencionaron que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" no cuenta con un adecuado sistema de incentivos.

Tabla 6
Procesos para desarrollar a las personas

| | TED | | ED | | NDANED | | DA | | TDA | |
|--|-----|-------|----|-------|--------|-------|----|-------|-----|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 8. El restaurante campestre "El Fondo Palmira" cuenta con un adecuado sistema de formación para su personal. | 16 | 30,8% | 5 | 9,6% | 14 | 26,9% | 12 | 23,1% | 5 | 9,6% |
| 9. El restaurante campestre "El Fondo Palmira" cuenta con un adecuado sistema de desarrollo profesional a favor de sus trabajadores. | 15 | 28,8% | 5 | 9,6% | 15 | 28,8% | 17 | 32,7% | 0 | 0,0% |
| 10. El restaurante campestre "El Fondo Palmira" cuenta con un adecuado sistema de aprendizaje de labores. | 15 | 28,8% | 7 | 13,5% | 18 | 34,6% | 10 | 19,2% | 2 | 3,8% |
| 11. El restaurante campestre "El Fondo Palmira" genera una adecuada administración del conocimiento. | 15 | 28,8% | 1 | 1,9% | 6 | 11,5% | 17 | 32,7% | 13 | 25,0% |

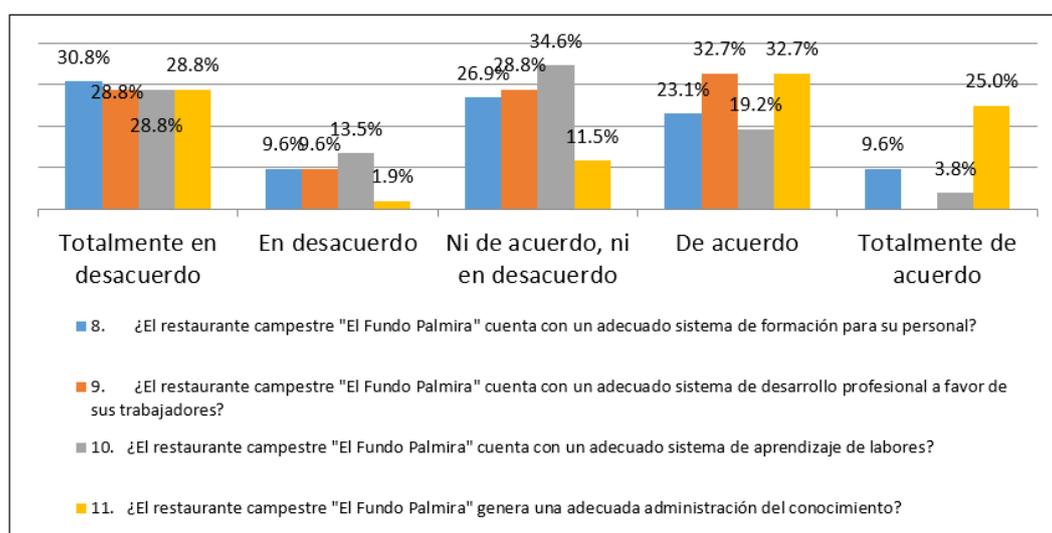


Figura 6. Procesos para desarrollar a las personas.

Se observa en la Tabla 6 que el 40,4% de los encuestados mencionan que el restaurante campestre "El Fondo Palmira" no cuenta con un adecuado sistema de formación para su personal, en el caso del 38,4% mencionaron que el restaurante campestre "El Fondo Palmira" no cuenta con un adecuado sistema de desarrollo profesional a favor de sus trabajadores, en el caso el 42,3% mencionaron que el restaurante campestre "El Fondo Palmira" no cuenta con un adecuado sistema de aprendizaje de labores y el 30,7% mencionó que el restaurante campestre "El Fondo Palmira" genera una adecuada administración del conocimiento.

Tabla 7

Procesos para retener a las personas

| | TED | | ED | | NDANED | | DA | | TDA | |
|--|-----|-------|----|-------|--------|-------|----|-------|-----|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 12. El restaurante campestre "El Fondo Palmira" cuenta con un ambiente de trabajo seguro. | 13 | 25,0% | 9 | 17,3% | 20 | 38,5% | 4 | 7,7% | 6 | 11,5% |
| 13. El restaurante campestre "El Fondo Palmira" ofrece una adecuada calidad de vida para sus trabajadores. | 16 | 30,8% | 1 | 1,9% | 18 | 34,6% | 8 | 15,4% | 9 | 17,3% |
| 14. El restaurante campestre "El Fondo Palmira" fomenta las buenas relaciones entre trabajadores, de manera horizontal y vertical. | 15 | 28,8% | 6 | 11,5% | 13 | 25,0% | 18 | 34,6% | 0 | 0,0% |

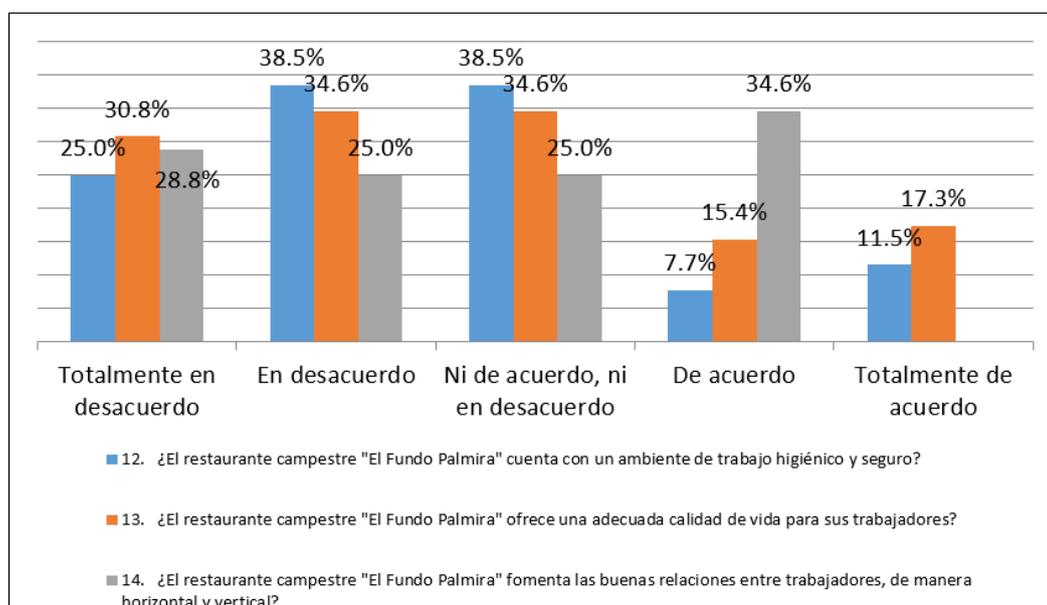


Figura 7. Procesos para desarrollar a las personas.

Se observa en la Tabla 7 que el 42,3% mencionaron que el restaurante campestre "El Fondo Palmira" no cuenta con un ambiente de trabajo seguro, en el caso el 32,7% mencionaron que el restaurante campestre "El Fondo Palmira" no ofrece una adecuada calidad de vida para sus trabajadores y el 40,3% mencionó que el restaurante campestre "El Fondo Palmira" no fomenta las buenas relaciones entre trabajadores, de manera horizontal y vertical.

Tabla 8

Procesos para auditar a las personas

| | TED | | ED | | NDANED | | DA | | TDA | |
|--|-----|-------|----|------|--------|-------|----|-------|-----|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 15. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un preciso y transparente banco de datos del desempeño de sus trabajadores. | 14 | 26,9% | 3 | 5,8% | 9 | 17,3% | 16 | 30,8% | 10 | 19,2% |
| 16. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado sistema de información administrativa. | 16 | 30,8% | 2 | 3,8% | 9 | 17,3% | 17 | 32,7% | 8 | 15,4% |

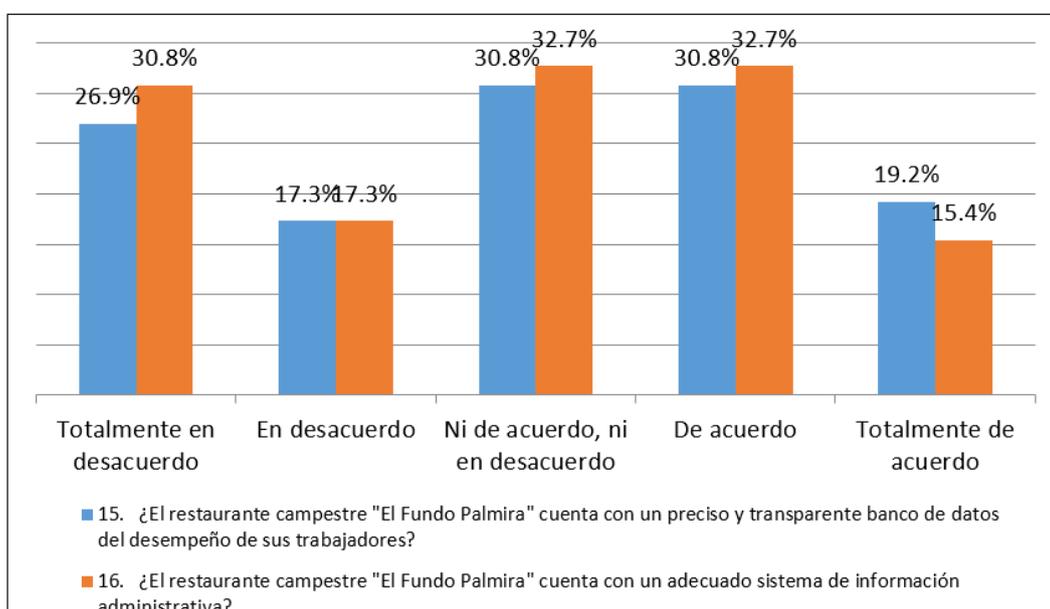


Figura 8. Procesos para auditar a las personas.

Se observa en la Tabla 8 que el 32,7% de los encuestados mencionaron que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" no cuenta con un preciso y transparente banco de datos del desempeño de sus trabajadores y el 34,6% mencionaron que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" no cuenta con un adecuado sistema de información administrativa.

C. Análisis descriptivo de la variable Calidad de servicio

Tabla 9

Elementos tangibles

| | TED | | ED | | NDANED | | DA | | TDA | |
|--|-----|--------|----|--------|--------|--------|----|--------|-----|--------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1. Las instalaciones del restaurante campestre "El Fundo Palmira" son adecuadas para los clientes. | 18 | 34,62% | 10 | 19,23% | 7 | 13,46% | 10 | 19,23% | 7 | 13,46% |
| 2. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con el equipo necesario para brindar un servicio de calidad. | 16 | 30,77% | 12 | 23,08% | 8 | 15,38% | 10 | 19,23% | 6 | 11,54% |
| 3. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con personal que aspira brindar un servicio de calidad. | 19 | 36,55% | 8 | 15,38% | 11 | 21,15% | 7 | 13,46% | 7 | 13,46% |
| 4. La publicidad, que pone el restaurante campestre "El Fundo Palmira" a la vista de sus clientes, son visualmente atractivos. | 17 | 32,69% | 8 | 15,38% | 6 | 11,54% | 6 | 11,54% | 15 | 28,85% |

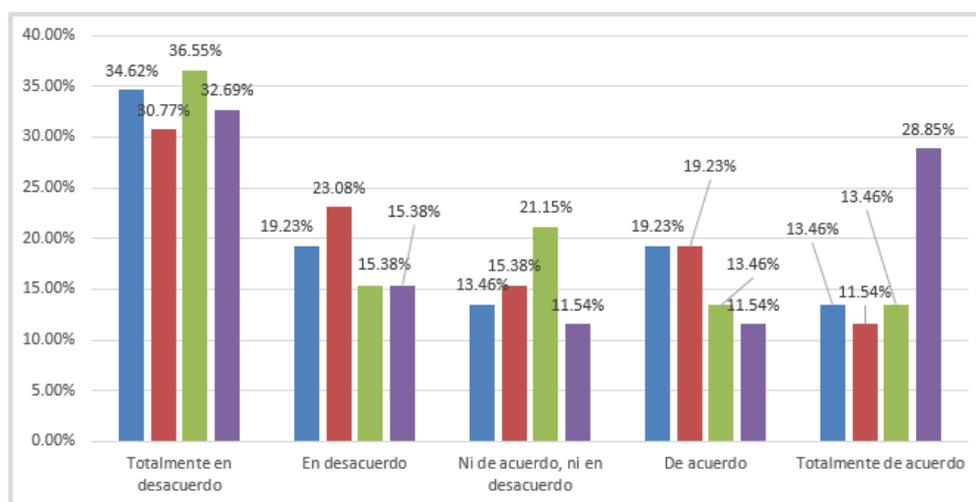


Figura 9. Elementos tangibles.

Se observa en la Tabla 9 que el 53.83% de los encuestados manifestaron que las instalaciones del restaurante campestre "El Fundo Palmira" no son atractivas, en el caso el 53.85% mencionaron que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" no cuenta con el equipo necesario para brindar un servicio de calidad, el 51,93% mencionaron que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" no cuenta con el personal que aspira brindar un servicio de calidad y el 48,07% mencionaron que la publicidad, que pone el restaurante campestre "El Fundo Palmira" a la vista de sus clientes, no son visualmente atractivos.

Tabla 10
Confiabilidad

| | TED | | ED | | NDANED | | DA | | TDA | |
|---|-----|--------|----|--------|--------|--------|----|--------|-----|--------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 5. El restaurante campestre "El Fundo Palmira", brinda un servicio de forma precisa a sus clientes. | 8 | 15,9% | 14 | 26,92% | 5 | 9,62% | 10 | 19,23% | 15 | 28,85% |
| 6. El restaurante campestre "El Fundo Palmira", brinda una imagen de confianza a los clientes. | 8 | 15,38% | 7 | 13,46% | 17 | 32,69% | 3 | 5,88% | 17 | 32,69% |

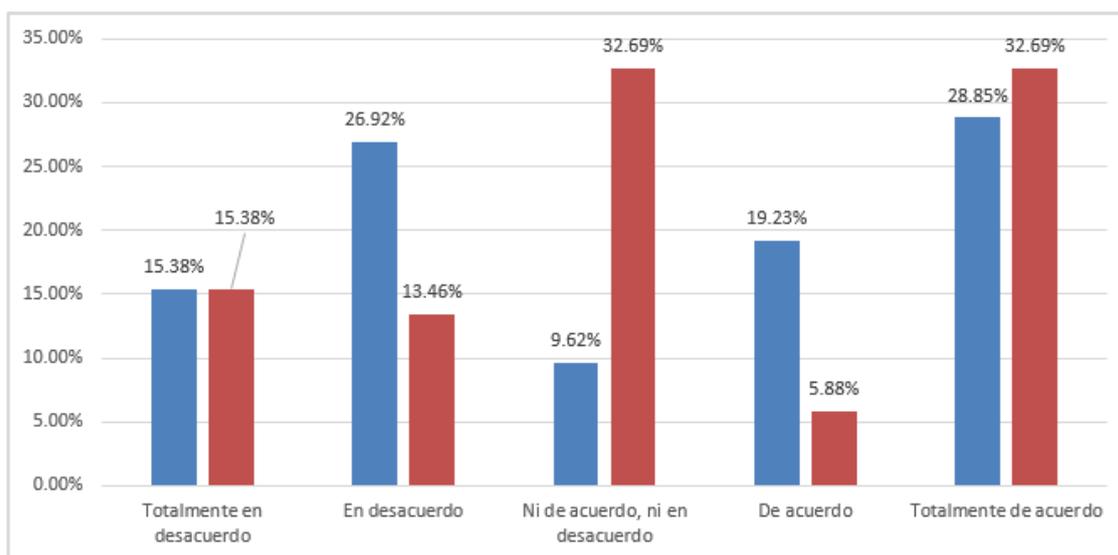


Figura 10. Confiabilidad.

Se observa en la Tabla 10 que el 42,84% mencionaron que el restaurante campestre "El Fundo Palmira", no brinda un servicio de forma precisa a sus consumidores y el 28,84% mencionaron que el restaurante campestre "El Fundo Palmira", no brinda una imagen de confianza al público.

Tabla 11

Capacidad de respuesta

| | TED | | ED | | NDANED | | DA | | TDA | |
|--|-----|--------|----|--------|--------|--------|----|-------|-----|---------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 7. Los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" demuestran tener la disposición de ayudarlo cuando lo necesite. | 21 | 40,38% | 16 | 30,77% | 8 | 15,38% | 3 | 5,77% | 4 | 7,69,0% |
| 8. Los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" demuestran la disposición de brindarle un servicio adecuado. | 14 | 26,92% | 13 | 25,00% | 20 | 38,46% | 1 | 1,92% | 4 | 7,69% |

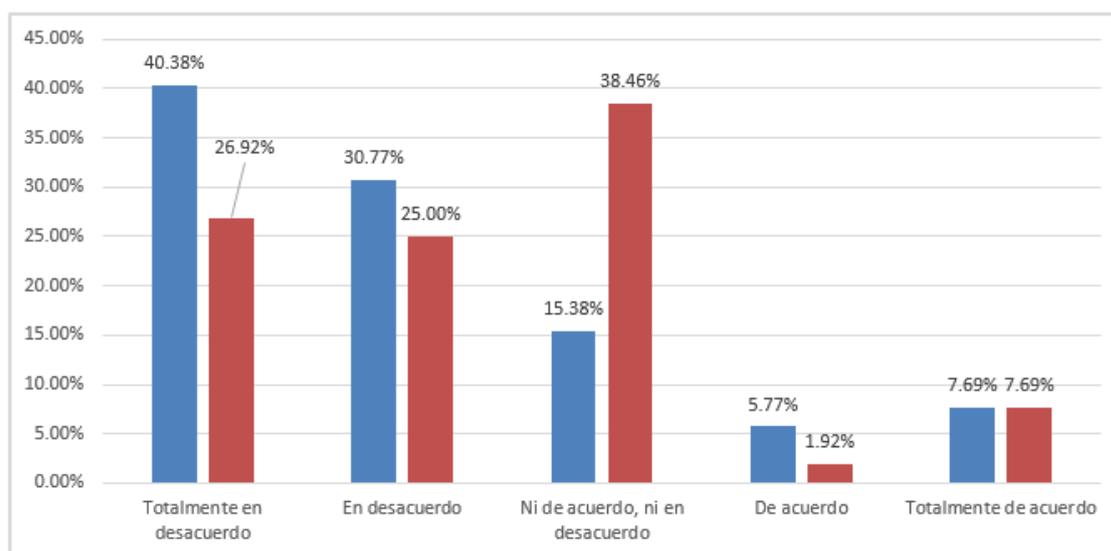


Figura 11. Capacidad de respuesta.

Se observa en la Tabla 11 que el 71,15% mencionaron que los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" no demuestran tener la disposición de ayudar cuando lo necesiten y el 51.92% mencionaron que los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" no demuestran la disposición de brindarle un servicio adecuado.

Tabla 12
Seguridad

| | TED | | ED | | NDANED | | DA | | TDA | |
|--|-----|--------|----|--------|--------|--------|----|--------|-----|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 9. Los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" atienden con cortesía. | 22 | 42.31% | 6 | 11,54% | 12 | 23,08% | 8 | 15,38% | 4 | 7,69% |
| 10. Los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" tienen la capacidad de transmitir seguridad. | 26 | 50,00% | 4 | 7,69% | 12 | 23,08% | 6 | 11,54% | 4 | 7,69% |
| 11. Los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" tienen la capacidad de transmitir confianza. | 29 | 55,77% | 1 | 1,92% | 12 | 23,08% | 6 | 11,54% | 4 | 7,69% |

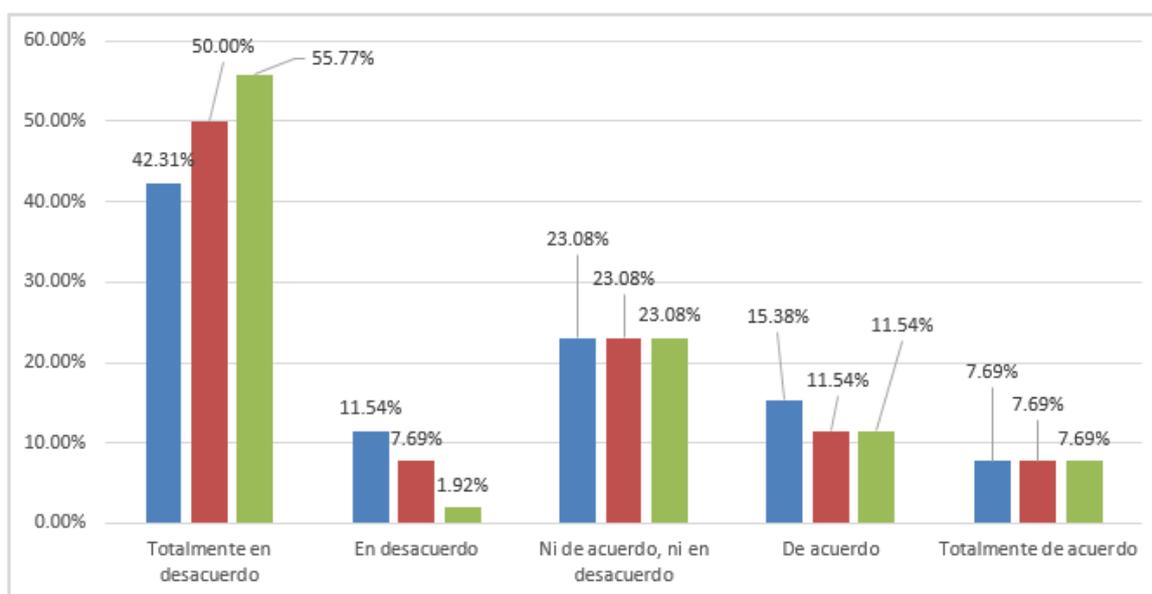


Figura 12. Seguridad.

Se observa en la Tabla 12 que el 53.85% mencionó que los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" no los han atendido con cortesía, en el caso del 57,69% mencionaron que los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" no tienen la capacidad de transmitir seguridad y el 57,69% mencionaron que los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" no tienen la capacidad de transmitir confianza.

Tabla 13

Empatía

| | TED | | ED | | NDANED | | DA | | TDA | |
|--|-----|--------|----|--------|--------|--------|----|-------|-----|--------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 12. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" satisface las necesidades de los clientes. | 18 | 34,62% | 13 | 25,00% | 9 | 17,31% | 3 | 5,77% | 9 | 17,31% |
| 13. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" brinda una atención personalizada. | 21 | 40,38% | 14 | 26,92% | 8 | 15,38% | 0 | 0,00% | 9 | 17,31% |

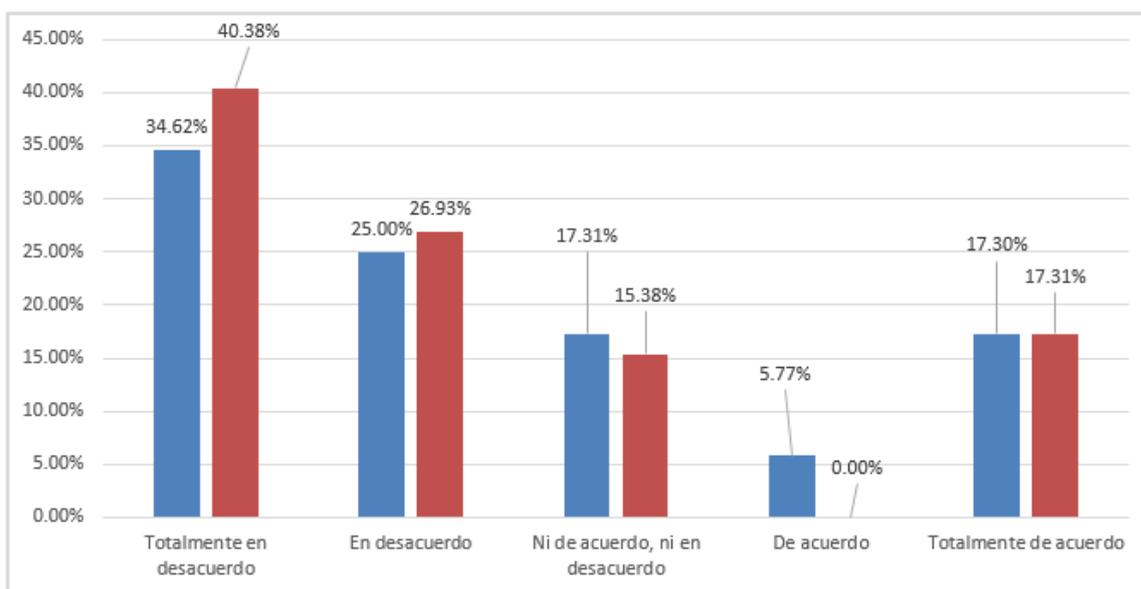


Figura 13. Empatía.

Se observa en la Tabla 13 que el 59,62% mencionaron que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" no cuida su perspectiva como cliente, intentando satisfacer sus necesidades y el 67,30% mencionaron que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" no les brindó una atención personalizada.

D. Prueba de normalidad

Como se trata de una muestra mayor de 50 datos, se utilizó la prueba de Kolmogorov - Smirnov, el cual arrojó los siguientes resultados. En la Tabla 14 se observa que con un (p-valor < 0.05) se optó por utilizar Rho Spearman para la comprobación de hipótesis.

Tabla 14
Pruebas de normalidad

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | |
|---|---------------------------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. |
| GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO | ,150 | 52 | ,015 |
| DIMENSIÓN: PROCESOS PARA INTEGRAR PERSONAS | ,249 | 52 | ,000 |
| DIMENSIÓN: PROCESOS PARA ORGANIZAR A LAS PERSONAS | ,148 | 52 | ,006 |
| DIMENSIÓN: PROCESOS PARA RECOMPENSAR A LAS PERSONAS | ,183 | 52 | ,000 |
| DIMENSIÓN: PROCESOS PARA DESARROLLAR A LAS PERSONAS | ,144 | 52 | ,009 |
| DIMENSIÓN: PROCESOS PARA RETENER A LAS PERSONAS | ,140 | 52 | ,013 |
| DIMENSIÓN: PROCESOS PARA AUDITAR A LAS PERSONAS | ,155 | 52 | ,003 |
| CALIDAD DE SERVICIOS | ,147 | 52 | ,007 |

a. Corrección de la significación de Lilliefors

4.2. Contrastación de hipótesis

Hipótesis general

Ho: La gestión del talento humano no influye significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Ha: La gestión del talento humano influye significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Tabla 15

Correlación e Rho de Spearman entre la gestión del talento humano y la calidad de servicios

| | | | Gestión del talento humano | Calidad de servicios |
|-----------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------|
| Rho de Spearman | Gestión del talento humano | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,678** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | Calidad de servicios | N | 52 | 52 |
| | | Coefficiente de correlación | ,678** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 52 | 52 |

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

Por lo expuesto en la Tabla 15, se concluye que la gestión del talento humano influye significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Hipótesis específica 1

Ho: Los procesos para integrar personas no influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Ha: Los procesos para integrar personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Tabla 16

Correlación e Rho de Spearman entre los procesos para integrar personas y la calidad de servicios

| | | | Dimensión: procesos para integrar personas | Calidad de servicios |
|--------------------|--|----------------------------|--|-------------------------|
| Rho de Spearman | Dimensión: procesos para integrar personas | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,485** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | Calidad de servicios | N | 52 | 52 |
| | | Coeficiente de correlación | ,485** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 52 | 52 |

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

Por lo expuesto en la Tabla 16, se concluye que los procesos para integrar personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Hipótesis específica 2

Ho: Los procesos para organizar personas no influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Ha: Los procesos para organizar personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Tabla 17

Correlación e Rho de Spearman entre los procesos para organizar personas y la calidad de servicios

| | | | Dimensión: procesos para organizar a las personas | Calidad de servicios |
|--------------------|--|-----------------------------|--|-------------------------|
| Rho de Spearman | Dimensión: procesos para organizar a las personas | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,707** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 52 | 52 |
| | Calidad de servicios | Coefficiente de correlación | ,707** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 52 | 52 |

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

Por lo expuesto en la Tabla 17, se concluye que los procesos para organizar personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Hipótesis específica 3

Ho: Los procesos para recompensar personas no influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Ha: Los procesos para recompensar personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Tabla 18

Correlación e Rho de Spearman entre los procesos para recompensar personas y la calidad de servicios

| | | | Dimensión: procesos para recompensar a las personas | Calidad de servicios |
|--------------------|--|-----------------------------|--|----------------------------|
| Rho de Spearman | Dimensión: procesos para recompensar a las personas | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,518** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 52 | 52 |
| | Calidad de servicios | Coefficiente de correlación | ,518** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 52 | 52 |

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

Por lo expuesto en la Tabla 18, se concluye que los procesos para recompensar personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Hipótesis específica 4

Ho: Los procesos para desarrollar personas no influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Ha: Los procesos para desarrollar personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Tabla 19

Correlación e Rho de Spearman entre los procesos para desarrollar personas y la calidad de servicios

| | | | Dimensión: procesos para desarrollar a las personas | Calidad de servicios |
|-----------------|---|-----------------------------|---|----------------------|
| Rho de Spearman | Dimensión: procesos para desarrollar a las personas | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,644** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 52 | 52 |
| | Calidad de servicios | Coefficiente de correlación | ,644** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 52 | 52 |

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

Por lo expuesto en la Tabla 19, se concluye que los procesos para desarrollar personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Hipótesis específica 5

Ho: Los procesos para retener personas no influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Ha: Los procesos para retener personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Tabla 20

Correlación e Rho de Spearman entre los procesos para retener personas y la calidad de servicios

| | | | Dimensión: procesos para retener a las personas | Calidad de servicios |
|--------------------|--|-----------------------------|--|-------------------------|
| Rho de Spearman | Dimensión: | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,527** |
| | procesos para retener a las personas | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 52 | 52 |
| | Calidad de servicios | Coefficiente de correlación | ,527** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 52 | 52 |

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

Por lo expuesto en la Tabla 20, se concluye que los procesos para retener personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Hipótesis específica 6

Ho: Los procesos para auditar a las personas no influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Ha: Los procesos para auditar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

Tabla 21

Correlación e Rho de Spearman entre los procesos para auditar personas y la calidad de servicios

| | | | Dimensión: procesos para auditar a las personas | Calidad de servicios |
|--------------------|---------------|-----------------------------|--|-------------------------|
| Rho de Spearman | Dimensión: | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,586** |
| | procesos para | Sig. (bilateral) | . | ,001 |
| | auditar a las | N | 52 | 52 |
| | personas | Coefficiente de correlación | ,586** | 1,000 |
| | Calidad de | Sig. (bilateral) | ,001 | . |
| | servicios | N | 52 | 52 |

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

Por lo expuesto en la Tabla 21, se concluye que los procesos para auditar personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

Siendo la hipótesis general: La gestión del talento humano influye significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019; debido a que el valor p es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis general; se determinó un valor Rho de Spearman es 0.678 representando una correlación positiva moderada y muy significativa. Esto lo corrobora Cuesta (2010) quien afirma que la gestión de talento es un grupo de determinaciones y actividades gerenciales en el ambiente corporativo que influyan en los individuos, con la búsqueda de mejora continua, en el proceso de planeación, establecimiento y comprobación de las tácticas corporativas, teniendo en cuenta los intercambios con el ambiente. Asimismo Yzquiero y Vásquez (2018) en su trabajo "Influencia de la gestión del talento humano en el desempeño laboral de los colaboradores del Restaurant Longhorn, Cajamarca, 2018", sus conclusiones evidenciaron que "la gestión del talento humano influye significativamente en el desempeño laboral de los colaboradores del restaurante LongHorn". Por lo tanto, es necesario tomar en cuenta que la gestión del talento humano ayuda a determinar las carencias de los individuos con el fin de guiar programas, reforzar y entrenar al personal de forma constante, formular y poner en prácticas en programas de confort del personal.

Siendo la hipótesis específica 1: Los procesos para integrar personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019; debido a que el valor p es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se

acepta la hipótesis de investigación; se determinó un valor Rho de Spearman es 0.485 representando una correlación positiva moderada y muy significativa. Esto lo corrobora Cedeño y Vera (2016) en su trabajo “Diseño y propuesta de modelo de gestión de talento humano para ser aplicado en la empresa Naturpharma S.A.” quien concluyó que esta propuesta le otorga grandes beneficios relacionados con el fortalecimiento de la estructura organizacional interna. Es decir, es posible que el reclutamiento de los colaboradores sea variable, hay entrevistas que componen un elemento primordial en este proceso, el empleo de prueba entre otras investiga profundamente, la conducta, la actitud, la habilidad, la competencia y diversos elementos importante en la toma de decisiones a la hora de elegir aspirante final.

Siendo la hipótesis específica 2: Los procesos para organizar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019; debido a que el valor p es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de investigación; se determinó un valor Rho de Spearman es 0.707 representando una correlación positiva moderada y muy significativa. Esto lo corrobora Vera (2015) en su trabajo “Modelo de Gestión de talento humano y su incidencia en el desempeño laboral de las empresas de Corporación El Rosado en el Centro Comercial Paseo Shopping Babahoyo” quien concluye que la Gestión de Personal que hace la ARH ayuda al empowerment entre el personal equitativamente, es relevante una evaluación propia y optimizar procedimientos en el lado de clientes internos.

Siendo la hipótesis específica 3: Los procesos para recompensar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019; debido a que el valor p es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de investigación; se determinó un valor Rho de Spearman es 0.518 representando una correlación positiva moderada y muy significativa. Esto lo corrobora Yzquierdo y Vásquez (2018) en su trabajo “Influencia de la gestión del talento humano en el desempeño laboral de los colaboradores del Restaurant Longhorn, Cajamarca, 2018”, quien concluye que es muy importante que las organizaciones los procesos de gestión de talento tomen en cuenta la compensación a

su personal, lo que ayuda a motivar a los individuos y complacer las carencias de cada persona.

Siendo la hipótesis específica 4: Los procesos para desarrollar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019; debido a que el valor p es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de investigación; se determinó un valor Rho de Spearman es 0.644 representando una correlación positiva moderada y muy significativa. Esto lo corrobora Vera (2015) en su trabajo "Modelo de Gestión de talento humano y su incidencia en el desempeño laboral de las empresas de Corporación El Rosado en el Centro Comercial Paseo Shopping Babahoyo", quien concluyó en que la satisfacción personal del personal está en términos comunes, no obstante, la organización requiere motivar al personal con seminarios y cursos de capacitación con el objetivo de aumentar de sus habilidades en el trabajo.

Siendo la hipótesis específica 5: Los procesos para retener a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019; debido a que el valor p es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de investigación; se determinó un valor Rho de Spearman es 0.527 representando una correlación positiva moderada y muy significativa. Esto lo corrobora Martínez (2016) en su trabajo "Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote, 2016" quien concluyó que existe una relación directa entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente con correlación positiva de ambas y que también existe relación directa entre la calidad de servicio en las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y satisfacción del cliente.

Siendo la hipótesis específica 6: Los procesos para auditar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019; debido a que el valor p es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de investigación; se determinó un valor Rho de Spearman es 0.586 representando una correlación positiva moderada y muy significativa. Esto lo corrobora Castañeda (2017) en su trabajo "Calidad de servicios para mejorar la

satisfacción del cliente en el restaurante “el Cántaro”, Lambayeque 2017”, quien concluyó que la calidad de servicio influye de manera directa en la mejora de satisfacción del cliente en el restaurante mencionado. Asimismo, recomienda utilizar estrategias de organización con todos los que están incluidos en el servicio para trabajar en equipo y minimizar los tiempos de espera en su clientela.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- Existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0.00 < 0.05$; $r = 0.485$), por lo que se concluye que los procesos para integrar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019. Es decir, a medida que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuente con un adecuado proceso de selección mejorará el desempeño del equipo para brindar un servicio de calidad a los clientes.
- Existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0.00 < 0.05$; $r = 0.707$), por lo que se concluye que los procesos para organizar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019. Es decir, a medida que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuente con una adecuada evaluación de desempeño mejorará la imagen de confianza al público.
- Existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0.00 < 0.05$; $r = 0.518$), por lo que se concluye que los procesos para recompensar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019. Es decir, a medida que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuente con un adecuado sistema de incentivos mejorará la disposición del personal por brindar un servicio expedito.
- Existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0.00 < 0.05$; $r = 0.644$), por lo que se concluye que los procesos para desarrollar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019. Es decir, a medida que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuente con un adecuado sistema de

formación mejorará la disposición del personal por brindar un servicio de manera precisa a sus clientes.

- Existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0.00 < 0.05$; $r = 0.527$), por lo que se concluye que los procesos para retener a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019. Es decir, a medida que el restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuente con un ambiente de trabajo seguro mejorará los ambientes y ante sus clientes serán visualmente atractivos.
- Existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0.00 < 0.05$; $r = 0.586$), por lo que se concluye que los procesos para auditar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019. Es decir, a medida que en el "El Fundo Palmira" cuente con un adecuado sistema de información administrativa para verificar el desempeño de sus trabajadores mejorará la perspectiva del cliente respecto a la calidad de los servicios que satisfagan sus expectativas.

Por lo tanto:

- Existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0.00 < 0.05$; $r = 0.678$), por lo que se concluye que la gestión del talento humano influye significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.

6.2. Recomendaciones

- Mejorar el procedimiento de reclutamiento del personal con el objetivo de optimizar la calidad de servicio ofrecida al cliente.
- Elaborar estrategias para diseñar acciones que mejoren las capacidades del personal tomando en consideración los frutos de la evaluación de desempeño.
- Implementar una planificación de incentivos laborales en base a los frutos de la evaluación de desempeño buscando valorar el elemento humano como principal capital de una organización.

- Realizar capacitaciones que servirán para mejorar sus capacidades y conocimientos, en beneficio personal y organizacional.
- Fortalecer el mobiliario, equipo y espacio físico para contribuir a logra atender completamente a los clientes.
- Impulsar un adecuado sistema de información administrativo que posibilite optimizar sus procesos de verificación del desempeño de los trabajadores para asegurar una mejora continua en la calidad de los servicios brindados a los clientes.

REFERENCIAS

7.1. Fuentes bibliográficas

- Bohlander, G., Snell, S. y Morris, S. (2018). *Administración de Recursos Humanos* (17 ed.). México D.F, México: Mc Graw Hill.
- Chase, J., Jacobs, R. y Aquilano, N. (2009). *Administración de operaciones producción y cadena de suministros* (12 ed.). México: Mc Graw Hil.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano* (4 ed.). México D.F. , México: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2018). *Gestión del talento humano* (4 ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Cuesta, A. (2010). *Gestión del talento humano y del conocimiento* (1 ed.). Bogotá: Ecoe.
- Cuevas, C. (2011). *Gerencia, gestión y liderazgo educativos* (1 ed.). Lima: San Marcos.
- Deulofeu, J. (2012). *Gestión de calidad total en el retail*. España: Pirámide.
- Fernández, D. y Fernández, E. (2015). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Madrid: Parainfo.
- Hoffman, D. y Bateson, J. (2012). *Marketing de Servicios, conceptos, estrategias y casos*. Mexico D.F.: CENGAGE.
- Kotler, P., Bowen, J. y Makens, J. (2015). *Marketing turístico* (6 ed.). Madrid: Pearson.
- Lescano, L. (2014). *La disciplina del Servicio. Cómo desarrollar una nueva cultura orientada al cliente y enfocada en la persona*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios, personal, tecnologías y estrategia*. Juarez: PEARSON.

- Peiró, D. (2015). *Clienting. Fidelización de clientes* (3 ed.). Costa Rica: Grupo Daion.
- Ríos, R. (2015). *El talento humano en los sistema de gestión*. Bogotá, Colombia: ICONTEC.
- Sánchez, P. (2015). *Comunicación y atención al cliente* (1 ed.). Madrid: Editex.
- Vargas, M. y Aldana, L. (2014). *Calidad y servicio. Conceptos y herramientas* (3 ed.). Bogotá: Ecoe.
- Velasco, J. (2010). *Gestión de la calidad. Mejora continua y sistemas de gestión. Teoría y práctica*. (2 ed.). Madrid : Pirámide.
- Villa, P. (2014). *Manual de atención a clientes y usuarios*. Barcelona: PROFIT.
- Werther, W., Davis, K. y Guzmán, M. (2014). *Administración de recursos humanos* (7 ed.). México: Mc Graw Hill.

7.2. Fuentes electrónicas

- Almeida, A. (2017). *Estudio de las percepciones y expectativas de la calidad del servicio en los restaurantes el norte de la ciudad de Guayaquil*. tesis, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8594/1/T-UCSG-POS-MAE-153.pdf>
- Amorós, J. y Dávila, K. (2017). *La gestión empresarial y la competitividad de las clínicas en la ciudad de Cajamarca*. Tesis de maestría, Universidad de Cajamarca, Cajamarca. Recuperado el 15 de abril de 2020, de <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/393/13.%20TESIS%20AMOROS%20Y%20D%C3%81VILA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castañeda, Y. (2017). *Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente en el restaurante "el Cantaro", Lambayeque 2017*. tesis, Lambayeque. Obtenido de <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/2713/BC-TESTMP-1584.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cedeño, M. y Vera, D. (2016). *Diseño y propuesta de modelo de gestión de talento humano para ser aplicado en la empresa Naturpharma S.A.* Tesis de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Recuperado el 08 de agosto de 2019, de

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5680/1/T-UCSG-POS-MAE-124.pdf>

Martinez, R. (2016). *Calidad del servicio y Satisfaccion del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote 2016*. Tesis, Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1756/CALIDAD_SERVICIO_MARTINEZ_CHAVEZ_RICHARD_OSCAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vera, C. (2015). *Modelo de Gestión de talento humano y su incidencia en el desempeño laboral de las empresas de Corporación El Rosado en el Centro Comercial Paseo Shopping Babahoyo*. Tesis de maestría, Universidad Técnica de Babahoyo. Recuperado el 08 de agosto de 2019, de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/1655/1/T-UTB-CEPOS-MAE-000011.pdf>

Yzquierdo, H. y Vasquez, Y. (2018). *Influencia de la gestión del talento humano en el desempeño laboral de los colaboradores del Restaurant Longhorn, Cajamarca, 2018*. Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte , Cajamarca, Perú. Recuperado el 08 de agosto de 2019, de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14549/Yzquierdo%20Fuertes%20Hernaldo%20-%20Vasquez%20Diaz%20Yoni.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

ANEXO N° 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANTE CAMPESTRE "EL FUNDO PALMIRA", DISTRITO DE SANTA MARÍA, 2019.

| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES Y DIMENSIONES | METODOLOGÍA |
|---|---|---|--|--|
| <p>Problema Principal</p> <p>¿De qué manera la gestión del talento humano influye en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019?</p> | <p>Objetivo General</p> <p>Establecer de que la gestión del talento humano influye en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.</p> | <p>Hipótesis General</p> <p>La gestión del talento humano influye significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.</p> | <p>Variable Independiente:</p> <p>GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO</p> <p><i>Procesos para integrar personas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Reclutamiento. - Selección. <p><i>Procesos para organizar a las personas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseño de puestos. - Evaluación del desempeño. <p><i>Procesos para recompensar a las personas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Remuneración. - Prestaciones. - Incentivos. <p><i>Procesos para desarrollar a las personas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Formación. - Desarrollo. - Aprendizaje. | <p>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Tipo aplicada.</p> <p>ALCANCE DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Explicativo.</p> <p>DISEÑO:</p> <p>No experimental.</p> <p>ENFOQUE:</p> <p>Mixta.</p> <p>TÉCNICA:</p> <p>Encuesta.</p> <p>INSTRUMENTO:</p> <p>Cuestionario.</p> |
| <p>Problemas Específicos</p> <p>¿De qué manera los procesos para integrar personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019?</p> | <p>Objetivos Específicos</p> <p>Establecer de qué manera los procesos para integrar personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.</p> | <p>Hipótesis Específicos</p> <p>Los procesos para integrar personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.</p> | | |

| | | | | |
|--|--|--|---|---|
| <p>¿De qué manera los procesos para organizar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019?</p> | <p>Establecer de qué manera los procesos para organizar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.</p> | <p>Los procesos para organizar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.</p> | <p>- Administración del conocimiento. <i>Procesos para retener a las personas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Higiene y seguridad. - Calidad de vida. - Relaciones con los empleados. <p><i>Procesos para auditar a las personas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Banco de datos. - Sistemas de información administrativa. | <p>POBLACIÓN: 60 trabajadores</p> <p>MUESTRA: 52 trabajadores</p> <p>ESTADÍSTICO DE PRUEBA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prueba de normalidad • Rho de Spearman. |
| <p>¿De qué manera los procesos para recompensar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019?</p> | <p>Establecer de qué manera los procesos para recompensar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.</p> | <p>Los procesos para recompensar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.</p> | <p>Variable Dependiente: CALIDAD DE SERVICIOS</p> <p><i>Elementos tangibles</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Apariencia de las instalaciones físicas. - Equipo. - Personal. - Materiales para comunicaciones. | |
| <p>¿De qué manera los procesos para desarrollar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019?</p> | <p>Establecer de qué manera los procesos para desarrollar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.</p> | <p>Los procesos para desarrollar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.</p> | | |

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| <p>¿De qué manera los procesos para retener a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019?</p> | <p>Establecer de qué manera los procesos para retener a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.</p> | <p>Los procesos para retener a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019</p> | <p><i>Confiabilidad</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para brindar el servicio prometido en forma precisa. - Confianza. <p><i>Capacidad de respuesta</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Disposición para ayudar a los clientes. - Servicio expedito. | |
| <p>¿De qué manera los procesos para auditar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019?</p> | <p>Establecer de qué manera los procesos para auditar a las personas influyen en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.</p> | <p>Los procesos para auditar a las personas influyen significativamente en la calidad de servicio en el restaurante campestre "El Fundo Palmira", distrito de Santa María, 2019.</p> | <p><i>Seguridad</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento y cortesía de los empleados. - Capacidad para transmitir seguridad. - Capacidad para transmitir confianza. <p><i>Empatía</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuidado individualizado. - Atención individualizada. | |

ANEXO N° 02

CUESTIONARIO SOBRE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Responder las preguntas, gracias.

I. Por favor marque con una equis (X) en el espacio correspondiente:

a. Género

| | |
|-----------|--|
| Masculino | |
| Femenino | |

b. Edad

| | |
|-------------------------|--|
| Entre 18 años a 24 años | |
| Entre 25 años a 31 años | |
| Entre 32 años a 45 años | |
| Más de 45 años | |

II. Instrucciones

En el siguiente cuadro marcar con una equis “X” según corresponda teniendo en cuenta la escala de calificación que aparece en la parte superior derecha del cuadro.

| | |
|---------------------------------|---|
| Totalmente en desacuerdo | 1 |
| En desacuerdo | 2 |
| Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | 3 |
| De acuerdo | 4 |
| Totalmente de acuerdo | 5 |

| ITEM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO | | | | | |
| DIMENSIÓN: PROCESOS PARA INTEGRAR PERSONAS | | | | | |
| 1. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado proceso de reclutamiento. | | | | | |
| 2. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado proceso de selección. | | | | | |
| DIMENSIÓN: PROCESOS PARA ORGANIZAR A LAS PERSONAS | | | | | |
| 3. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado diseño de puestos (especificación del contenido del puesto, de los métodos de trabajo y de las relaciones con los demás puestos). | | | | | |
| 4. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con una adecuada evaluación de desempeño de su personal. | | | | | |
| DIMENSIÓN: PROCESOS PARA RECOMPENSAR A LAS PERSONAS | | | | | |
| 5. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado sistema de remuneraciones. | | | | | |
| 6. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado sistema de prestaciones. | | | | | |
| 7. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado sistema de incentivos. | | | | | |
| DIMENSIÓN: PROCESOS PARA DESARROLLAR A LAS PERSONAS | | | | | |
| 8. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado sistema de formación para su personal. | | | | | |
| 9. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado sistema de desarrollo profesional a favor de sus trabajadores. | | | | | |
| 10. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado sistema de aprendizaje de labores. | | | | | |
| 11. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" genera una adecuada administración del conocimiento (crear y difundir información vital de una manera sistemática y eficiente con el fin de lograr un mejor desempeño en las áreas de la organización). | | | | | |
| DIMENSIÓN: PROCESOS PARA RETENER A LAS PERSONAS | | | | | |
| 12. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un ambiente de trabajo seguro. | | | | | |
| 13. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" ofrece una adecuada calidad de vida para sus trabajadores. | | | | | |
| 14. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" fomenta las buenas relaciones entre trabajadores, de manera horizontal y vertical. | | | | | |
| DIMENSIÓN: PROCESOS PARA AUDITAR A LAS PERSONAS | | | | | |
| 15. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un preciso y transparente banco de datos del desempeño de sus trabajadores. | | | | | |
| 16. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con un adecuado sistema de información administrativa. | | | | | |

CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DE SERVICIOS

Responder a las preguntas, gracias.

| ITEM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| CALIDAD DE SERVICIOS | | | | | |
| DIMENSIÓN: ELEMENTOS TANGIBLES | | | | | |
| 1. Las instalaciones del restaurante campestre "El Fundo Palmira" son adecuadas para su clientes. | | | | | |
| 2. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con el equipo necesario para brindar un servicio de calidad. | | | | | |
| 3. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" cuenta con personal que aspira brindar un servicio de calidad. | | | | | |
| 4. La publicidad, que pone el restaurante campestre "El Fundo Palmira" a la vista de sus clientes, son visualmente atractivos. | | | | | |
| DIMENSIÓN: CONFIABILIDAD | | | | | |
| 5. El restaurante campestre "El Fundo Palmira", brinda un servicio de forma precisa a sus clientes. | | | | | |
| 6. El restaurante campestre "El Fundo Palmira", brinda una imagen de confianza a los clientes. | | | | | |
| DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA | | | | | |
| 7. Los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" demuestran disposición de ayudar a los clientes. | | | | | |
| 8. Los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" demuestran disposición de brindar un servicio excelente. | | | | | |
| DIMENSIÓN: SEGURIDAD | | | | | |
| 9. Los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" atienden con cortesía. | | | | | |
| 10. Los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" tienen la capacidad de transmitir seguridad. | | | | | |
| 11. Los trabajadores del restaurante campestre "El Fundo Palmira" tienen la capacidad de transmitir confianza. | | | | | |
| DIMENSIÓN: EMPATÍA | | | | | |
| 1. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" satisface las necesidades de los clientes. | | | | | |
| 2. El restaurante campestre "El Fundo Palmira" brinda una atención personalizada. | | | | | |