



## FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCIÓN  
DEL CLIENTE EN LA EMPRESA PARAACO BACKPACKER  
EN EL DISTRITO DE PARACAS, 2018”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autor:

Alexandra Raquel Caceres Drago

Asesor:

Mg. Maria Jeanett Ramos

Lima - Perú

2020

## ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS

La asesora Maria Jeanett Ramos, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de ADMINISTRACIÓN, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la tesis de la estudiante:

- Caceres Drago Alexandra Raquel

Por cuanto, **CONSIDERA** que la tesis titulada: “GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA PARAACO BACKPACKER EN EL DISTRITO DE PARACAS, 2018” para aspirar al título profesional de: Licenciada en Administración por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** al o a los interesados para su presentación.

---

Maria Jeanett Ramos  
Asesor

## ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Los miembros del jurado evaluador asignados han procedido a realizar la evaluación de la tesis de los estudiantes: Caceres Drago Alexandra Raquel para aspirar al título profesional con la tesis denominada: “GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA PARAACO BACKPACKER EN EL DISTRITO DE PARACAS, 2018”

Luego de la revisión del trabajo, en forma y contenido, los miembros del jurado concuerdan:

**Aprobación por unanimidad**

**Aprobación por mayoría**

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Desaprobado

Firman en señal de conformidad:

---

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos  
Jurado  
Presidente

---

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos  
Jurado

---

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos  
Jurado

## **DEDICATORIA**

A Mamá Raquel.

## AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento es para aquellos que nunca me permitieron tirar la toalla.  
A mis queridos docentes, que más que profesores fueron mis maestros de vida.  
A Elva, por su amor y apoyo incondicional.

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS</b>	<b>2</b>
<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	<b>3</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>4</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	<b>7</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b>	<b>9</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>11</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA</b>	<b>22</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS</b>	<b>26</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES</b>	<b>44</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>48</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>50</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N°1: Alfa de Cronbach´s para medir la fiabilidad del instrumento.....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla N°2: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su edad.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla N°3: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su sexo.....</b>	<b>27</b>
<b>Tabla N°4: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su estado civil.....</b>	<b>28</b>
<b>Tabla N°5 : Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su grado de instrucción.....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla N°6: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su lugar de procedencia.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla N°7: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su motivo de visita.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla N°8: Resultados de la variable Gestión del Talento Humano en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>32</b>
<b>Tabla N°9: Resultados de la variable Satisfacción del Cliente en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>33</b>
<b>Tabla N°10: Resultados de la dimensión Incorporación en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla N°11: Resultados de la dimensión Desarrollo del Personal en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla N°12: Resultados de la dimensión Recompensa al Personal en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla N°13: Resultados de la dimensión Elementos Tangibles en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla N°14: Resultados de la dimensión Fiabilidad en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>38</b>

<b>Tabla N°15: Resultados de la dimensión Capacidad de Respuesta en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla N°16: Resultados de la dimensión Seguridad en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla N°17: Resultados de la dimensión Empatía en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla N°18: Correlación entre la variable Gestión de Talento Humano y la variable Satisfacción del Cliente en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla N°19: Correlación entre la dimensión Incorporación del Personal y la Satisfacción del Cliente en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla N°20: Correlación entre la dimensión Desarrollo del Personal y la Satisfacción del Cliente en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabla N°21: Correlación entre la dimensión Recompensar al personal y la Satisfacción del Cliente en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>43</b>



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N°1: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su edad.....</b>	<b>26</b>
<b>Gráfico N°2: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su sexo.....</b>	<b>27</b>
<b>Gráfico N°3: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su estado civil.....</b>	<b>28</b>
<b>Gráfico N°4 : Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su grado de instrucción.....</b>	<b>29</b>
<b>Gráfico N°5: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su lugar de procedencia.....</b>	<b>30</b>
<b>Gráfico N°6: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su motivo de visita.....</b>	<b>31</b>
<b>Gráfico N°7: Resultados de la variable Gestión del Talento Humano en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>32</b>
<b>Gráfico N°8: Resultados de la variable Satisfacción del Cliente en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>33</b>
<b>Gráfico N°9: Resultados de la dimensión Incorporación en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>34</b>
<b>Gráfico N°10: Resultados de la dimensión Desarrollo del Personal en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>35</b>
<b>Gráfico N°11: Resultados de la dimensión Recompensa al Personal en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>36</b>
<b>Gráfico N°12: Resultados de la dimensión Elementos Tangibles en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>37</b>
<b>Gráfico N°13: Resultados de la dimensión Fiabilidad en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>38</b>
<b>Gráfico N°14: Resultados de la dimensión Capacidad de Respuesta en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>39</b>

<b>Gráfico N°15: Resultados de la dimensión Seguridad en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>40</b>
<b>Gráfico N°16: Resultados de la dimensión Empatía en la empresa Paraaco Backpacker.....</b>	<b>41</b>

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo conocer si existe relación entre la gestión de talento humano y la satisfacción del cliente en la empresa Paraaco Backpacker, establecimiento de hospedaje ubicado en Paracas, se utilizó una metodología de investigación no experimental, descriptiva correlacional, aplicando la técnica del cuestionario, a través de encuestas a una muestra de 66 clientes que llegaron al establecimiento, el instrumento que se utilizó es el SERVPERF basado en el modelo de calidad del servicio percibido (SERVQUAL) y la escala de medición es la de Likert. Con respecto a los resultados, se puede mencionar que la gestión del talento humano está relacionada en un alto nivel con la satisfacción del cliente, por lo cual, se recomienda seguir realizando un reclutamiento de personal adecuado, así como practicar una comunicación participativa con el personal, promoviéndolo y motivándolo, a la vez brindándole una atención adecuada para que estos factores se vean reflejados en la percepción que tiene el cliente al momento de recibir el servicio de hospedaje y continuar generando una ventaja competitiva frente a los demás establecimientos de la zona.

**Palabras clave:** Gestión del talento humano, satisfacción, hospedaje, viajeros, low-cost.

## ABSTRACT

The objective of this thesis was to know if there is a relationship between the management of human talent and customer satisfaction at the Paraaco Backpacker company, a lodging establishment located in Paracas, a non-experimental research methodology was used, correlational descriptive, applying the Questionnaire technique, through surveys of a sample of 66 clients who arrived at the establishment, the instrument used is SERVPERF based on the perceived service quality model (SERVQUAL) and the measurement scale is Likert's.

Regarding the results, it can be mentioned that the management of human talent is related to a high level with customer satisfaction, therefore, it is recommended to continue recruiting adequate personnel, as well as practicing participatory communication with the staff, promoting and motivating it, at the same time giving it adequate attention so that these factors are reflected in the perception that the client has when receiving the hosting service and continue to generate a competitive advantage over other establishments in the area.

**Keywords:** Human talent management, satisfaction, lodging, travelers, low-cost.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

En el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2005-2015, elaborado por (Mincetur, 2005) se menciona que alguna de las posibles causas del desarrollo del turismo a nivel mundial es el cambio de las estrategias por parte de las empresas, enfocadas ahora en el huésped y ofrecer paquetes turísticos diferenciados, dando como resultado que el turismo se posicione como una de las actividades más importantes y de mayor crecimiento en el mundo, dado que cada vez genera mayores ingresos.

Al hablar de estrategias, podríamos mencionar la satisfacción del consumidor, donde (Bigné, 2000) menciona que evaluarla una vez que el consumidor está disfrutando el servicio es de vital importancia en cualquier sector, pero aún más en el ámbito del turismo, tanto a nivel de los servicios individuales como a nivel de destino, porque la satisfacción incide en la actitud hacia el servicio y en la decisión futura de repetir o no la experiencia turística. Si el visitante se va insatisfecho, la probabilidad de repetición se reduce y no proyectará, entre sus conocidos, una imagen positiva del destino o del establecimiento.

Según (Mildred Dominguez, 2008) en la actualidad las empresas del sector turístico, en especial los hoteles están optando por tener una óptima gestión del talento humano, no solo enfocándose en los resultados; sino que este tenga un óptimo desarrollo, obteniendo como consecuencia la satisfacción no solo del cliente externo sino también del interno.

Por lo cual en la siguiente investigación tomamos como material de estudio al establecimiento de hospedaje Paraaco Backpacker que brinda sus servicios al público hace dos años, optando por brindarle un servicio de calidad al turista low-cost que visita el distrito; con la finalidad de conocer un lugar con una cultura diferente, realizar diversas actividades, visitar sitios arqueológicos y observar paisajes, dicho perfil es realizado por

PromPerú( 2014); pero que a la vez obtenga en su estadía la capacidad de compartir y conocer a otras personas del mundo y sentirse como en casa, compartiendo áreas comunes que generan comodidad y bajo costo en su ruta de viaje. Sin embargo, se quiso evaluar si la gestión en el talento humano es deficiente, lo que pudo haber impedido que la empresa logre satisfacer en su totalidad las expectativas concernientes a la atención que los clientes reciben, las cuales se ven reflejados en los comentarios y puntuaciones que realizan los huéspedes en el portal web Booking.com u otros canales de venta Online, lo cual podría afectar notablemente al establecimiento, pues estos comentarios son tomados como referencia por otros posibles clientes al momento de realizar su reserva.

Por otro lado, el distrito de Paracas cuenta aún con varias limitaciones, como la escasez de agua y desagüe, falta de infraestructura pública, una tasa de analfabetismo alta y la poca conciencia que todavía se tiene de la que debería ser su principal actividad económica que es el turismo (Mincetur,2016). Por lo tanto, se observó que uno de los principales obstáculos que se tiene es el reclutamiento de personal interesado en laborar en una empresa, y más allá de eso, que pueda estar capacitado en realizar un buen trabajo, agregándole la falta de interés de realizar algún tipo de empleo formal. La falta de habilidades para desempeñarse en un empleo no solo viene siendo un problema en nuestra sociedad, sino en el mundo; así lo sustenta el Instituto Global McKinsey (2017) que sugiere que en dos años en el mundo existirán más de 40 millones de trabajadores con educación universitaria, pero que las economías en desarrollo podrían tener un déficit de 45 millones de trabajadores con educación secundaria y formación profesional, de esta forma 95 millones de trabajadores podrían carecer de las habilidades necesarias para poder desarrollarse en un empleo. Por lo tanto, podemos deducir que cada vez es más difícil encontrar personas, para las empresas, que se comprometan con sus puestos y que cuenten con talento para poder realizar un buen papel en este; y a su vez, pueda verse

reflejado el trabajo que realizan en la satisfacción de los clientes. Dicho esto, después de lo presenciado se quiere evaluar la gestión del talento humano en la organización para observar si es la óptima, ya sea por factores externos o de manejo interno, y observar si las expectativas de los clientes se cumplen, así como alcanzar objetivos de mejora. Para finalizar, la investigación tiene como finalidad conocer si existe relación entre la gestión del talento humano enfocándonos en una adecuada incorporación, desarrollo y recompensa del personal para que así la gestión se vea reflejada en las metas propuestas, si se obtiene al personal adecuado, así como si se desarrolla o se recompensa al personal dentro de la organización, la dirección contribuirá directamente en cómo se sientan sus clientes (Chiavenato, 2009).

En ese entendido, una institución adquiere una ventaja competitiva notable cuando dedica parte de sus actividades, recursos y tiempo, a la formación adecuada y eficiente gestión de su talento humano, ya que la competencia, en todos los países, se da a nivel del talento, debido a los aportes e innovación para el crecimiento de las organizaciones; la captación de talentos es fundamental para todos los emprendimientos y empresas, toda vez que el talento con niveles de excelencia es escaso en el mercado laboral y es loable retener a los empleados con tales características; asimismo, fidelizar a aquellas personas con alto potencial para ocupar un puesto dentro de la empresa de manera tal que puedan ser promovidos a posiciones de dirección; por otro lado la felicidad y bienestar laboral es indispensable para las organizaciones, en el entendido que un colaborador motivado, capacitado y recompensado generará mayor productividad lo que redundará en un clima laboral con características que beneficiaran el comportamiento social y económico de la organización o empresa (Prieto, 2013).

(Chiavenato, 2009) manifiesta que, administrar el talento humano se convierte cada día en algo indispensable para el éxito de las organizaciones. Tener personas no significa necesariamente tener talentos. ¿Cuál es la diferencia entre personas y talentos? Un talento es siempre un tipo especial de persona y no siempre toda persona es un talento, para ser talento, la persona debe poseer algún diferencial competitivo que la valore (pág.10)

Chiavenato (2009), en su libro “Gestión del Talento Humano”, describe 06 procesos:

1. Procesos para incorporar al personal. Son los procesos para incluir a nuevas personas en la empresa, se pueden llamar procesos para proveer o abastecer personas. Incluyen el reclutamiento y la selección de personal.
2. Procesos para organizar a las personas. Son los procesos para diseñar las actividades que las personas realizarán en la empresa, para orientar y acompañar su desempeño. Incluyen el diseño organizacional y de puestos, el análisis y la descripción de los mismos, la colocación de las personas y la evaluación del desempeño.
3. Procesos para recompensar a las personas. Son los procesos para incentivar a las personas y para satisfacer sus necesidades individuales más elevadas. Incluyen recompensas, remuneración y prestaciones y servicios sociales.
4. Procesos para desarrollar a las personas. Son los procesos para capacitar e incrementar el desarrollo profesional y personal. Implican la formación y el desarrollo, la administración del conocimiento y de las competencias, el aprendizaje, los programas de cambios y el desarrollo de carreras, y los programas de comunicación y conformidad.
5. Procesos para retener a las personas. Son los procesos para crear las condiciones ambientales y psicológicas satisfactorias para las actividades de las personas. Incluyen la administración de la cultura organizacional, el clima, la disciplina, la higiene, la seguridad y la calidad de vida y las relaciones sindicales.



6. Procesos para auditar a las personas. Son los procesos para dar seguimiento y controlar las actividades de las personas y para verificar los resultados. Incluyen bancos de datos y sistemas de información administrativa.

Según Chiavenato (2009) Todos los procesos que hemos abordado hasta ahora: incorporar, colocar, recompensar, desarrollar y retener a las personas; sientan las bases para que la administración de recursos humanos pueda contribuir al éxito de la organización. De los cuales se han reducido en tres variables a trabajar, agrupándolas en incorporación, desarrollo y recompensa del personal.

(Pinedo & Quispe, 2017) citando a Alvarado y Barba (2016), afirman “El talento humano actualmente se caracteriza no por la cantidad de conocimiento que dispone el individuo, sino por la capacidad de aprender y desaprender lo conocido, a eso también se le agrega el compromiso y la acción” (p.39).

(Vásquez, 2017) citando a Idalberto Chiavenato afirmó que, la gestión del talento humano es una actividad que depende menos de las jerarquías, órdenes y mandatos, señaló la importancia de una participación de la empresa donde se implica formar una serie de medidas como el compromiso de los trabajadores de la empresa donde se implica formar una serie de medidas como el compromiso de los trabajadores, con los objetivos empresariales, el pago de salarios. En función de la productividad de cada trabajador, un trato justo a éstos y una formación profesional (pág. 11). La participación activa del trabajador en la actualidad es de vital importancia, esto solo se puede lograr venciendo todos los paradigmas, logrando el aprendizaje participativo. La gestión del Talento Humano debe permitir que la mayoría de los seres humanos accedan a los conocimientos, donde antes solo tenían acceso las personas de buena posición económica, ahora por los adelantos tecnológicos, nosotros también tenemos acceso a los conocimientos por la globalización en un constante mundo competitivo. Por otro lado, el administrador del

talento humano debe ser una persona que promueva y facilite la creatividad, innovación, trabajo en equipo, efectividad y sobre todo apoyo a la capacitación de su personal en forma permanente.

La gestión del talento humano por otra parte, es un aspecto decisivo en el éxito de las organizaciones, a pesar que depende en gran medida de las personas o colaboradores, siendo capaz de potenciar el trabajo en equipo y transformar la organización radicalmente, teniendo como finalidad que las personas se desarrollen integralmente de manera individual y grupal; la búsqueda y retención de los mejores talentos. Y con ello mantener un clima de satisfacción como factor diferenciador. (Prieto, 2013)

En cuanto a la satisfacción del cliente, tomando como variables: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; un servicio de calidad es ajustarse a las especificaciones que el cliente requiere tanto en realidad como en percepción basándose en sus expectativas de servicio, por lo tanto, si los resultados son menores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho, de lo contrario si estas las superan, el cliente queda encantado. (Kotler & Keller, 2006). La calidad en el servicio es una evaluación dirigida que refleja las percepciones del cliente. Para esto (Parasuraman A. Z., 1985) han sido capaces de encontrar cinco dimensiones totales del funcionamiento del servicio: Tangibilidad, Confiabilidad, Responsabilidad, Seguridad y Empatía.

Parasuraman, Zeithalm, & & Berry (1988) definen la tangibilidad, como una representación física del servicio, como las instalaciones, el equipo, el personal y los materiales de comunicación. Los cuales transmiten representaciones palpables del servicio que los clientes van a evaluar en la calidad. Por otro lado, la confiabilidad es la capacidad para cumplir la promesa del servicio de manera segura y precisa, así como la prestación del servicio y la solución de problemas estén relacionadas o no con el servicio básico.

La Responsabilidad o Capacidad de respuesta es la voluntad de colaborar con los clientes y prestar el servicio con prontitud, donde destaca la atención con la que hace frente a las solicitudes, preguntas, reclamaciones y/o problemas de los clientes. Donde la empresa debe asegurarse de observar el proceso de la prestación del servicio y del manejo de las solicitudes desde el punto de vista del cliente y no desde su propio punto de vista. La rapidez y prontitud que tiene la empresa juega un papel importante.

La seguridad se refiere a inspirar buena voluntad y confianza que hace definir el conocimiento y cortesía de los colaboradores, que genera las evidencias tangibles para valorar la dimensión de la seguridad. Como última dimensión de la Satisfacción del Cliente tenemos a la empatía, que se refiere a tratar a los clientes de manera cuidadosa e individualizada, donde se sientan que son importantes y que los comprenden. Se recomienda construir relación y tratar por su nombre a los clientes, reflejando conocimiento personal de los requerimientos y sus preferencias.

La calidad de un bien o servicio está constituida por todos los atributos o propiedades que lo conforman y que le otorgan valor. La calidad de los productos puede ser fácilmente medible pero no así la calidad de los servicios debido a sus características de intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad (Kotler & Keller, 2012) (Grönroos, 1984) (Parasuraman A. Z., 1985) de ser medida como se cita en (Duque Oliva, 2014).

Como menciona (Alet, 2001) la “satisfacción del cliente es el resultado de la valoración que realiza sobre la calidad percibida en el servicio o producto entregado por la empresa” partiendo de este concepto la calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que entregamos y muchas veces es muy difícil lograrlo (pág. 97). Los datos que se obtienen de los análisis de la satisfacción del Cliente deben utilizarse para mejorar las fases operativas del producto o servicio ofrecido.

Si se tiene como referencia al cliente, el objetivo principal es identificar lo que deseas, y sus necesidades ya sean explícitas o implícitas, que se muestran a menudo con limitaciones de diseño y de carácter operativo. (Bruni, 2017)

(Harris, 2001) Sostiene que la experiencia de un buen servicio depende de saber observar y procesar de forma acertada las expectativas del cliente y, a su vez, de brindar una atención adecuada tales como generar una experiencia que satisfaga, a su vez atender las necesidades y servicios al cliente conforme lo esperado y todo aquello que agregándole al producto aumente su utilidad o valor según su propia óptica. Siguiendo el mismo orden de ideas, (Grande, 2000) señala que “la satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos”.

A eso podemos sumarle que (Machado, 2002) menciona que las características de un producto o servicio determinan el nivel de satisfacción del cliente, pero también influyen las características que los rodean, de esta manera la gestión de la calidad hace que la empresa sea exitosa, de tal forma debemos definir el concepto de satisfacción en cada empresa desarrollando sistemas de medición adecuadas y teniendo respuestas inmediatas ante la posible insatisfacción.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Existe relación entre la Gestión del Talento Humano y la satisfacción del cliente en la empresa Paraaco Backpacker en el distrito de Paracas en el 2018?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

Conocer si existe relación entre la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en la empresa Paraaco Backpacker en el 2018.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Determinar la relación entre la incorporación del personal y la satisfacción del cliente de la empresa Paraaco Backpacker en el 2018.
- Establecer la relación entre el desarrollo del personal en la satisfacción del cliente de la empresa Paraaco Backpacker en el 2018.
- Especificar la relación entre la recompensa del personal en la satisfacción del cliente de la empresa Paraaco Backpacker en el 2018.

### **1.4. Hipótesis**

Se trabajará con una Hipótesis Correlacional ya que según Carrasco (2007) es aquella que expresa relación de influencia entre variables, pero que no supone relación de causa- efecto.

#### **1.4.1. Hipótesis general**

Hi: Existe relación entre la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en la empresa Paraaco Backpacker en el 2018.

#### **1.4.2. Hipótesis específicas**

H1: Existe relación significativa entre la incorporación del personal y la satisfacción del cliente de la empresa Paraaco Backpacker en el 2018.

H2: Existe relación significativa entre el desarrollo del personal y la satisfacción del cliente de la empresa Paraaco Backpacker en el 2018.

H3: Existe relación significativa entre la recompensa del personal y la satisfacción del cliente de la empresa Paraaco Backpacker en el 2018.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

Según el tipo de investigación es No Experimental, ya que Hernández et al. (2014) sostienen que no se hace variar de manera intencional las variables independientes para ver su efecto en otras variables, es decir se observan fenómenos tal como se dan en su contexto natural. Ya que no se manipula ninguna variable, la investigación es Transversal.

Según el alcance la investigación es Correlacional, donde Hernández et al. (2014) determinan que estos diseños muestran relación entre las dos variables en un momento dado; en otras palabras, muestra la relación entre las variables 1 y 2.

### 2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

**2.2.1. Población:** Según Hernández et al. (2014) la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones donde se obtienen los datos a investigar. De ello se deduce que las dimensiones de la población que se estudiaron tendrán un valor finito, porque poseen características similares.

El tamaño de la población es el grupo de individuos de la empresa en estudio, en total siendo mil ochocientas setenta y seis personas, que es la cantidad de clientes hospedados en el establecimiento el segundo semestre del año 2017, tomando como referencia dicha cantidad del registro del establecimiento de hospedaje ubicado en Paracas en el 2018.

**2.2.2. Muestra:** Para Hernández et al. (2010) la muestra es un subgrupo de la población, es decir, consiste en un número de sujetos que reúnen las mismas características de la población estudiada.

Para conformar el tamaño de la muestra probabilístico se aplicó la fórmula ya establecida y se obtuvo:

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

N: Tamaño de Población: 1876

Z: Nivel de Confianza: 90%

d: Error admisible: 0.10

p: probabilidad de éxito: 0.50

q: probabilidad de fracaso: 0.50

n= 65,66 = 66 personas

### 2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Cuando se habla de técnicas e instrumentos de recolección de datos, Balestrini( 2006) explica que “Se debe señalar y precisar, de manera clara y desde la perspectiva de la metodología, cuales son aquellos métodos instrumentales y técnicas de recolección de información, considerando las particularidades y límites de cada uno de estos, más apropiados, atendiendo a las interrogantes planteadas, en la investigación y las características del hecho estudiado, que en su conjunto nos permitan obtener y recopilar los datos que estamos buscando” (p. 132).

Por lo cual, es preciso recolectar información de calidad y precisa de la organización para unos resultados más óptimos.

Como técnicas de recolección de datos de acuerdo a nuestras variables de estudio se va a realizar la encuesta para obtener información de primera mano por parte de los clientes del establecimiento de hospedaje.

Con el objetivo de medir la satisfacción del cliente en la empresa Paraaco Backpacker se procedió a tomar el instrumento original de SERVPERF (Cronin & Taylor, 1994) en el cual se evalúa cinco dimensiones por medio de 22 ítems. Este instrumento está basado

en el modelo de calidad del servicio percibido (SERVQUAL) propuesto por Parasuraman, Zeithlm & Berry.

El modelo SERVPERF no se basa en la diferencia entre las expectativas y las percepciones, sino que únicamente evalúa la segunda, lo que hace mucho más fácil el proceso de operacionalizar el modelo. El instrumento contiene una escala de evaluación de 5 puntos, que va desde 1 (poco importante) a 5 (muy importante).

La aplicación del instrumento tiene como primer paso su traducción al español, de esta manera se debe tener claro que la complejidad y la diversidad de las empresas podrían requerir modificaciones del instrumento según la conveniencia.

Para poder determinar el nivel de confiabilidad se utilizará el Alfa de Cronbach´s, que es uno de los métodos más usados para medir la consistencia del instrumento, propuesta por Cronbach en 1951, este coeficiente evalúa la consistencia interna de los ítems y estima la varianza que en los puntajes observados corresponde a los factores más comunes de los ítems (Cervantes, 2005). Utilizando el programa de IBM- SPSS se realizará la prueba piloto para determinar la confiabilidad de los instrumentos como determina este método.

***Tabla N°1: Alfa de Cronbach´s para medir la fiabilidad del instrumento***

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
,829	32

Fuente: SPSS

En la fiabilidad del instrumento se obtiene un Alpha de 0.829 que es óptimo para este tipo de instrumento que requiere correlación entre sus variables.



## 2.4. Procedimiento

La investigación requiere de la realización del diagnóstico de la situación actual de la satisfacción del cliente en base a la gestión del talento humano en la empresa Paraaco Backpacker. Para recolectar información que corrobore si existe relación entre ambas variables se aplicarán encuestas objetivas, el procedimiento de recolección de datos se tomará en el transcurso de desarrollo del establecimiento interceptando a los clientes al momento de realizar el check- in en este. Los métodos se harán efectivos basándose en las técnicas de conteo y tabulación de las muestras que se tomarán en la encuesta, aplicando de esta forma la media y varianza que son parte de la estadística descriptiva.

## CAPÍTULO III. RESULTADOS

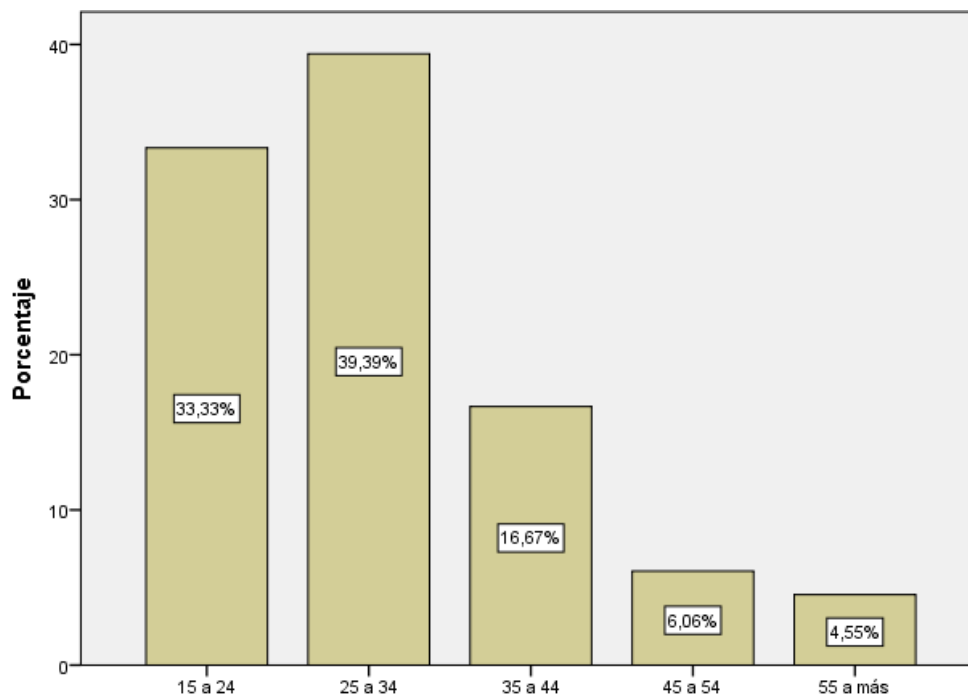
### 1. Resultados Descriptivo:

**Tabla N°2: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su edad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	15 a 24	22	33,3	33,3	33,3
	25 a 34	26	39,4	39,4	72,7
	35 a 44	11	16,7	16,7	89,4
	45 a 54	4	6,1	6,1	95,5
	55 a más	3	4,5	4,5	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°1: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su edad**



Fuente: Tabla N°2

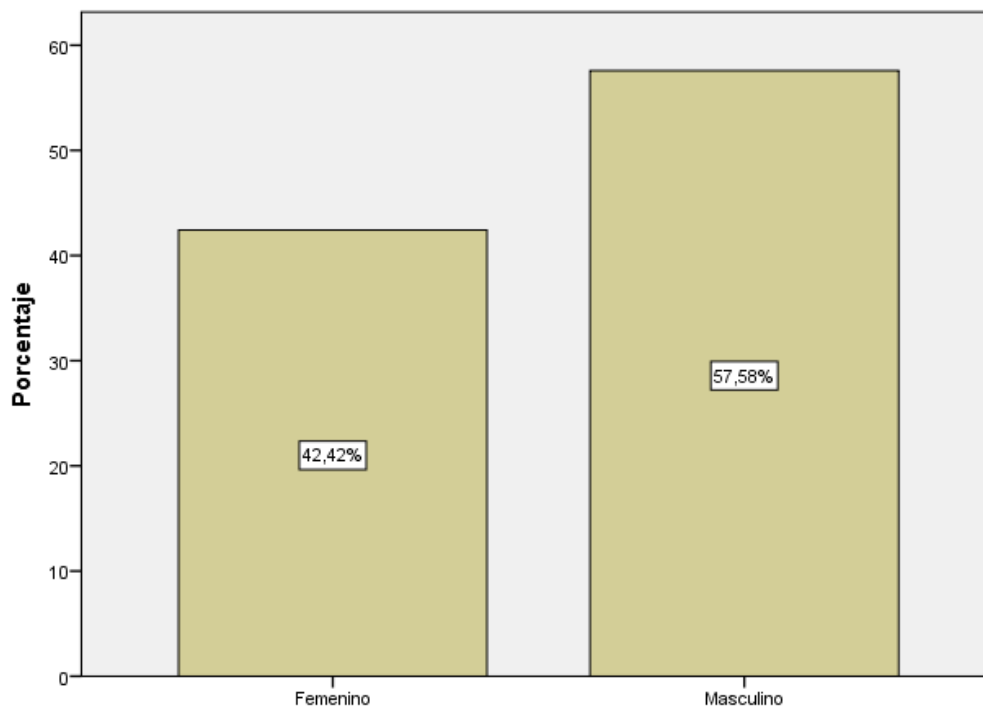
La tabla N°2 muestra los resultados de los clientes encuestados según su edad; donde se puede observar, según el perfil del viajero; que un 39,39% (26) se encuentran entre los 25 y 34 años, el 33,33% (22) con una edad más joven de 15 a 24 años y un 27,28% (18) tienen de 35 años a más.

**Tabla N°3: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su sexo.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	28	42,4	42,4	42,4
	Masculino	38	57,6	57,6	100,0
Total		66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°2: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su sexo.**



Fuente: Tabla N°3

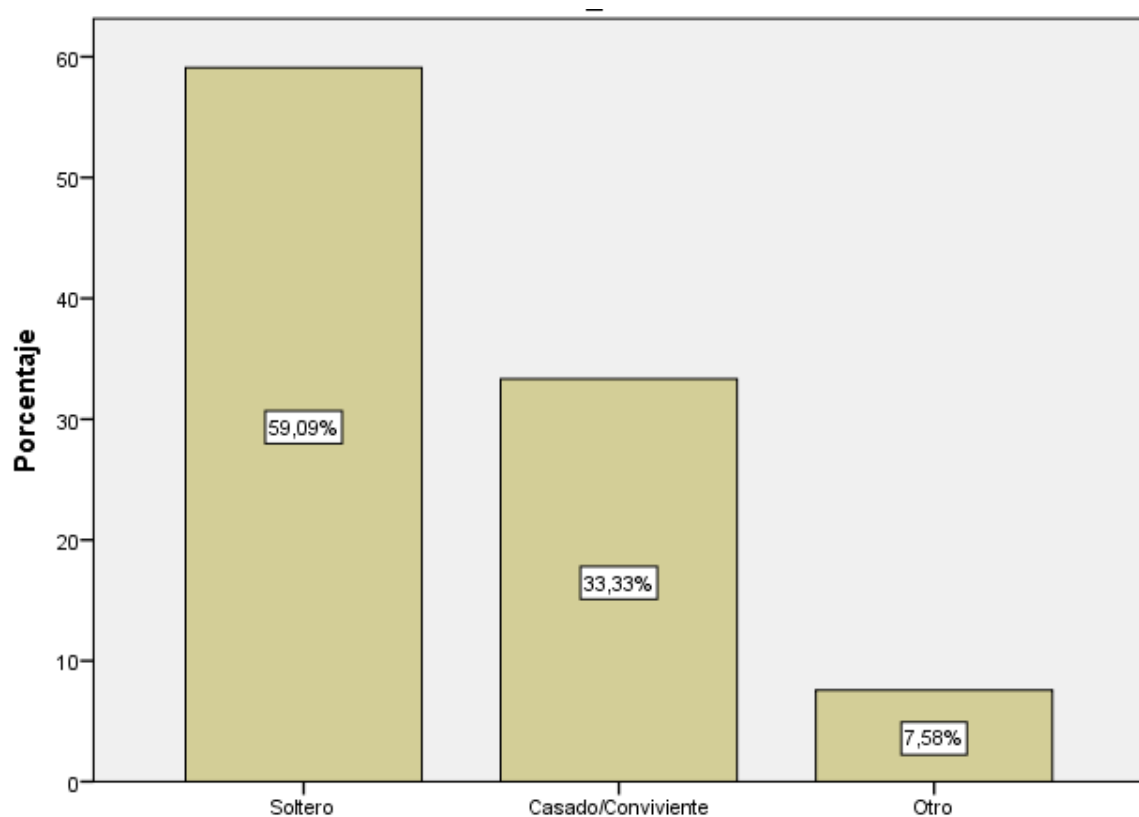
La tabla N°3 muestra los resultados de los clientes encuestados según su sexo; donde se puede observar que una mayoría del 57,58% (38) son del sexo masculino y un 42,42% (28) pertenece al sexo femenino.

**Tabla N°4: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su estado civil**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero	39	59,1	59,1	59,1
	Casado/Conviviente	22	33,3	33,3	92,4
	Otro	5	7,6	7,6	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°3: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su estado civil**



Fuente: Tabla N°4

#### Descripción

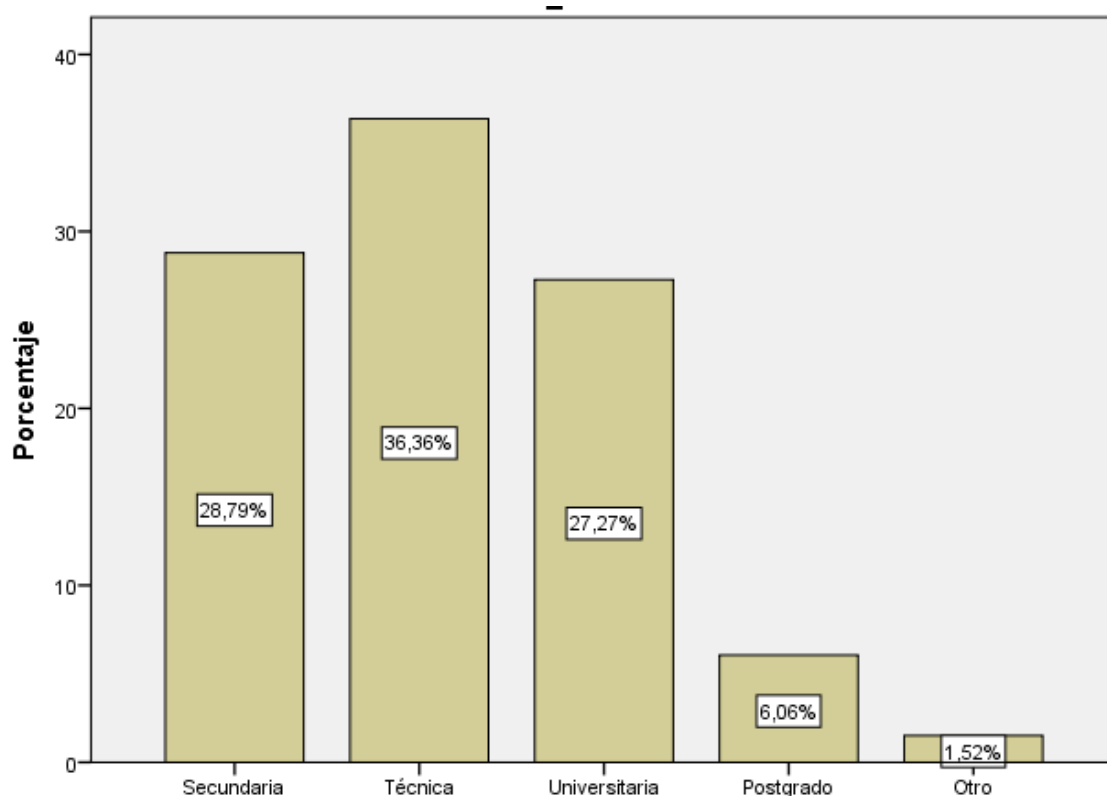
La tabla N°4 muestra los resultados de los clientes encuestados según su estado civil; donde se puede observar que un 59,09% (39) de los casos son solteros, un 33,33%(22) son casados o convivientes y un 7,58%(18) tienen otro tipo de estado civil.

**Tabla N°5: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su grado de instrucción**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	19	28,8	28,8	28,8
	Técnica	24	36,4	36,4	65,2
	Universitaria	18	27,3	27,3	92,4
	Postgrado	4	6,1	6,1	98,5
	Otro	1	1,5	1,5	100,0
Total		66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°4: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su grado de instrucción**



Fuente: Tabla N°5

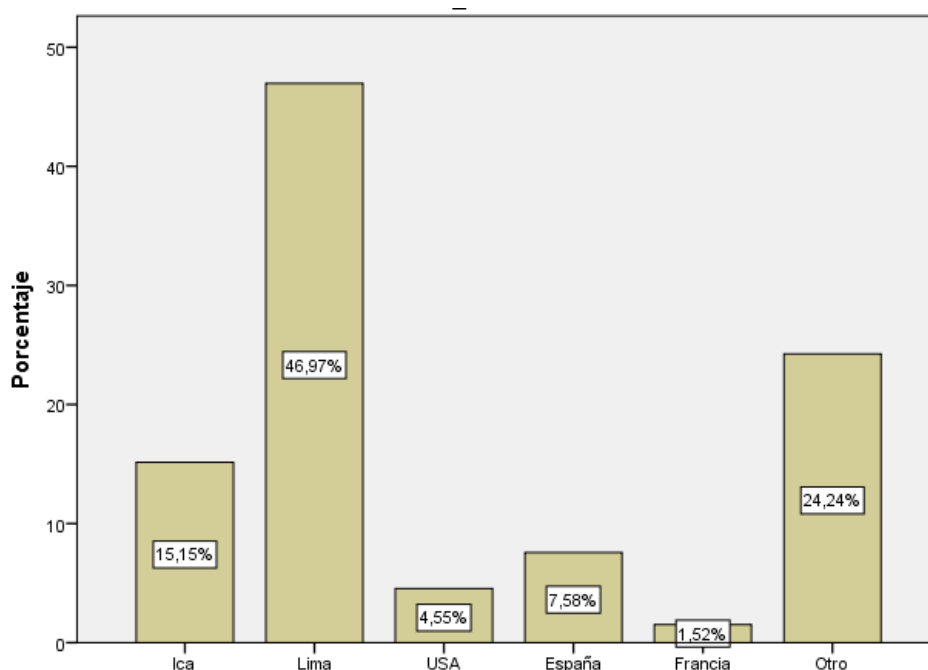
La tabla N°5 muestra los resultados de los clientes encuestados según su grado de instrucción; donde se observa; que un 36,36% (24) de los clientes tienen un grado de estudios técnico, un 28,79% (19) un grado de educación secundaria, un 27,27% (18) cuentan con estudios Universitarios y un 7,58% (5) otro tipo de grado de instrucción.

**Tabla N°6: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su lugar de procedencia.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ica	10	15,2	15,2	15,2
	Lima	31	47,0	47,0	62,1
	USA	3	4,5	4,5	66,7
	España	5	7,6	7,6	74,2
	Francia	1	1,5	1,5	75,8
	Otro	16	24,2	24,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°5: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su lugar de procedencia**



Fuente: Tabla N°6

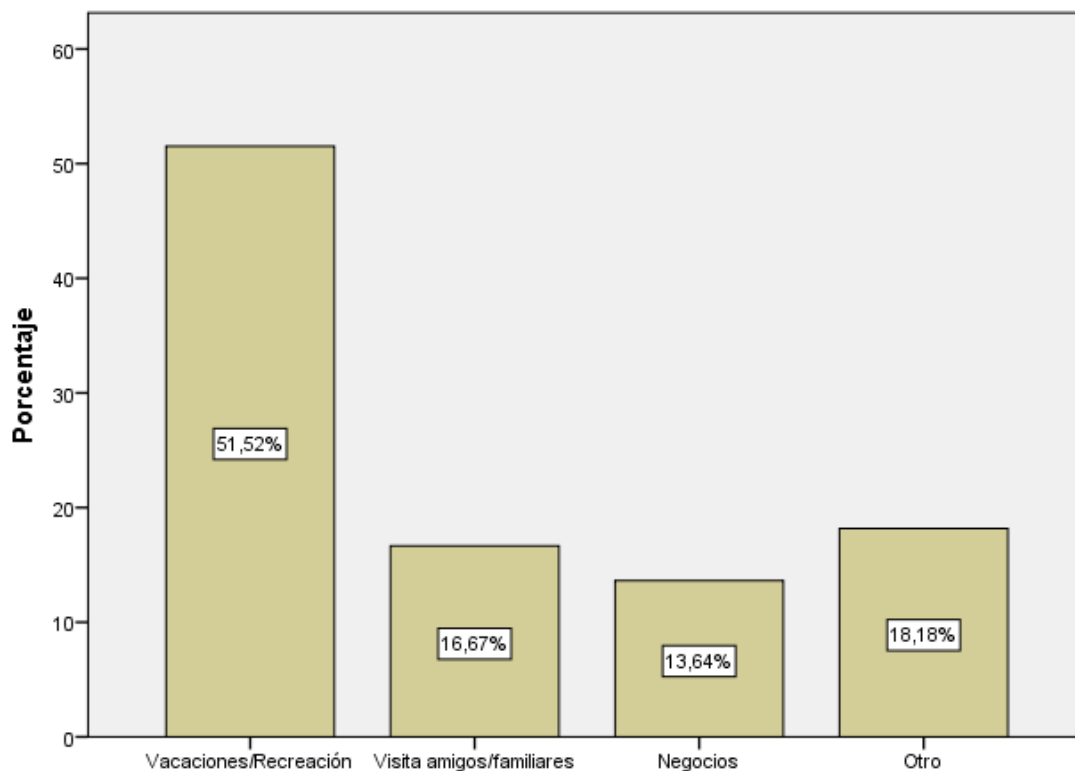
La tabla N°6 muestra los resultados de los clientes encuestados según su lugar de procedencia; y se observa que la mayoría de visitantes con un 46,97% (31) provienen de la ciudad de Lima, un 24,24% (16) provienen de otro punto del mundo, un 15,15% (10) llegaron desde la ciudad de Ica y un 13,65% (9) de los visitantes provienen desde USA, España y Francia.

**Tabla N°7: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su motivo de visita**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Vacaciones/Recreación	34	51,5	51,5	51,5
Visita amigos/familiares	11	16,7	16,7	68,2
Negocios	9	13,6	13,6	81,8
Otro	12	18,2	18,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°6: Resultados de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker según su motivo de visita**



Fuente: Tabla N°7

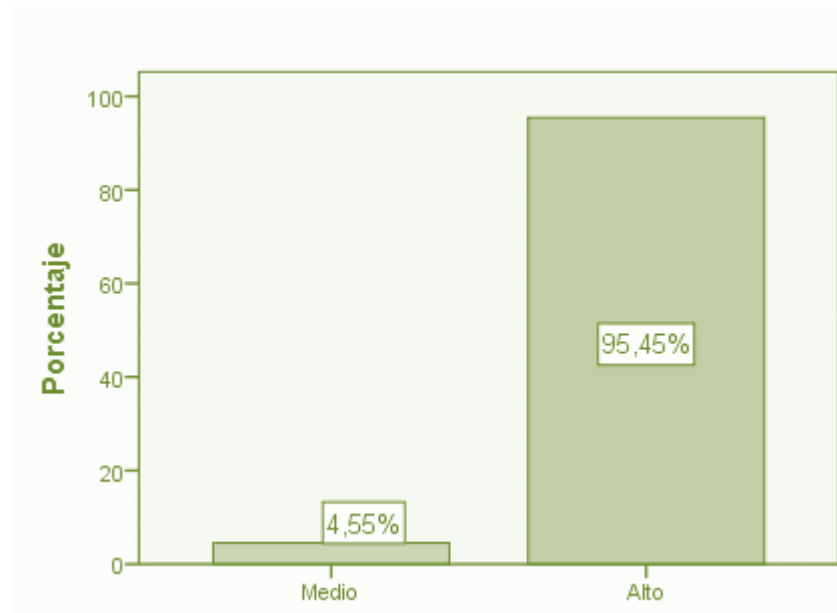
La tabla N°7 nos muestra los resultados de los clientes encuestados según su motivo de visita; donde se puede observar, según el perfil del viajero; que un 51,52% (34) de los visitantes llegaron por vacaciones o recreación, un 18,8% (12) por otros motivos, un 16,67% (11) por visitar a un familiar y/o amigo y un considerable 13,64% (9) por negocios.

**Tabla N°8: Resultados de la Variable Gestión del Talento Humano en la empresa Paraaco Backpacker**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	3	4,5	4,5	4,5
	Alto	63	95,5	95,5	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°7: Resultados de la Variable Gestión del Talento Humano en la empresa Paraaco Backpacker**



Fuente: Tabla N°8

La tabla N°8 muestra los resultados de la gestión del Talento Humano de la empresa Paraaco Backpacker, estos indicadores fueron observados por los clientes a través de cuestionarios y se obtiene que un 95,45% (63) de los casos observa una Alta Gestión del Talento Humano, y un 4,55% (3) observa una Media Gestión del Talento Humano.

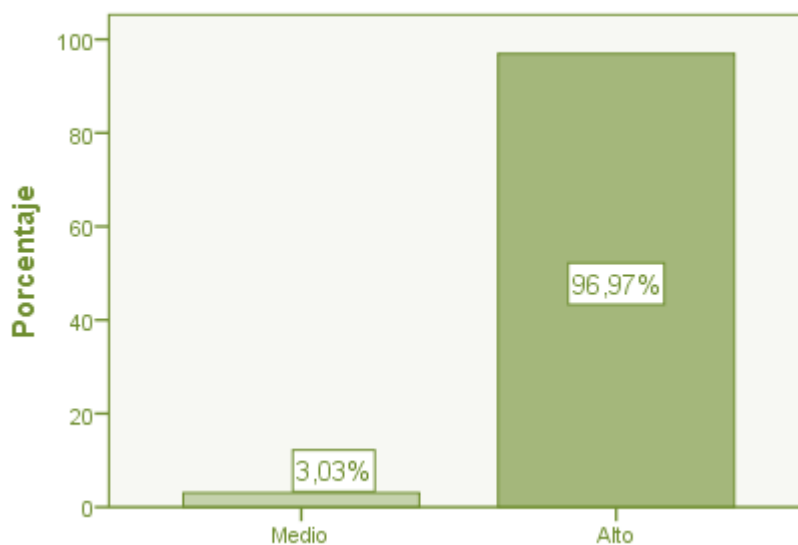


**Tabla N°9: Resultados de la Variable Satisfacción del cliente en la empresa Paraaco Backpacker**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	2	3,0	3,0	3,0
	Alto	64	97,0	97,0	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°8: Resultados de la Satisfacción del cliente en la empresa Paraaco Backpacker**



Fuente: Tabla N°9

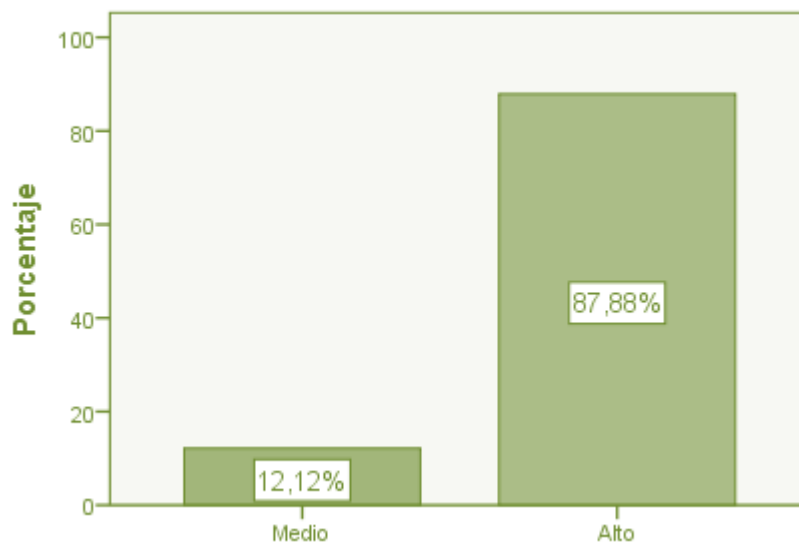
La tabla N°9 muestra los resultados de la variable Satisfacción del Cliente de la empresa Paraaco Backpacker, estos indicadores fueron observados por los clientes a través de cuestionarios y se obtiene que un 97% (64) de los casos obtuvo una Satisfacción alta, y un 3% (2) de los casos obtuvo una Satisfacción media.

**Tabla N°10: Resultados de la Dimensión Incorporación en la empresa Paraaco Backpacker**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	8	12,1	12,1	12,1
	Alto	58	87,9	87,9	100,0
Total		66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**GráficoN°9: Resultados de la Dimensión Incorporación del personal en la empresa Paraaco Backpacker**



Fuente: Tabla N°10

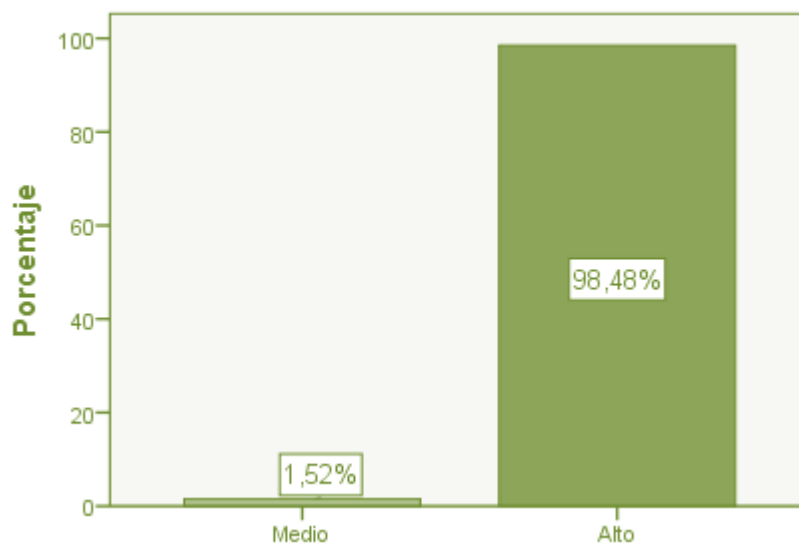
En la tabla N°10 se muestra los resultados de la dimensión Incorporación del personal, donde un 87,88% (58) de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker creen que hay una Incorporación del personal alta y un 12.12% (8) de los casos cree que la Incorporación del personal es Media.

**Tabla N°11: Resultados de la Dimensión Desarrollo del personal en la empresa Paraaco Backpacker**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	1	1,5	1,5	1,5
	Alto	65	98,5	98,5	100,0
Total		66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°10: Resultados de la Dimensión Desarrollo del personal en la empresa Paraaco Backpacker**



Fuente: Tabla N°11

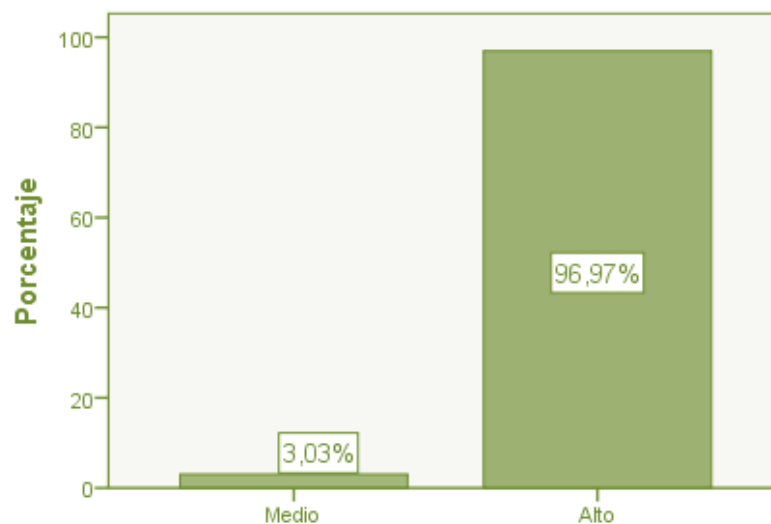
En la tabla N°11 se muestra los resultados de la dimensión Desarrollo del personal, donde un 98,48% (65) de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker creen que hay un Desarrollo del personal alto y un 1,52% (1) de los casos cree que el Desarrollo del personal es medio.

**Tabla N°12: Resultados de la Dimensión Recompensa al personal en la empresa Paraaco Backpacker**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	2	3,0	3,0	3,0
	Alto	64	97,0	97,0	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°11: Resultados de la Dimensión Recompensa al personal en la empresa Paraaco Backpacker**



Fuente: Tabla N°12

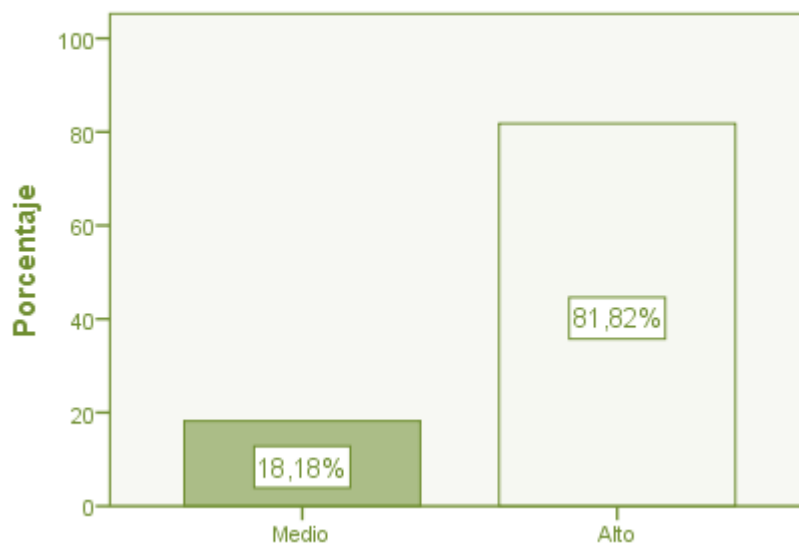
En la tabla N°12 se muestra los resultados de la dimensión Recompensar al personal, donde un 97% (64) de los encuestados en la empresa Paraaco Backpacker creen que hay una Recompensa del personal alto y un 3% (2) de los casos cree que la Recompensa es medio.

**Tabla N°13: Resultados de la Dimensión Elementos Tangibles en la empresa Paraaco Backpacker**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	12	18,2	18,2	18,2
	Alto	54	81,8	81,8	100,0
Total		66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°12: Resultados de la Dimensión Elementos Tangibles en la empresa Paraaco Backpacker**



Fuente: Tabla N°13

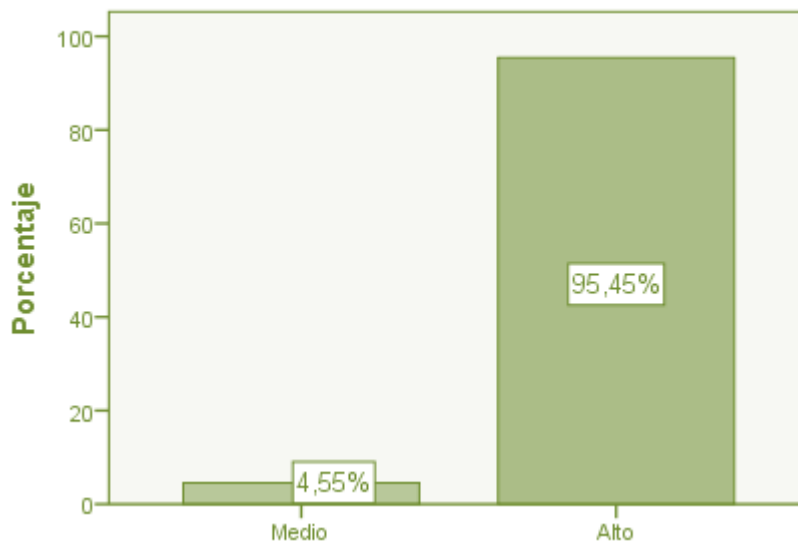
En la tabla N°13 se muestra los resultados de la dimensión Elementos Tangibles, donde un 81,82% (54) de los encuestados reconocen Elementos Tangibles con relación alta y un 18,18% (12) de los casos cree que los Elementos Intangibles tienen relación media.

**Tabla N°14: Resultados de la Dimensión Fiabilidad en la empresa Paraaco Backpacker**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	3	4,5	4,5	4,5
	Alto	63	95,5	95,5	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°13: Resultados de la Dimensión Fiabilidad en la empresa Paraaco Backpacker**



Fuente: Tabla N°14

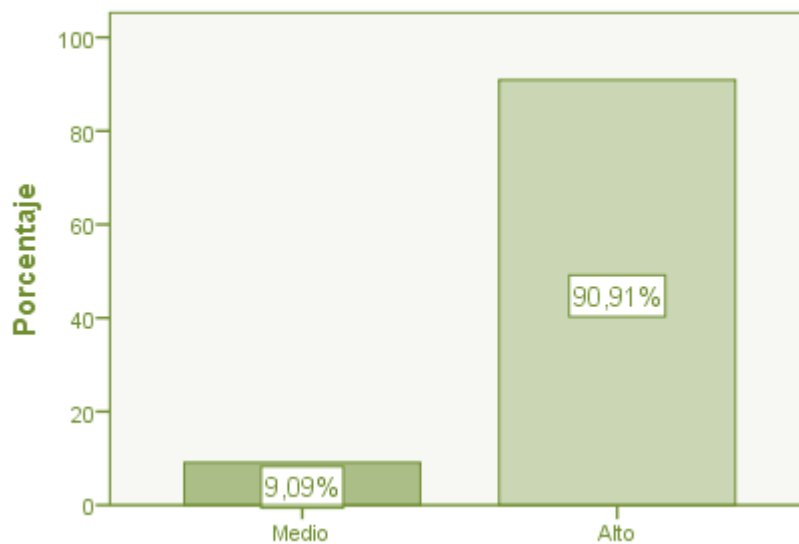
En la tabla N°14 se muestra los resultados de la dimensión Fiabilidad, donde un 95,5% (63) de los encuestados reconocen que hay una Fiabilidad con relación alta y un 4,5% (3) de los casos cree que la Fiabilidad tiene relación media.

**Tabla N°15: Resultados de la Dimensión Capacidad de Respuesta en la empresa Paraaco Backpacker**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	6	9,1	9,1	9,1
	Alto	60	90,9	90,9	100,0
Total		66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°14: Resultados de la Dimensión Capacidad de Respuesta en la empresa Paraaco Backpacker**



Fuente: Tabla N°15

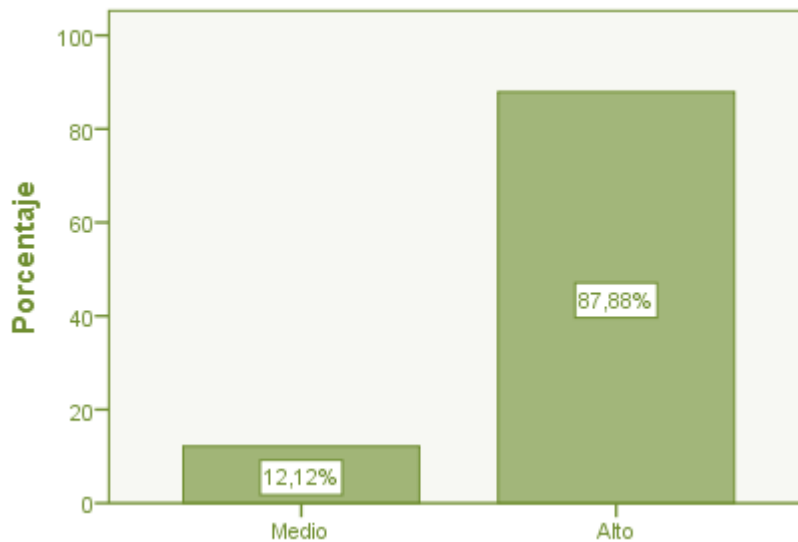
En la tabla N°15 se muestra los resultados de la dimensión Capacidad de respuesta, donde un 90,9% (60) de los encuestados reconocen que hay una Capacidad de respuesta alta y un 9,1% (6) de los casos cree que hay una Capacidad de respuesta media.

**Tabla N°16: Resultados de la Dimensión Seguridad en la empresa Paraaco Backpacker**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	8	12,1	12,1	12,1
	Alto	58	87,9	87,9	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°15: Resultados de la Dimensión Seguridad en la empresa Paraaco Backpacker**



Fuente: Tabla N°16

En la tabla N°16 se muestra los resultados de la dimensión Seguridad, donde un 87,9% (58) de los encuestados reconocen que la empresa tiene una Seguridad alta y un 12,1% (8) de los casos cree que hay una Seguridad media.

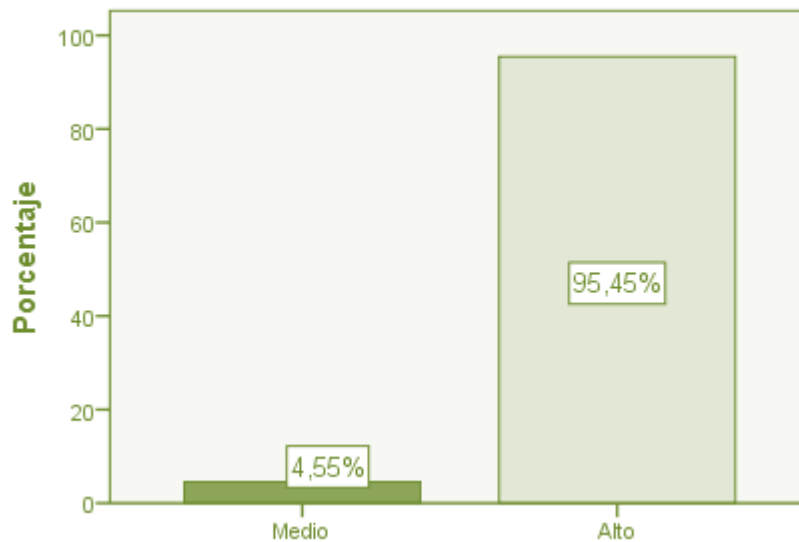


**Tabla N°17: Resultados de la Dimensión Empatía en la empresa Paraaco Backpacker**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	3	4,5	4,5	4,5
	Alto	63	95,5	95,5	100,0
Total		66	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°16: Resultados de la Dimensión Empatía en la empresa Paraaco Backpacker**



Fuente: Tabla N°17

En la tabla N°17 se muestra los resultados de la dimensión Empatía, donde un 95,5% (63) de los encuestados reconocen que la empresa tiene Empatía alta y un 4,5% (3) de los casos cree que hay Empatía media.

## 2. Resultados de contraste con la hipótesis

**Tabla N°18: Correlación entre la variable Gestión de Talento Humano y la variable Satisfacción del cliente en la empresa Paraaco Backpacker**

		Variable Gestión del Talento Humano		Variable Satisfacción del Cliente	
Rho de Spearman	Variable Gestión del Talento Humano	Coeficiente de correlación	1,000	,810**	
		Sig. (bilateral)	.	,000	
		N	66	66	
Variable Satisfacción del Cliente	Variable Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	,810**	1,000	
		Sig. (bilateral)	,000	.	
		N	66	66	

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Se puede observar en la tabla N°18 que la correlación obtenida es de 0,810 donde notamos que es una correlación positiva considerable dentro del rango probabilístico de Spearman. Según esta medida se acepta la hipótesis  $H_i$  planteada.

**Tabla N°19: Correlación entre la dimensión Incorporación del Personal y la Satisfacción del cliente en la empresa Paraaco Backpacker**

		Dimensión Incorporación		Variable Satisfacción del Cliente	
Rho de Spearman	Dimensión Incorporación	Coeficiente de correlación	1,000	,776**	
		Sig. (bilateral)	.	,000	
		N	66	66	
Variable Satisfacción del Cliente	Variable Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	,776**	1,000	
		Sig. (bilateral)	,000	.	
		N	66	66	

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuesta aplicada

Se puede observar en la tabla N°19 que la correlación obtenida es de 0,776 donde notamos que es una correlación positiva considerable dentro del rango probabilístico de Spearman. Según esta medida se acepta la hipótesis  $H_1$  planteada.

**Tabla N°20: Correlación entre la dimensión Desarrollo del Personal y la Satisfacción del cliente en la empresa Paraaco Backpacker**

		Dimensión Desarrollo	Variable Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Dimensión Desarrollo	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	66
Variable Satisfacción del Cliente	Variable Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	,792**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	66

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuesta aplicada

Se puede observar en la tabla N°20 que la correlación obtenida es de 0,792 donde notamos que es una correlación positiva considerable dentro del rango probabilístico de Spearman. Según esta medida se acepta la hipótesis H2 planteada.

**Gráfico N°21: Correlación entre la dimensión Reconocer al Personal y la Satisfacción del cliente en la empresa Paraaco Backpacker**

		Dimensión Reconocimient o	Variable Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Dimensión Reconocimiento	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	66
Variable Satisfacción del Cliente	Variable Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	,910**
		Sig. (bilateral)	.
		N	66

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuesta aplicada

Se puede observar en la tabla N°21 que la correlación obtenida es de 0,910 donde notamos que dicha correlación es positiva considerable dentro del rango probabilístico de Spearman. Según esta medida se acepta la hipótesis H3 planteada.

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

La presente investigación titulada Gestión del Talento Humano y la satisfacción del cliente en la empresa Paraaco Backpacker en Paracas 2018, tiene como objetivo general conocer si existe relación entre ambas variables, los resultados obtenidos guardan una relación directa con un resultado de 0,810 y significativa según el procedimiento de recolección de información mediante el instrumento realizado, que se validó por el juicio de los docentes expertos, considerándolo apto para ser aplicado al estudio. A su vez fue necesario evaluar la confiabilidad del instrumento según el coeficiente del Alfa de Cronbach´s dando como resultado 0.829 la cual es buena.

Antes de la prueba de la hipótesis se hizo un análisis descriptivo de las variables de estudio, para lo cual se ha corroborado en la variable Satisfacción al cliente que un 95,5% de los encuestados están de acuerdo con que el personal presta el servicio prometido y un 4,5% se muestra nulo ante ello; a la vez un 87,9% dice que cuando necesita ayuda siente confianza al requerirla al personal, y un número no tan bajo de encuestados de 12,1% se muestra en una posición nula ante ello. Un 90,9% de los clientes encuestados responde que el personal nunca se mostró ocupado al momento de que ellos requerían su ayuda, frente a un 9,1% que se muestra nulo. Asimismo, un 81,8% de los encuestados sostiene que los aspectos físicos corresponden a los ofrecidos, por otro lado, un 18,8% se mantiene nulo.

Cabe mencionar que en la dimensión Incorporar al personal de la variable Gestión del Talento Humano, se obtiene que el 81,8% tiene una percepción de nivel alto frente a este indicador, así como un 97% muestra un punto de vista bueno en la recompensa del personal y un 98,5% cree que el desarrollo del personal también es alto.

Según Quezada (2010) el talento humano influye directamente la relación que tiene la empresa y sus colaboradores en la satisfacción de los clientes y el impacto que ellos se pueden llevar del servicio recibido. A través de una selección adecuada y basada en una estrategia de atraer al recurso humano con desempeño y talento superior. Así se busca en la organización descubrir talentos, utilizando el enfoque de competencias laborales y evaluando los conocimientos.

Para la realización de las pruebas de hipótesis se utilizó el análisis del coeficiente de  $\rho$  (rho) de Spearman.

Con respecto a la hipótesis H1 planteada: Existe relación significativa entre la incorporación del personal y la satisfacción del cliente de la empresa Paraaco Backpacker en el 2018, donde se aceptó la hipótesis y determinó una relación entre la incorporación del personal y la satisfacción del cliente, la finalidad de relacionar ambas hipótesis fue la dificultad con la que cuenta la organización al momento de encontrar e incorporar personal con perfiles adecuados según lo que requiere el mercado. Dando como resultado 0.776.

Para Quezada (2010) invertir en el talento humano, así como recompensar debidamente su crecimiento y su participación en la organización practicando una comunicación abierta y sabiendo escuchar, estimula al trabajador para que tenga una actitud favorable y así transmitir sus conocimientos e innovaciones en el trabajo.

En la hipótesis H2 planteada: Existe relación significativa entre el desarrollo del personal y la satisfacción del cliente de la empresa Paraaco Backpacker en el 2018, se aceptó la hipótesis y lo cual determinó una relación entre desarrollar al personal y la satisfacción del cliente, la finalidad de relacionar ambas hipótesis fue precisar la importancia de un buen desarrollo y capacitación del personal, que no solo se vea reflejada en la parte operativa de la organización, cumpliendo con los estándares

establecidos por el sector hotelero; sino también ,desarrollándolos como personas y buenos colaboradores, se tiene como finalidad generar un proceso de evaluación de desempeño óptimo. Dando como resultado una correlación de 0.792.

Quezada (2010) menciona que para recompensar al personal se tiene que gestionar un buen clima laboral, una cultura organizacional coherente a los avances del mercado; pero sobre todo un sistema de retribución interesante, que haga honor al término donde se genere una atención adecuada a las necesidades más personales del trabajador, para que su trabajo no sea rutinario y así sienta que tiene una oportunidad de ser mejor.

Se observa en la hipótesis H3 planteada: Existe relación significativa entre recompensar al personal y la satisfacción del cliente de la empresa Paraaco Backpacker en el 2018, donde se aceptó la hipótesis y determinó una relación entre el desarrollo del personal y la satisfacción del cliente, para lo cual se tuvo como finalidad poder fidelizar a los colaboradores, de tal manera que se puedan optimizar y estandarizar procesos, aplicando modelos de calidad con los que cuenta el sector de turismo y hotelería. Dando como resultado 0.910.

## 4.2 Conclusiones

Se determinó que la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente están relacionados, por tal manera tener una correcta incorporación del personal generará una mayor mejor calidad en el servicio prestado superando expectativas de los clientes, ya que un 97% de los clientes que fueron encuestados se muestra de acuerdo con la satisfacción general del servicio recibido y un 95,45% determinó que los colaboradores tenían el perfil adecuado para el puesto; por lo tanto el personal que labora en el establecimiento es bien visto por los clientes.

A su vez solo un 87,9% determinó que está de acuerdo con que el personal mostró un buen trato desde la primera vez, contando como segundo objetivo el desarrollo del personal y su relación con la satisfacción del cliente por lo tanto se confirma que se debe seguir teniendo en cuenta una buena capacitación y desarrollo de los colaboradores, esto es preciso para el logro de objetivos y estándares de la empresa.

Como tercer objetivo se buscó relacionar el desarrollo del personal con la satisfacción al cliente, obteniendo en primera instancia como resultado que un 95,5% dijo que el personal entrega el servicio prometido, de tal forma los resultados obtenidos demuestran que el reconocimiento y esfuerzo a través de un buen sistema de incentivos servirán para motivar a los trabajadores y de esta manera se pueda brindar un servicio que supere las expectativas de futuros clientes.

Para concluir es muy relevante que se siga generando un reclutamiento adecuado, practicar comunicación participativa con el personal, promoviéndolo y motivándolo, así como brindándole una atención adecuada para que estos factores se vean reflejados en la percepción que tiene el cliente al momento de recibir el servicio de hospedaje generando una ventaja competitiva frente a los demás establecimientos de la zona.

## REFERENCIAS

- Alet, J. (2001). *MarketingDirecto Integrado*. Barcelona: Ediciones Gestión.
- Balestrini, M. (2006). *Como se elabora el proyecto de investigación*. Venezuela: Consultores Asociados.
- Bigné, E. F. (2000). *Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y Estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC.
- Bruni, P. (25 de 10 de 2017). *www.thema-med.com*. Obtenido de [https://drive.google.com/file/d/1RUxSCuEUxVzAc4SWd-EYTkQN\\_X0KNm8-/view](https://drive.google.com/file/d/1RUxSCuEUxVzAc4SWd-EYTkQN_X0KNm8-/view)
- Cervantes, V. (2005). *Interpretaciones del Coeficiente Alpha de Cronbach*. Avances en Medición.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. Mexico: McGraw-Hill.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1994). *Measuring Service Quality*.
- Duque Oliva, E. J. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio: Una mirada desde la educación superior. *Suma de Negocios*, 5180-191. doi:10.1016/S2215-910X(14)70040-0
- Grande, I. (2000). *Marketing de los Servicios*. España: ESIC.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18, 4.
- Harris, J. (2001). *Buscar la satisfacción del cliente es buen negocio*. Buenos Aires.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez C, C., & Pilar B., L. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Mc Graw- Hill.
- Institute, M. G. (2017). *Un Futuro que Funciona: Automatización, Empleo y Productividad*.
- Kotler, P. &. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Machado, J. (2002). *La Satisfacción del Cliente*. Madrid.
- Mildred Dominguez, S. (2008). *Factores Determinantes en la gestión de Recursos Humanos en empresas de servicios*. Pensamiento y gestión.



MINCETUR. (2016). *Evaluación del Diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico Local del Distrito de Paracas.*

Mincetur, M. d. (2005). *Plan Estratégico Nacional del Turismo 2005-2015.* Lima: MINCETUR.

Parasuraman, A. Z. (1985). SERVQUAL: A Múltiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(I), 12-40. Recuperado el 20 de Setiembre de 2016

Parasuraman, A., Zeithalm, V., & Berry, L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality.* Journal of Retailing.

Pinedo, C., & Quispe, L. (2017). *La Gestión del Talento Humano y su Influencia en la Motivación en los Colaboradores Administrativos de la Empresa PETREX S.A.* Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.

Prieto, G. (2013). *Modelo de Gestión del Talento Humano como Estrategia Para Retención del Personal.* Colombia: Universidad de Medellín.

PromPerú. (2014). *Perfil del Turista Extranjero.*

Vásquez, A. (2017). *Gestión de Talento Humano.* Obtenido de <http://google.over-blog.es/article-28524229.html>

## ANEXOS

### ANEXO N° 1: CUESTIONARIO – SATISFACCION DEL CLIENTE

Estimado huésped:

Estamos realizando un estudio sobre la satisfacción del cliente en nuestro establecimiento, y de esta manera poder brindarle un mejor servicio; por lo cual, le pedimos nos brinde la percepción que tiene de la calidad de servicio recibida durante su estadía.

Las respuestas serán confidenciales y anónimas. Le pedimos que conteste este cuestionario con la mayor sinceridad posible.

#### Preguntas Previas:

##### 1) Edad

15 – 24       25- 34       35 - 44       45 - 54       55  
- a más

##### 2) Sexo

Femenino       Masculino

##### 3) Estado civil

Soltera(o)       Casada(o) o conviviente       Otro

##### 4) Grado de Instrucción

Secundaria       Técnica       Universitaria       Postgrado       Otro

##### 5) Lugar de procedencia

Ica       Lima       EEUU       España       Francia       Otro

En caso de que su respuesta sea otro, especifique: .....

##### 6) Motivo de su visita a Paracas

Vacaciones/ recreación       Visita a amigos y familiares       Negocios       Otro

En caso de que su respuesta sea otro, especifique: .....

## INSTRUCCIONES

- ✓ El cuestionario se contesta en una escala del 1 al 5, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

PUNTAJE	CALIFICACIÓN
1	Totalmente en Desacuerdo
2	En Desacuerdo
3	Nulo
4	De Acuerdo
5	Totalmente de Acuerdo

- ✓ Marque con claridad la opción elegida (Recuerde no marcar dos opciones) con una cruz o una equis.
- ✓ Si tiene alguna duda, por favor pregúntele a la persona que le entregó este cuestionario.

N°	Pregunta	Puntaje				
<b>Elementos Tangibles</b>						
1	El equipamiento del establecimiento ( habitaciones, pasillos, mobiliaria) están bien conservados.	1	2	3	4	5
2	Los aspectos físicos (local, página web) son atractivos visualmente.	1	2	3	4	5
3	El personal del hotel tiene una apariencia limpia, agradable y organizada.	1	2	3	4	5
4	Los aspectos físicos (agua caliente, limpieza, camas cómodas, internet, etc.) corresponden al servicio prestado.	1	2	3	4	5
<b>Fiabilidad</b>						
5	Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal del hotel para que se haga cargo de mi asunto.	1	2	3	4	5
6	El comportamiento del personal del hotel transmite confianza a sus clientes.	1	2	3	4	5
7	El personal muestra buen trato desde la primera vez.	1	2	3	4	5
8	El personal del hotel entrega el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5
9	El establecimiento cumple con las horas predeterminadas.	1	2	3	4	5
<b>Capacidad de Respuesta</b>						
10	El personal del hotel ofrece un servicio rápido a sus clientes.	1	2	3	4	5
11	El personal del hotel no está "muy ocupado" para responder a los requerimientos de manera rápida.	1	2	3	4	5
12	Informan puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio.	1	2	3	4	5
13	El establecimiento apoya bien a sus colaboradores, luego estos pueden hacer bien su trabajo.	1	2	3	4	5
<b>Seguridad</b>						
14	El establecimiento mantiene archivos con información precisa.	1	2	3	4	5
15	Me siento seguro al realizar transacciones con los empleados de la empresa.	1	2	3	4	5
16	Las instalaciones son seguras (cumple las normas de seguridad).	1	2	3	4	5
17	El establecimiento se preocupa por mis intereses.					
<b>Empatía</b>						
18	El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme.	1	2	3	4	5
19	El personal del hotel es muy amable.	1	2	3	4	5
20	El hotel muestra interés por mí.	1	2	3	4	5
21	El personal brinda a los clientes una atención personalizada.	1	2	3	4	5
22	El personal conoce cuales son mis necesidades.	1	2	3	4	5
<b>Gestión del Talento Humano</b>						
23	El personal del hotel se muestran íntegro ante su labor	1	2	3	4	5
24	El personal muestra facilidad de comunicación en su propia lengua.	1	2	3	4	5
25	El personal del establecimiento actúa con discreción y respeta la intimidad del cliente.	1	2	3	4	5
26	El personal del establecimiento cuenta con el perfil necesario para la función que desempeña.	1	2	3	4	5
27	El personal del hotel es competente y profesional.	1	2	3	4	5
28	El personal del establecimiento muestra preocupación por no cometer errores.	1	2	3	4	5
29	El personal del hotel muestra conocimiento en su labor.	1	2	3	4	5
30	El personal del hotel se muestra sonriente y cordial en el momento de su atención	1	2	3	4	5
31	El personal del hotel muestra actitud e iniciativa.	1	2	3	4	5
32	Estoy muy satisfecho con el servicio prestado por el hotel.	1	2	3	4	5

**Gracias por su colaboración**

\*Alternativas hechas en base a Perfil del Turista que visita Paracas 2015 - Fuente: PromPerú

**ANEXO N° 2: Base de datos SPSS**

BDATOS1.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 52 de 52 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
1	3	4	5	5	5	4	5	3	4	5	4	5	3	4	5
2	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4
3	4	4	5	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
6	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
7	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
8	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
9	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	3	4	5	5	4	3	3	3	4	5	3	3	3	4	5
11	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
12	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
13	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4
14	4	4	5	4	5	4	2	4	4	5	4	2	4	4	5
15	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
16	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
17	3	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5	4	3	4	4
18	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
19	4	4	4	5	4	2	5	4	4	4	2	5	4	4	4
20	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	3
21	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
22	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
23	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

### ANEXO N° 3: Matriz de la Operacionalización de las Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INTRUMENTO
Dependiente: Satisfacción del cliente	Según (Kotler & Keller, 2006) en satisfacción al cliente si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho, de lo contrario si estas las superan, el cliente queda encantado.	Tangibilidad	Equipamiento del hotel Aspectos físicos del personal	Encuesta, Utilizando SERVPERF basado en el modelo de calidad del servicio percibido (SERVQUAL) y la escala de medición es la de Likert
		Fiabilidad	Confianza Buen trato Entrega del servicio	
		Capacidad de respuesta	Servicio rápido Puntualidad Sinceridad	
		Seguridad	Instalaciones Transacciones	
		Empatía	Amabilidad Atención Personalizada	

VARIABLE	INDICADORES	DIMENSIONES	INDICADORES	Instrumento
Independiente: Gestión del Talento Humano	Según Chiavenato (2009) la GTH es un campo sensible en la mentalidad de las organizaciones, depende de la cultura de cada organización y la infinidad de variables importantes que la acompañan.	Incorporar al personal	Atraer al recurso humano con desempeño y talento superior.	Encuesta
		Desarrollar al personal	Eficiencia y eficacia coordinado los procesos de capacitación y desarrollo del personal	
		Recompensar al personal	Retribución acorde a la cultura de la empresa	

**ANEXO N° 4: Rúbricas de evolución de las variables.**

**RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTOS**

La presente rúbrica aplica a todo trabajo de investigación que haya empleado un instrumento de medida en la recolección de datos

Título de la investigación:	Gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en Paraaco		
Nombres y apellidos del evaluador:	FRANKLIN CORDOVA BUZA		
Sede:	Los divos	Carrera:	Administración
		Facultad:	Negocios

Este formato se desarrolló con el propósito de evaluar la pertinencia del instrumento que se utilizará en la investigación. En la metodología se debe expresar todos los puntos que se mencionan líneas abajo, con relación al instrumento.

General	Adaptación del instrumento	Describe el procedimiento de adaptación del instrumento de medida a la cultura	Si	si o no
Validez	Contenido	¿El contenido de los Items del instrumento (por e). Las preguntas de un cuestionario) miden las dimensiones o variables del estudio ?	Si	si o no
	Constructo (debe estar una de estas dos posibilidades)	*Presenta el analisis factorial (exploratorio y confirmatorio) **Presenta el criteno externo (prueba, experto, población) (Si corresponde)	Si Si	si o no si o no
Fiabilidad	Metodo	Describe el metodo de fiabilidad utilizado (Consistencia interna, test-retest, formas paralelas)	Si	si o no
	Coficiente	Describe el coeficiente de fiabilidad utilizado y lo justifica (Alfa de Cronbach, Omega, Kuder Richardson 20)	Si	si o no

\* Analisis estadístico de reducción de datos por lo que tienen en comun

\*\*Relacion con otras variables, se observa la correlacion de la prueba con otras variables.

Referencia de consulta:

<https://matcris5.files.wordpress.com/2014/04/fiabilidad-tests-y-escalas>

  
FRANKLIN CORDOVA BUZA

**RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTOS**

La presente rúbrica aplica a todo trabajo de investigación que haya empleado un instrumento de medida en la recolección de datos

Título de la investigación: <i>Gestión del talento humano y satisfacción del cliente en Paraaco</i>		
Nombres y apellidos del evaluador: <i>JUAN RAMÓN MENDEZ VICUÑA</i>		
Sede: <i>LOS OLIVOS</i>	Carrera: <i>A6C</i>	Facultad: <i>NEGOCIOS</i>

Este formato se desarrolló con el propósito de evaluar la pertinencia del instrumento que se utilizará en la investigación. En la metodología se debe expresar todos los puntos que se mencionan líneas abajo, con relación al instrumento.

General	Adaptación del instrumento	Describe el procedimiento de adaptación del instrumento de medida a la cultura	<i>SI</i>	si o no
Validez	Contenido	¿El contenido de los Items del instrumento (por ej. Las preguntas de un cuestionario) miden las dimensiones o variables del estudio?	<i>SI</i>	si o no
	Constructo (debe estar una de estas dos posibilidades)	*Presenta el análisis factorial (exploratorio y confirmatorio)	<i>SI</i>	si o no
		**Presenta el criterio externo (prueba, experto, población) (Si corresponde)	<i>SI</i>	si o no
Fiabilidad	Metodo	Describe el metodo de fiabilidad utilizado (Consistencia interna, test-retest, formas paralelas)	<i>SI</i>	si o no
	Coficiente	Describe el coeficiente de fiabilidad utilizado y lo justifica (Alfa de Cronbach, Omega, Kuder Richardson 20)	<i>SI</i>	si o no

\* Analisis estadístico de reducción de datos por lo que tienen en comun  
 \*\*Relacion con otras variables, se observa la correlación de la prueba con otras variables.

Referencia de consulta:  
<https://matcris5.files.wordpress.com/2014/04/fiabilidad-tests-y-escalas->

*Juan Ramón Méndez*  


**RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTOS**

La presente rúbrica aplica a todo trabajo de investigación que haya empleado un instrumento de medida en la recolección de datos.

Título de la investigación: Gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en Paraaco  
 Nombres y apellidos del evaluador: Abelardo Toledo Jorquera 1962  
 Sede: Los Cellos Carrera: Administración Facultad: ADMINISTRACION / NEGOCIOS

Este formato se desarrolló con el propósito de evaluar la pertinencia del instrumento que se utilizará en la investigación. En la metodología se debe expresar todos los puntos que se mencionan líneas abajo, con relación al instrumento.

General	Adaptación del instrumento	Describe el procedimiento de adaptación del instrumento de medida a la cultura	SI	si o no
Validez	Contenido	¿El contenido de los ítems del instrumento (por ej. Las preguntas de un cuestionario) miden las dimensiones o variables del estudio?	SI	si o no
	Constructo (debe estar una de estas dos posibilidades)	**Presenta el análisis factorial (exploratorio y confirmatorio) **Presenta el criterio externo (prueba, experto, población) (Si corresponde)	SI	si o no
Fiabilidad	Metodo	Describe el metodo de fiabilidad utilizado (Consistencia interna, test-retest, formas paralelas)	SI	si o no
	Coefficiente	Describe el coeficiente de fiabilidad utilizado y lo justifica (Alfa de Cronbach, Omega, Kuder Richardson 20)	SI	si o no

\* Análisis estadístico de reducción de datos por lo que tienen en común

\*\*Relacion con otras variables, se observa la correlación de la prueba con otras variables.

Referencia de consulta:

<https://matcris5.files.wordpress.com/2014/04/fiabilidad-tests-y-escalas>

  
Abelardo Sanchez