



Universidad
Señor de Sipán

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA
SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN GARAGE
CLINICA AUTOMOTRIZ, CHICLAYO 2022
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Autores:

Bach. Tejeda Cadena Denis Ruben

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3674-0687>

Asesor:

Dr. Merino Nuñez Mirko

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8820-6382>

Línea de investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

2022

TESIS

LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN GARAGE CLINICA AUTOMOTRIZ, CHICLAYO 2022

Asesor : Dr. Merino Nuñez Mirko
Nombre completo Firma

Presidenta : Dr. Mego Núñez Onésimo
Nombre completo Firma

Secretario : Mg. Falla Gómez Carolina de Lourdes
Nombre completo Firma

Vocal : Mg. Mory Guarnizo Sandra
Nombre completo Firma




DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien suscribe la **DECLARACIÓN JURADA**, soy **estudiante (s)** del Programa de Estudios de **Contabilidad** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro bajo juramento que soy autor del trabajo titulado:

LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN GARAGE CLINICA AUTOMOTRIZ, CHICLAYO 2022

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firma:

Tejeda Cadena Denis Rubén	DNI: 10398235	
---------------------------	------------------	--

DEDICATORIA

A quienes iluminaron mi sendero académico con su amor, paciencia y constante aliento: a mis padres, cuyo apoyo incondicional ha sido mi mayor fortaleza; a mis amigos, por su alegría contagiosa que hizo más llevaderos los desafíos; a mis profesores, cuyas enseñanzas y consejos han sido un faro en la travesía del conocimiento. A cada persona que con su confianza y estímulo me motivó a alcanzar esta meta, este logro es también vuestro. ¡Gracias por ser parte crucial en este capítulo de aprendizaje y crecimiento.

AGRADECIMIENTO

A mis hijos queridos María Alejandra y Mathías
quienes fueron mi motivación para salir adelante.
A mi padre que desde el cielo brilla de alegría

RESUMEN

El enfoque de nuestro estudio se enfocó en investigar la relación entre la administración del recurso humano y la satisfacción de la clientela en Garage Clínica Automotriz, ubicada en Chiclayo durante el año 2022. Adoptamos un método correlacional no experimental para esta investigación, dividiendo los participantes en dos grupos diferentes: uno conformado por empleados, analizando la gestión del recurso humano, y otro constituido por clientes, encargado de evaluar la satisfacción del servicio ofrecido. Durante la recolección de datos, se emplearon cuestionarios adaptados a cada grupo, lo que arrojó resultados significativos. Se detectó una correlación moderada y directa ($Rho = .480$) entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios en la empresa. Este vínculo sugiere que mejoras en las estrategias de gestión del talento humano pueden generar mejorías proporcionales y moderadas en la satisfacción de los clientes. Un aspecto relevante, identificado por el 57% de los colaboradores, fue la percepción de que las actividades relacionadas con la gestión de personas tienen un nivel alto en la organización. Esto sugiere que estas actividades generan un entorno propicio para aumentar la satisfacción de los clientes. Además, un dato destacado fue que el 70% de los usuarios expresó un nivel alto de satisfacción. Esto resalta el hecho de que sus necesidades están siendo adecuadamente atendidas por la organización, lo que contribuye significativamente a su satisfacción general y refuerza la imagen positiva de la empresa.

Palabras claves: gestión del talento, gestión de personas, satisfacción

ABSTRACT

The focus of our study was to investigate the relationship between human resource management and customer satisfaction at Garage Clínica Automotriz, located in Chiclayo during the year 2022. We adopted a non-experimental correlational method for this research, dividing the participants into two different groups: one made up of employees, analyzing human resource management, and the other made up of customers, in charge of evaluating the satisfaction of the service offered. During data collection, questionnaires adapted to each group were used, which yielded significant results. A moderate and direct correlation ($Rho = .480$) was detected between human talent management and user satisfaction in the company. This link suggests that improvements in human talent management strategies can generate proportional and moderate improvements in customer satisfaction. A relevant aspect, identified by 57% of the employees, was the perception that activities related to people management have a high level in the organization. This suggests that these activities generate an environment conducive to increasing customer satisfaction. In addition, a highlight was that 70% of users expressed a high level of satisfaction. This highlights the fact that their needs are being adequately addressed by the organization, which contributes significantly to their satisfaction...

Keywords: talent management, people management, satisfaction

INDICE

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad Problemática	11
1.2. Trabajos previos.....	13
1.3. Teorías relacionadas al tema	21
1.4. Formulación del problema.....	45
1.5. Justificación e importancia del estudio	45
1.6. Hipótesis	45
1.7. Objetivos	46
1.7.1 Objetivo general	46
1.7.2. Objetivos específicos	46
CAPÍTULO II: MATERIAL Y MÉTODO	47
2.1. Tipo y diseño de investigación	47
2.2. Población y muestra.....	47
2.3. Variables, operacionalización.....	xlvi
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	39
Validación y confiabilidad de instrumentos	40
2.5. Procedimiento de análisis de datos.....	40
2.6. Aspectos éticos	41
2.7. Criterios de rigor científico.....	43
CAPÍTULO III: RESULTADOS	44
3.1. Tablas y figuras.....	44
3.2. Discusión de resultados	48
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	51
REFERENCIAS.....	53
ANEXOS	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable independiente	37
Tabla 2 Operacionalización de la variable dependiente	38
Tabla 3 <i>Niveles de la variable gestión del talento humano</i>	44
Tabla 4 <i>Grado de la variable satisfacción del usuario</i>	45
Tabla 5 <i>Prueba de normalidad de las variables de estudio</i>	46
Tabla 6 <i>Correlación entre la gestión del talento humano y satisfacción de los usuarios</i>	46
Tabla 7 <i>Correlaciones entre las dimensiones de la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios</i>	47

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Niveles de la variable gestión del talento humano	44
Figura 2 Niveles de la variable satisfacción del usuario	45
Figura 3 Patio de maniobras de la empresa	81
Figura 4 Oficinas administrativas.....	81
Figura 5 Recolección de datos	82
Figura 6 Recolección de datos	82

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

A nivel internacional

Para Khadka y Maharjan (2017), el progreso de una empresa se halla estrechamente vinculado al contento de su clientela. Colocar la satisfacción del cliente como prioridad, por encima de las ganancias, representa un principio fundamental en el ámbito empresarial. Aquellas compañías que logran auténticamente complacer a sus clientes mantienen una posición destacada en el mercado. Hoy en día, se reconoce de manera amplia que la satisfacción del cliente no solo impulsa el éxito comercial, sino que también juega un papel esencial en la consolidación del valor de la marca. En resumen, los clientes buscan productos o servicios que satisfagan sus necesidades y deseos, equilibrando calidad y precio para asegurar no solo una compra, sino también una lealtad a largo plazo hacia la empresa.

Espejel y colaboradores (2017) describen la satisfacción del consumidor como una respuesta emocional, con una intensidad variable, un punto temporal de referencia y una duración específica. Este concepto se centra en aspectos cruciales relacionados con la compra o uso de productos. La satisfacción del cliente ha sido objeto de extensos estudios en la literatura de marketing, considerándose una respuesta que combina elementos cognitivos y emocionales hacia un producto o servicio en el contexto de una transacción.

Shaju (2017) En la actualidad de alta competencia en India, las empresas buscan activamente atraer y mantener a los empleados más idóneos. Para alcanzar este objetivo, la evaluación del rendimiento en el trabajo se ha vuelto esencial tanto para los trabajadores como para los empleadores en distintos niveles. Al considerar la evaluación de los empleados en términos de sus habilidades profesionales y sociales, es fundamental tener en cuenta una variedad de rasgos psicológicos y de comportamiento.

En el contexto empresarial global y altamente competitivo, esta evaluación se ha transformado en una dimensión fundamental para apoyar y administrar el rendimiento de los trabajadores a un nivel más elevado. (Shaju, 2017).

En una investigación llevada a cabo en Italia por Pugno y Depedri (2016), se profundiza en el desempeño laboral desde perspectivas múltiples, fusionando la psicología y la economía. Desde el prisma psicológico, se establece una estrecha vinculación entre el rendimiento en el trabajo y las evaluaciones efectuadas por los supervisores, resaltando las implicaciones inherentes a estas valoraciones. Asimismo, se subraya una correlación positiva entre el desempeño laboral y la satisfacción en el ámbito laboral, perspectiva que enriquece la comprensión de este fenómeno complejo.

A nivel nacional

Mendivel y sus colegas (2020) ponen en relieve la importancia crítica de otorgar prioridad a los aspectos formales dentro de la gestión del talento humano, especialmente en los procesos de reclutamiento y selección. Su enfoque enfatiza la necesidad de perfiles de trabajo meticulosamente estructurados que se ajusten a las demandas específicas del puesto. Concluyen que una selección rigurosa conlleva a la contratación de individuos capaces de realizar sus tareas con una calidad excepcional.

Flores (2019) se sumergió en la exploración del impacto directo de la gestión del talento humano en los resultados financieros de hoteles ubicados en Puno. Sus conclusiones enfatizan que la inversión en el desarrollo de habilidades y conocimientos de los empleados resulta altamente efectiva para generar un valor agregado percibido por los clientes. Aunque implica un gasto inicial, los rendimientos obtenidos en términos de rentabilidad superan significativamente esta inversión inicial.

Por su parte, Febres y Mercado (2020) resaltan la complejidad de la satisfacción del cliente, la cual se construye a partir de las percepciones que estos tienen sobre el rendimiento del producto o servicio. Destacan que este concepto no

puede materializarse si no se ofrecen condiciones óptimas de calidad en los procesos de entrega y atención postventa.

A nivel local

Garage Clínica Automotriz, la compañía opera en Chiclayo, ofreciendo servicios de asistencia mecánica y reparación tanto para vehículos pesados como ligeros. El crecimiento constante del número de automóviles en la ciudad ha resultado en un incremento notable de vehículos que circulan por sus calles.

La empresa Garage Clínica Automotriz se ha destacado en Chiclayo por proporcionar servicios de mantenimiento mecánico de alta calidad a vehículos durante los últimos cinco años. Su crecimiento significativo se ha fundamentado en su reputación de excelencia, particularmente en la reparación de ciertas marcas de automóviles. Este éxito se atribuye en gran medida a la gestión del equipo y a las motivaciones individuales de cada miembro.

A pesar de haber crecido, la empresa carece de un departamento específico para gestionar los recursos humanos. La responsabilidad de estas tareas suele recaer en la gerencia y algunos supervisores, quienes no cuentan con la formación especializada necesaria. El propósito principal de este estudio es descubrir las relaciones entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los clientes en la empresa.

1.2. Trabajos previos

A nivel internacional

López (2018) se aventuró en una indagación profunda que pretendía descifrar la intrincada relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en un restaurante particular. Su enfoque metodológico abarcó una amalgama de métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una visión holística y detallada del fenómeno en cuestión. Optó por la implementación de un cuestionario basado en el método Servqual, destinado a los clientes habituales del restaurante. Paralelamente, empleó una ficha de observación para capturar los

matices cualitativos y específicos de la experiencia del cliente en el establecimiento. En el análisis de los datos recolectados, emergieron dos áreas cruciales de insatisfacción: la prontitud en la respuesta y la capacidad de empatía percibida. Estos aspectos demostraron una correlación sólida con la percepción global de satisfacción del cliente. A raíz de estos hallazgos, López propuso programas de capacitación focalizados en mejorar la calidad del servicio, centrándose especialmente en áreas como la prontitud en la respuesta y la empatía. La intención primordial radicaba en no solo generar ventajas competitivas para el restaurante, sino también en elevar la satisfacción general de la clientela, creando así una experiencia más gratificante y memorable.

Valencia (2018) subrayó el papel crítico del talento humano como el componente esencial en toda empresa. Su estudio se enfocó en revelar el desarrollo interno y los procesos de selección de pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Quito, que ofrecen bienes y servicios para diversos centros de datos. El enfoque descriptivo de su investigación permitió un análisis minucioso de esta situación. Para la recolección de datos, se emplearon encuestas a las PYMES, utilizando cuestionarios específicos. Los resultados obtenidos señalaron una falta significativa de áreas especializadas en la gestión de recursos humanos en muchas de estas empresas. Este vacío originó varios desafíos, especialmente en el ámbito administrativo, donde la ausencia de procesos de contratación fue identificada como un obstáculo clave. Además, se destacó la escasa atención que las PYMES prestaban al talento humano, lo que amplió las dificultades en la gestión de recursos humanos para estas organizaciones.

Torres (2018) se sumergió en una profunda investigación con el objetivo de analizar exhaustivamente el nivel de satisfacción que experimentaban los clientes en el restaurante Kiosquito. Su enfoque metodológico se orientó hacia un estudio aplicativo que, a través de una perspectiva descriptiva, permitió desentrañar con minuciosidad cada suceso y aspecto durante el desarrollo de la investigación. En busca de información valiosa, se aplicaron técnicas de encuesta y se utilizaron cuestionarios como la principal herramienta para recopilar datos. Estos cuestionarios fueron administrados a una muestra representativa de 100 clientes

del restaurante. Los resultados arrojaron cifras que evidenciaron niveles de satisfacción insatisfactorios entre los clientes del establecimiento. Consciente de estos hallazgos, la autora propuso una serie de medidas destinadas a transformar significativamente la experiencia del cliente en Kiosquito. Estas propuestas abordaban mejoras sustanciales en aspectos claves del servicio y la oferta de productos, con el propósito de elevar los niveles de satisfacción y ofrecer una experiencia más gratificante a los clientes que visitaban el restaurante

Sarmiento (2017) se centró en un estudio meticuloso que exploraba la gestión del talento humano y su correlación con el rendimiento laboral. Su enfoque investigativo se cataloga como de campo, ya que cada uno de los puntos y datos recopilados se obtuvieron a través de encuestas. El estudio involucró una muestra representativa de 235 colaboradores del área central de la organización. Los resultados revelaron una notable insatisfacción en la empresa en relación con los índices de evaluación de desempeño. Estos hallazgos reflejaron una serie de debilidades significativas en el desarrollo de la gestión de personal. Se destacó que la mayoría de los colaboradores expresaron insatisfacción con el proceso de evaluación, percibiéndolo como poco contributivo tanto para la gestión general de la organización como para sus propias trayectorias profesionales. Basándose en estos resultados, Sarmiento propuso una serie de recomendaciones específicas. Entre ellas se sugirió promover evaluaciones periódicas para los colaboradores, con el fin de identificar y desarrollar niveles óptimos de competencia entre el personal. Estas recomendaciones tenían como objetivo fundamental mejorar la satisfacción de los colaboradores y optimizar su contribución al desarrollo y crecimiento de la organización.

Chacón (2018) se sumergió en un análisis detallado para explorar la evolución de la gestión estratégica del recurso humano en las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) del sector gastronómico en Barranquilla. Desde una perspectiva epistemológica, su estudio se enmarcó como descriptivo y de campo, con un diseño transaccional enfocado en comprender la dinámica laboral en estas organizaciones. La recolección de datos se llevó a cabo mediante una encuesta que empleó cuestionarios dirigidos a 38 gerentes de diversas Pymes en la región.

Estos cuestionarios, estructurados con una escala de Likert, permitieron obtener percepciones y opiniones detalladas sobre la gestión del recurso humano en estos entornos. Los resultados revelaron una imagen equilibrada: no se identificó una gestión del recurso humano claramente satisfactoria o insatisfactoria en las Pymes analizadas. En su lugar, los hallazgos señalaron un nivel medio en el desarrollo de esta gestión en las empresas gastronómicas estudiadas. Esta situación destaca la necesidad de proponer un plan específico para mejorar la administración del recurso humano en estas Pymes. Esta perspectiva busca resaltar la importancia de una gestión eficaz del talento humano, no solo para el crecimiento empresarial, sino también para el bienestar y desarrollo del personal involucrado.

A nivel nacional

Pumacajia (2019) condujo una exhaustiva evaluación acerca del impacto que la gestión del talento humano tiene en el desempeño laboral de los colaboradores en Master Con GS E.I.R.L. El enfoque adoptado en este estudio fue eminentemente descriptivo, empleando un diseño correlacional para explorar la íntima relación entre estas variables críticas. La recopilación de datos se llevó a cabo mediante la implementación de tres cuestionarios validados, los cuales abordaron aspectos fundamentales del talento humano, factores asociados y variables específicas vinculadas al desempeño y la satisfacción laboral. Los datos recolectados fueron sometidos a análisis estadísticos descriptivos, presentándose los resultados detallados en tablas de frecuencia. Los hallazgos destacaron de manera significativa la influencia positiva que la gestión del talento humano ejerce sobre el desempeño de los colaboradores. A partir de estos resultados, se delineó un plan de mejoras enfocado en el fortalecimiento continuo de la gestión del talento humano. El objetivo primordial de esta propuesta fue asegurar un rendimiento óptimo de los colaboradores para potenciar el funcionamiento integral de la empresa.

Estrella (2020) se sumergió en un examen exhaustivo para desentrañar la intrincada interacción entre los indicadores del talento humano y el desempeño laboral de los colaboradores en el Hospital Regional Daniel Alcides Carrión. Para asegurar la solidez de la información recolectada, se implementaron encuestas con

cuestionarios validados mediante la escala de Likert. La metodología adoptada abarcó elementos tanto descriptivos como explicativos, empleando un enfoque metodológico mixto que amalgamó aspectos no experimentales y correlacionales. La muestra de estudio estuvo constituida por 30 colaboradores seleccionados mediante un método de muestreo probabilístico. Los resultados obtenidos exhibieron una correlación significativa de 0.001 entre la gestión del talento humano y el desempeño laboral, resaltando su influencia determinante en este contexto específico. Basándose en estas conclusiones capitales, se ideó una estrategia clara y decisiva: reforzar aún más la gestión del talento humano. Esta medida fue concebida como un pilar fundamental dentro de las estrategias dirigidas a potenciar el rendimiento global y la eficiencia operativa de la organización.

Rojas y Vílchez (2018) se sumergieron en una investigación enfocada en explorar minuciosamente la relación existente entre la gestión del recurso humano y el rendimiento de los colaboradores en un entorno escolar. En términos de metodología, optaron por un enfoque cuantitativo aplicativo, respaldado por un diseño no experimental de naturaleza correlacional. Para recopilar información relevante y exhaustiva, emplearon un cuestionario estructurado basado en el método de Kiember Inca Allccahuaman. Este cuestionario fue administrado a una muestra de 50 colaboradores, seleccionados mediante un riguroso proceso de muestreo probabilístico. Además de las encuestas, complementaron su investigación con entrevistas y observaciones, buscando obtener una visión holística y detallada de la situación. Los datos recopilados fueron procesados utilizando herramientas como SPSS y Microsoft Excel, lo que permitió confirmar una relación sólida y significativa entre las variables analizadas. Los resultados obtenidos sirvieron como base fundamental para proponer estrategias específicas dirigidas al Puesto de Salud. Estas propuestas detalladas incluyeron diversas estrategias destinadas a fortalecer la gestión del personal, desde la implementación de incentivos hasta la aplicación de controles periódicos. El objetivo principal de estas estrategias era mejorar la eficiencia y el desempeño general del equipo de colaboradores en ese entorno educativo.

Bellido (2018) se sumergió en un minucioso estudio sobre la íntima relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, destacando la inherente importancia de mejorar el servicio para potenciar la satisfacción del cliente. Este análisis adoptó un enfoque no experimental, dedicado a la descripción de fenómenos y con un propósito correlacional específico. La metodología empleada implicó la administración de un detallado cuestionario a una muestra exhaustiva de 60 clientes de Etcobell S.A.C., englobando toda la población objetivo. Los resultados arrojados evidenciaron una conexión directa y positiva entre la calidad del servicio proporcionado y el nivel de satisfacción del cliente. Estos hallazgos resaltaron la estrecha relación entre la satisfacción del cliente y la prestación de un servicio de alta calidad por parte de los colaboradores de la empresa. A raíz de estos resultados, Bellido propuso un plan de mejora continua enfocado en la calidad del servicio. Esta estrategia buscaba mantener e incluso mejorar los niveles actuales de satisfacción del cliente, reconociendo que la calidad del servicio es un factor esencial y constante para asegurar la fidelidad y satisfacción del cliente hacia la empresa.

Zaldivar y Urrelo (2018) llevaron a cabo un análisis exhaustivo de la estrecha relación que existe entre la gestión de marketing y la satisfacción del cliente en Nor Peruana S.A., una empresa de renombre por su presencia en línea y participación en eventos deportivos. La investigación se enfocó en comprender en profundidad cómo la organización enfrentaba los desafíos asociados con la satisfacción de sus clientes. Este estudio se extendió a todos los clientes mensuales de la empresa, un grupo conformado por 879 individuos. A través de un enfoque metodológico no experimental, se implementaron cuestionarios como principal herramienta de recolección de datos. Posteriormente, se realizaron análisis detallados de estos datos con herramientas especializadas como Excel y SPSS para explorar a fondo la relación entre la gestión de marketing y la satisfacción de los clientes. Los resultados obtenidos pusieron de manifiesto una correlación altamente positiva entre las estrategias de marketing empleadas por la empresa y el nivel general de satisfacción del cliente. Como parte de las recomendaciones dirigidas a mejorar la satisfacción del cliente, se plantearon diversas iniciativas. Entre ellas destacaron programas continuos de formación enfocados en el marketing y la atención al

cliente, la reevaluación estratégica de los puntos de venta y la implementación de un sistema de evaluación regular para el personal. Estas estrategias tenían como objetivo central mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la percepción positiva de la empresa en el mercado.

A nivel local

La exploración de Morales (2018) en un examen profundo de la vinculación entre la orquestación del talento humano y la alegría del cliente en una firma específica. Su indagación, de naturaleza descriptiva y correlativa, se cimentó en un enfoque no experimental para sondear minuciosamente estas dos entidades. Con el propósito de amasar datos de valía, Morales recurrió a cuestionarios estructurados y sancionados, apuntados a dos conglomerados disímiles: los trabajadores internos y la clientela externa de la entidad. Los resultados labrados remarcaban una conexión directa y sustantiva entre la gestión del talento humano y los niveles de júbilo de los clientes. Entre las sugerencias para alzar la jovialidad de la clientela, la autora sugirió artimañas enfocadas en la gestión del talento humano. Estas artimañas involucraban la instauración de programas de enseñanza para el personal y la introducción de incentivos avocados a espolear la productividad. Estas artimañas fueron concebidas con el claro objetivo de encumbrar los niveles de placer de la clientela, refinando así la experiencia global del cliente con la entidad.

La investigación liderada por Chávarry (2018) se sumergió en una tesis centrada en el desarrollo de una estrategia integral de gestión del talento humano, enfocada en la relación entre el rendimiento laboral y la motivación como elementos esenciales para alcanzar la satisfacción de los colaboradores en el Instituto Gastronómico Privado de Chiclayo. Esta estrategia, vital desde la incorporación del personal, se caracterizó por programas innovadores de incentivos, como bonos y cupones, destinados a equilibrar diversos aspectos en la vida de los colaboradores. El enfoque estratégico abarcó el impulso al desarrollo de habilidades y el fortalecimiento de la satisfacción laboral. Chávarry empleó una metodología de diseño no experimental para su investigación. Utilizó un cuestionario basado en la escala de Satisfacción Laboral de Sonia Palma, aplicado a profesores, jefes,

secretarias y asistentes de la organización. Los datos recopilados fueron analizados minuciosamente mediante el programa SPSS. Los resultados revelaron niveles significativos de insatisfacción laboral en la empresa, lo que condujo a la formulación de una estrategia específica basada en la gestión del talento humano. Esta estrategia se diseñó con el claro objetivo de mejorar de manera considerable la satisfacción y el bienestar de los trabajadores dentro de la organización.

La investigación liderada por Calderón (2019) se centró en la creación de un sólido plan de gestión de recursos humanos para mejorar la satisfacción de los colaboradores en la empresa Garem. Surgió ante la percepción de niveles de insatisfacción entre los empleados, reflejados en prácticas administrativas desfavorables en la organización. El objetivo principal fue encontrar soluciones efectivas para elevar los niveles de satisfacción laboral en Garem, una empresa situada en Barcelona, España. Para abordar este propósito, se adoptó un enfoque metodológico cuantitativo, describiendo y proponiendo soluciones. Se llevó a cabo una encuesta a una muestra representativa de 20 colaboradores, utilizando un cuestionario estructurado basado en la escala de Likert. Los resultados evidenciaron una tendencia hacia niveles medios de satisfacción laboral entre los empleados, lo que condujo al desarrollo de un plan estratégico de gestión del talento humano detallado para mejorar su satisfacción. La propuesta final se enfocó en la implementación del plan estratégico concebido, con el objetivo claro de elevar de manera significativa la satisfacción de los empleados en Garem, buscando mejorar su experiencia laboral dentro de la organización.

La investigación realizada por Calderón y Facho (2017) tuvo como objetivo central la conceptualización de un modelo teórico basado en la gestión del talento humano por competencias, enfocado específicamente en mejorar el rendimiento de los colaboradores dentro de la empresa hotelera Gloria Plaza. Este estudio se destacó por adoptar un enfoque proyectivo y utilizar una metodología de investigación mixta, permitiendo obtener una visión integral de la situación. Durante el proceso de investigación, se emplearon diversos instrumentos de recolección de datos, incluyendo cuestionarios, observaciones directas y entrevistas no estructuradas. Esta variedad de métodos de recolección de información ofreció una

perspectiva multidimensional de las necesidades y percepciones tanto de la gerencia como de los empleados. Los resultados obtenidos condujeron al desarrollo de un modelo denominado Maxio Human Talent 2.0, diseñado como un marco teórico para fortalecer y optimizar los procesos de gestión del talento humano dentro de la organización. Este modelo no solo aspiraba a mejorar el rendimiento individual de los trabajadores, sino también a fomentar un entorno laboral más eficiente y satisfactorio para todos los involucrados en Gloria Plaza, buscando el beneficio colectivo de empleados y gerencia.

La investigación liderada por Guevara (2018) se enfocó en analizar la relación entre la satisfacción laboral y la satisfacción del cliente en el contexto del Hotel Palmira en Chiclayo. Este estudio se basó en cuestionarios diseñados bajo las teorías de Frederick Herzberg y SERVPERF. Para llevar a cabo la investigación, se realizaron dos conjuntos de encuestas: una dirigida a 15 colaboradores del hotel para evaluar su satisfacción laboral, y otra a 30 clientes para determinar su nivel de satisfacción. Los resultados revelaron una correlación significativa entre ambas variables, evidenciando que mejorar la satisfacción laboral podría impactar directamente en el incremento de la satisfacción de los clientes. A partir de estos descubrimientos, se propuso a la empresa hotelera implementar un programa de gestión de turnos de trabajo semanalmente. Este programa tenía como objetivo mantener altos niveles de satisfacción laboral entre los empleados, asegurando su bienestar físico y mental para proporcionar un servicio de calidad. Esta iniciativa buscaba reforzar la satisfacción del cliente a través de empleados más comprometidos y capacitados, contribuyendo así a mejorar la experiencia general del cliente en el hotel.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Gestión del Talento Humano

La gestión del talento humano representa una perspectiva estratégica que trasciende las convenciones tradicionales de recursos humanos. Su enfoque radica en administrar y mejorar el recurso más valioso de cualquier organización: su capital humano. Este enfoque implica identificar, atraer, desarrollar y retener individuos excepcionales no solo para ocupar roles existentes, sino también para

contribuir al crecimiento y éxito a largo plazo de la entidad. Busca maximizar el potencial de los empleados, fomentando un entorno propicio para el desarrollo de habilidades, conocimientos y creatividad. Esta estrategia fusiona procesos y prácticas orientadas a potenciar el talento y el desempeño de los colaboradores en beneficio tanto de la organización como de su personal. (Chiavenato,2006)

Se enfoca en comprender las fortalezas y debilidades individuales, así como en alinear las metas personales y profesionales de los empleados con los objetivos y la cultura organizacional. Este enfoque abarca desde la planificación estratégica de la fuerza laboral hasta el desarrollo de programas de capacitación y crecimiento personalizado para cada individuo. Además, implica la creación de sistemas de retroalimentación efectivos, que permitan a los empleados recibir evaluaciones constructivas y oportunidades para mejorar constantemente. (Chiavenato,2006)

Chiavenato (2006), los cambios en la perspectiva de la gestión del personal dentro de las empresas han evolucionado con el tiempo. Actualmente, se les denomina y enfoca como áreas dedicadas a la Gestión del Talento Humano, aunque también se les conceptualiza en algunos casos como Potencial Humano o incluso como Capital Humano. Esta diversidad de términos se debe a que los empleados no tienen una vida útil limitada como los bienes materiales. Más bien, con el paso del tiempo, los trabajadores tienden a incrementar su valía y se convierten en un activo crucial para las empresas en el mercado. A medida que adquieren nuevas competencias innovadoras, su valor se incrementa considerablemente en comparación con su estado previo.

Una de las responsabilidades primordiales de las empresas radica en la gestión de su talento humano, un esfuerzo dirigido a fomentar la participación y el desarrollo eficaz de sus colaboradores, con el propósito de alcanzar de manera efectiva cada objetivo y meta establecida.

La gestión del talento humano se fundamenta en tres pilares esenciales que son vitales para cualquier empresa. En primer lugar, reconoce a cada colaborador como el recurso primordial de la organización, aportando una gama única de

competencias que los vuelven invaluable y distintivos para la empresa. Asimismo, cada empleado se considera el factor clave que impulsa el logro de metas y objetivos organizacionales; su ausencia podría representar un obstáculo significativo para el progreso y el cumplimiento de las metas empresariales. En resumen, destaca la importancia de considerar a todo el personal como socios esenciales de la organización, formando parte vital de la estrategia y siendo pilares fundamentales para el desarrollo óptimo de la empresa (Chiavenato, 2006).

De acuerdo con Alles (2006), la gestión del talento humano abarca todas las acciones relacionadas con la administración integral de los colaboradores o el personal. Estos procesos involucran las actividades desde la contratación del colaborador hasta su eventual salida de la empresa. Su objetivo primordial no se limita únicamente a la atracción del talento, sino que también se enfoca en su retención. Esto implica proporcionar oportunidades de desarrollo profesional, un equilibrio entre la vida laboral y personal, y un ambiente que fomente la innovación y la creatividad. Además, se centra en la creación de programas para el desarrollo de liderazgo que garanticen una transición efectiva en roles clave.

1.3.1.1. Talento humano

El enfoque de Chiavenato (2011) sobre el talento humano destaca su naturaleza como una combinación excepcional de habilidades, conocimientos y capacidades innatas y adquiridas por cada individuo. Más allá de la mera destreza técnica, engloba aptitudes cognitivas, emocionales y sociales que permiten un desempeño sobresaliente, una contribución significativa al entorno y un impacto destacado. En su esencia, el talento humano radica en la diversidad, pues cada persona aporta singularidad a través de experiencias, educación, personalidad y perspectivas únicas. Este talento es el motor de la innovación, el crecimiento y la adaptación empresarial a entornos cambiantes. Su gestión estratégica es esencial, implicando la identificación, desarrollo y retención de individuos adecuados para cumplir con los objetivos y la misión de la organización.

Según Chiavenato (2011), la efectiva gestión del talento humano va más allá de la mera contratación de individuos con habilidades destacadas; implica también

crear un entorno que fomente el crecimiento personal y profesional. Las políticas y prácticas relacionadas deben abogar por la equidad, la inclusión y el desarrollo continuo, generando un ambiente donde cada empleado pueda alcanzar su máximo potencial. El talento humano es el activo más valioso de cualquier empresa; la capacidad para atraer, retener y cultivar el talento adecuado impacta directamente en la habilidad de una organización para innovar, competir y adaptarse en un entorno empresarial en constante cambio. Es un recurso dinámico que requiere atención constante, estrategias de desarrollo y una gestión empática y sensible para alcanzar su pleno potencial

Chiavenato (2011), la gestión efectiva del talento humano se concentra en crear condiciones propicias para que los individuos se sientan comprometidos, motivados y empoderados. Esto no solo se traduce en el cumplimiento de metas empresariales, sino en la generación de un sentido de pertenencia y propósito que alimenta la satisfacción laboral y promueve un ambiente de trabajo saludable y productivo, el talento humano es la fuerza impulsora detrás del progreso organizacional y la clave para alcanzar la excelencia. Su comprensión y gestión adecuada permiten no solo el crecimiento de una empresa, sino también el desarrollo integral y el bienestar de las personas que la conforman. Es un recurso dinámico y multifacético que requiere atención estratégica y continua para maximizar su potencial y generar un impacto positivo a largo plazo.

Chiavenato (2011), argumenta que el talento se define como el conjunto único de habilidades o aptitudes que cada individuo desarrolla a lo largo de su vida. Estas habilidades adquiridas son singulares y pueden ser un factor distintivo cuando se aplican en el ámbito laboral. El término "talento" abarca habilidades obtenidas, conocimientos, capacidades y actitudes que permiten desempeñar una labor de manera exitosa, añadiendo un valor adicional principalmente a las empresas.

1.3.1.2. Importancia de la gestión del Talento Humano.

La gestión del talento humano es un pilar fundamental para el éxito y la perdurabilidad de toda organización. Su relevancia radica en su capacidad para

atraer, retener y desarrollar a los profesionales más destacados, generando un entorno que impulse tanto el crecimiento como la innovación. En primer lugar, una gestión efectiva del talento humano permite a las empresas identificar las habilidades y competencias necesarias para alcanzar sus objetivos estratégicos. Al entender las demandas del negocio, se pueden reclutar y seleccionar individuos con las capacidades apropiadas, asegurando una armonización entre las metas organizativas y las destrezas de su capital humano (Aspe 2008).

Igualmente, la gestión del talento humano desempeña un papel fundamental en el crecimiento continuo de los empleados. Facilita programas de capacitación, mentores y vías de progreso profesional que no solo mejoran habilidades técnicas, sino que también promueven un entorno de aprendizaje constante. Esto fomenta la motivación y el compromiso del equipo con la empresa. Además, esta gestión estratégica impacta directamente en la retención del talento. Proporcionar oportunidades de desarrollo, reconocimiento y un ambiente laboral positivo son elementos cruciales para que los empleados se sientan valorados y comprometidos, lo que a su vez reduce la rotación de personal y asegura la continuidad y estabilidad del equipo. (Aspe 2008)

La adecuada gestión del talento humano no solo impacta en el presente, sino que también prepara a la organización para el futuro. Al identificar y desarrollar líderes potenciales dentro de la empresa, se garantiza una sucesión fluida y efectiva, minimizando las brechas de liderazgo y asegurando la continuidad operativa y estratégica. Asimismo, esta gestión estratégica del talento contribuye a la construcción de una cultura organizacional sólida. Al promover valores, ética laboral y diversidad, se moldea un ambiente de trabajo inclusivo, colaborativo y motivador, que fortalece la identidad de la empresa y atrae a nuevos talentos alineados con sus principios. (Aspe 2008)

Otro aspecto fundamental es la mejora del rendimiento empresarial. Una gestión eficiente del talento humano permite asignar roles acordes a las habilidades de los empleados, lo que incrementa la productividad y la eficiencia en todas las áreas de la organización, maximizando así los resultados y la competitividad en el

mercado. La gestión del talento humano, por último, impulsa la innovación y la creatividad dentro de la empresa. Al valorar y aprovechar la diversidad de habilidades y perspectivas, se generan equipos multidisciplinarios que fomentan la generación de nuevas ideas, soluciones y enfoques, impulsando la diferenciación y la evolución constante de la organización.

La gestión del talento humano en una empresa es clave para el crecimiento continuo de los colaboradores en términos de conocimientos, habilidades y comportamientos. La capacidad de mejorar las competencias laborales está intrínsecamente relacionada con los estímulos que la empresa pueda brindar o fomentar a lo largo del tiempo (Aspe, 2008).

López (2009) resalta la importancia esencial de la gestión del talento humano en las organizaciones, enfocándose en la necesidad crítica de implementar estrategias motivacionales y programas de capacitación. Estos programas buscan potenciar las habilidades de los empleados durante su desarrollo laboral. Asimismo, destaca la gran relevancia de este enfoque en las empresas, ya que el departamento de recursos humanos se esfuerza por proporcionar un entorno laboral óptimo para el crecimiento del personal. Esto implica una fuerte orientación hacia la interacción y la comunicación efectiva entre distintos grupos de empleados, orientados a lograr los objetivos empresariales.

1.3.1.3. Objetivos de la gestión del Talento Humano

Los objetivos de la gestión del talento humano sirven como pilares estratégicos que orientan las políticas y acciones dentro de una organización, buscando optimizar el rendimiento, desarrollo y bienestar de su capital humano. Estos objetivos están diseñados para promover un entorno laboral que incentive el crecimiento personal y profesional de los empleados, alineado con las metas y la visión a largo plazo de la empresa (Calderón, 2011).

El reclutamiento y la selección de talento representan un objetivo primordial. Se trata de atraer a individuos altamente capacitados y adecuados para roles específicos, considerando no solo habilidades técnicas, sino también valores,

cultura y su alineación con la visión y misión de la organización. Este objetivo sienta las bases para contar con un equipo diverso y sólido que se identifique con la esencia de la empresa (Calderón, 2011).

Otro objetivo crucial es el desarrollo y la capacitación continua. Este enfoque implica ofrecer oportunidades de aprendizaje y crecimiento que permitan a los empleados adquirir nuevas habilidades, mejorar su desempeño y adaptarse a los cambios en el mercado y la industria. Este proceso de desarrollo no solo beneficia a los individuos en su crecimiento profesional, sino que también fortalece la competitividad y la agilidad de la empresa en su conjunto, impulsando su evolución y capacidad para enfrentar desafíos cambiantes. (Calderón, 2011)

La retención del talento es otro objetivo crucial. Se enfoca en crear un entorno laboral favorable, ofreciendo incentivos, reconocimiento y oportunidades de crecimiento que mantengan motivados y comprometidos a los empleados clave. Esto reduce la rotación de personal, asegurando la continuidad y estabilidad en los equipos de trabajo. La creación de líderes y sucesores es también un objetivo fundamental. Se busca identificar, desarrollar y promover líderes dentro de la organización, asegurando una transición fluida en roles directivos y garantizando la continuidad operativa y estratégica, así como la multiplicación del liderazgo en todos los niveles. (Calderón, 2011)

La gestión del desempeño y la retroalimentación efectiva son otros objetivos relevantes. Se busca establecer mecanismos para evaluar el rendimiento de los empleados de manera justa y transparente, proporcionando retroalimentación que les permita crecer y mejorar en sus funciones, alineándose con los objetivos organizacionales. La promoción de una cultura inclusiva y de diversidad es un objetivo clave. Busca crear un ambiente donde todas las voces sean valoradas, respetadas y celebradas, lo que no solo enriquece la perspectiva de la empresa, sino que también fortalece la cohesión y el sentido de pertenencia de los equipos. Alinear los objetivos individuales con los de la organización es otro objetivo esencial. Se busca establecer una conexión directa entre las metas personales de

los empleados y los objetivos estratégicos de la empresa, fomentando así la sinergia y el compromiso hacia un propósito común. (Calderón, 2011)

Calderón (2011) resalta que la gestión del talento humano se orienta a cultivar, renovar y potenciar una diversidad de habilidades dentro del equipo laboral, consolidando así el logro de las metas corporativas.

Por otro lado, Chiavenato (2006) destaca que la piedra angular de la gestión del talento humano radica en administrar eficazmente los recursos humanos para alcanzar los objetivos corporativos. Esto implica asegurar tanto la satisfacción como el rendimiento óptimo de los empleados. Este enfoque se materializa en una fusión cohesionada entre la estructura organizativa y las estrategias institucionales, promoviendo así una sinergia efectiva entre el equipo humano y los objetivos empresariales.

En cuanto al desarrollo individual de los colaboradores, el objetivo primordial radica en fomentar el avance personal y profesional de los empleados en diversas áreas y departamentos. Esta iniciativa busca fortalecer y ampliar las competencias laborales de los colaboradores para impulsar su eficiencia, efectividad y competitividad en el ámbito empresarial.

La importancia de la gestión del talento humano radica en una serie de objetivos fundamentales que sustentan su relevancia dentro de una organización:

Alcanzar metas institucionales: Orientar el talento humano hacia los objetivos empresariales, asegurando que las habilidades individuales y colectivas estén alineadas con la misión y visión de la empresa.

Reclutar talento cualificado: Identificar y contratar colaboradores que posean las capacidades y competencias necesarias para contribuir significativamente al logro de las metas corporativas.

Priorizar la satisfacción y desarrollo del personal: Mantener el bienestar laboral, promoviendo el desarrollo profesional y personal de los empleados, lo que a su vez fortalece su compromiso y lealtad hacia la organización.

Fomentar un entorno laboral saludable: Establecer estándares que mejoren la calidad de vida en el trabajo, creando condiciones que promuevan la motivación, el crecimiento y la productividad del equipo.

1.3.1.4. Procesos de la gestión del talento humano

Chiavenato (2011) La gestión del talento humano se refiere a un conjunto de prácticas, estrategias y procesos diseñados para administrar de manera integral y efectiva el capital humano dentro de una organización. Este enfoque no se limita únicamente a reclutar y seleccionar personal, sino que abarca un espectro más amplio que involucra la planificación estratégica de los recursos humanos, el desarrollo de habilidades, la retención del talento, la evaluación del desempeño y la creación de un entorno laboral propicio para el crecimiento y el bienestar de los empleados. En esencia, la gestión del talento humano busca identificar, desarrollar y aprovechar al máximo las habilidades, conocimientos y capacidades individuales de los empleados para alinearlos con los objetivos y metas de la organización. Esto implica no solo reclutar a individuos con las competencias necesarias, sino también proporcionarles oportunidades de crecimiento, fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y colaborativo, ofrecer programas de capacitación y desarrollo, así como reconocer y premiar el desempeño excepcional. La gestión del talento humano no solo se enfoca en el presente, sino que proyecta una mirada hacia el futuro, anticipando las necesidades de la empresa y cultivando un ambiente donde el talento pueda florecer y contribuir de manera significativa al éxito organizacional.

Chiavenato (2011), compensación y Beneficios: Se establecen políticas de compensación justas que incluyen salarios, incentivos y beneficios. Esto se hace con el objetivo de motivar y retener a los empleados, reconociendo su desempeño y contribución a la organización. Retención de Talentos: Se implementan estrategias para mantener a los empleados clave y evitar la rotación de personal. Esto puede incluir programas de bienestar, oportunidades de crecimiento

profesional, un buen clima laboral y programas de reconocimiento. Planificación de Carrera: Se ofrecen planes de desarrollo de carrera para los empleados, mostrando un camino claro para su crecimiento dentro de la organización y alineando sus objetivos personales con los objetivos de la empresa. Estos procesos, llevados a cabo de manera planificada y estructurada, conforman la gestión del talento humano y buscan optimizar el capital humano para lograr los objetivos y el éxito a largo plazo de la organización: La gestión del talento humano no se limita únicamente al ámbito interno de una empresa, sino que también considera la adaptación a un entorno laboral en constante cambio. Implica la creación de estrategias para atraer y retener talento, así como para impulsar la diversidad e inclusión en el lugar de trabajo. Esta gestión se enfoca en el desarrollo de líderes capacitados que no solo guíen equipos, sino que también promuevan una cultura organizacional basada en valores éticos, innovación y adaptabilidad, fundamentales para enfrentar los desafíos presentes y venideros en el mundo empresarial

Admisión de personas

La administración de personas es un enfoque estratégico que busca gestionar de manera integral y efectiva el recurso humano dentro de una organización. No se limita únicamente a la gestión operativa y funcional del personal, sino que abarca un espectro más amplio que involucra la planificación, organización, dirección y control de las actividades relacionadas con el capital humano. Este enfoque implica la implementación de políticas, procedimientos y prácticas que buscan optimizar el desempeño individual y colectivo de los colaboradores, alineándolos con los objetivos y metas de la empresa.

En su esencia, la administración de personas se centra en aspectos clave como la selección y reclutamiento de talento, la capacitación y desarrollo profesional, la evaluación del desempeño, la compensación y beneficios, así como la creación de un ambiente laboral propicio para el crecimiento, la motivación y la retención del talento humano. No se trata únicamente de supervisar las tareas y funciones de los empleados, sino de diseñar estrategias para potenciar sus habilidades, promover un clima laboral saludable, fomentar la colaboración y el trabajo en equipo, y

adaptarse a los cambios constantes del entorno laboral y tecnológico para impulsar la competitividad y el éxito organizacional:

Reclutamiento de personas.

En la etapa inicial de este proceso, tal como describe Alles (2010), la empresa implementa una serie de procedimientos y estrategias para identificar a los candidatos más idóneos que se ajusten a las necesidades del puesto dentro de la organización. Durante esta fase, se enfocan en actividades y procesos destinados a asegurar una selección justa y adecuada de candidatos que cumplan con los requisitos laborales establecidos por la empresa. Estas medidas tienen como objetivo garantizar una identificación imparcial y una selección equitativa de las personas más capacitadas para el rol. El reclutamiento de personas es el proceso estratégico mediante el cual una organización busca atraer, identificar y seleccionar candidatos calificados y aptos para ocupar posiciones dentro de la empresa. Este proceso no se limita simplemente a la divulgación de vacantes, sino que implica la definición clara de perfiles, la exploración de diferentes fuentes de reclutamiento (como redes profesionales, plataformas digitales, ferias laborales, entre otros), y la evaluación minuciosa de las habilidades y competencias de los postulantes. Este enfoque de reclutamiento persigue la captación de talento que no solo posea las habilidades técnicas requeridas para el puesto, sino también valores y cultura afines a los principios de la empresa. Busca establecer vínculos sólidos entre los objetivos individuales del candidato y las metas organizacionales, a fin de asegurar una integración efectiva y una contribución significativa al desarrollo corporativo. El reclutamiento, por tanto, constituye el primer paso para nutrir el capital humano de la empresa y es crucial para la conformación de equipos sólidos y orientados hacia el logro de los objetivos empresariales

El objetivo principal del reclutamiento es garantizar que la empresa atraiga a un número suficiente de candidatos interesados en postularse para las oportunidades laborales disponibles. Esto implica atraer y reunir a individuos idóneos para participar en los procesos de selección que ofrece la empresa para sus vacantes. En esencia, el reclutamiento se enfoca en convocar y reunir a un

grupo específico de personas para que puedan involucrarse en las ofertas de empleo presentadas por la empresa.

Alles (2010) describe esta etapa inicial, conocida como reclutamiento, que se activa dentro de la empresa cuando surge la necesidad de un nuevo empleo. La organización inicia la búsqueda de candidatos que cumplan con los requisitos necesarios para ocupar esos puestos vacantes. Si no se encuentran candidatos adecuados internamente, se procede con un reclutamiento externo, que comienza con la publicación de anuncios en periódicos de amplia circulación para llegar a un público diverso y extenso.

Selección de personal

En esta etapa inicial del proceso de selección, según lo expuesto por Alles (2010), se llevan a cabo una serie de evaluaciones y procedimientos psicológicos. Estos métodos buscan asegurar que la contratación de personal se realice de manera precisa y efectiva, con candidatos que se ajusten adecuadamente a las necesidades y cultura de la empresa. Es un período donde se recolecta información detallada sobre las características, habilidades y aptitudes de todos los participantes, lo que contribuye significativamente a la toma de decisiones informadas al momento de la contratación. La selección de personal es un proceso estratégico dentro de la gestión de recursos humanos que consiste en identificar, evaluar y elegir a los candidatos más idóneos para ocupar determinadas posiciones en una organización. Este procedimiento va más allá de la simple elección basada en la experiencia o habilidades técnicas, involucrando una evaluación integral de las competencias, valores, actitudes y potencial de cada candidato en relación con los requerimientos del puesto y la cultura organizacional.

Este proceso se apoya en técnicas y herramientas como entrevistas estructuradas, pruebas psicométricas, evaluaciones de habilidades y referencias laborales, con el fin de realizar una selección precisa y objetiva. Busca garantizar que los individuos seleccionados no solo cumplan con los requisitos técnicos del cargo, sino que también se integren adecuadamente con el equipo de trabajo y contribuyan al alcance de los objetivos corporativos. Una selección acertada no solo asegura la

idoneidad del personal, sino que también fomenta un clima laboral propicio para el crecimiento y la eficacia organizacional

Aplicación de personas

La fase que sigue a la contratación se enfoca en la integración de los empleados, donde se les brinda orientación a los nuevos colaboradores para que comprendan detalladamente sus responsabilidades, tareas y los procedimientos necesarios para desempeñar sus roles de manera eficaz dentro de la empresa. Este período no solo marca la bienvenida oficial, sino también la presentación al equipo de trabajo y a las dinámicas operativas de la compañía.

Durante este proceso, se sumerge a los recién llegados en la cultura organizacional, transmitiéndoles, tanto de manera verbal como documentada, la misión, visión y la estructura jerárquica existente en la empresa. Se les proporciona información sobre las vías de comunicación, la estructura de autoridad, las pautas de convivencia y las políticas internas que rigen dentro de la organización. Este proceso tiene como objetivo fundamental que cada nuevo integrante comprenda y se adapte a la cultura corporativa, sintiéndose parte integral de la empresa y alineado con sus valores y objetivos:

El diseño de cargos

El diseño de cargos es un proceso integral que abarca todas las actividades y procedimientos destinados a definir de manera precisa las características y requisitos de cada posición dentro del entorno laboral. Este proceso va más allá de una simple descripción, implica:

Especificar detalladamente las tareas y responsabilidades que los empleados llevarán a cabo, detallando cada actividad que forma parte de su labor diaria.

Desarrollar y detallar los métodos y procedimientos para ejecutar cada tarea asignada, brindando una descripción minuciosa de las funciones, los pasos necesarios y los estándares de calidad requeridos.

Establecer las estructuras de supervisión y definir el flujo de reportes, indicando claramente las jerarquías, canales de comunicación y la manera en que se organiza la relación entre distintos niveles y áreas dentro de la empresa.

Definir las directrices técnicas y las competencias específicas fundamentales para un puesto de trabajo implica identificar los conocimientos técnicos, habilidades y capacidades necesarios para ejecutar con éxito las responsabilidades asignadas.

El diseño de cargos es el proceso estratégico mediante el cual se definen y estructuran las responsabilidades, tareas, autoridad y condiciones laborales asociadas a un puesto específico dentro de una organización. Este procedimiento implica la identificación y análisis detallado de las funciones, objetivos y requerimientos que conforman un cargo, con el propósito de establecer una descripción clara y completa de las labores a desempeñar. Este diseño no solo delinea las responsabilidades del puesto, sino que también establece los niveles de autoridad, las habilidades necesarias, los límites de toma de decisiones y las relaciones interdepartamentales pertinentes. Busca optimizar la eficiencia y productividad, asegurando una distribución equitativa y coherente de las tareas entre los distintos empleados de la organización. Además, el diseño de cargos influye en la motivación y satisfacción laboral al definir claramente las expectativas y contribuir a la alineación de las habilidades y capacidades de los empleados con los objetivos de la empresa

Compensación de personas

La satisfacción y motivación de los empleados abarcan una serie de medidas y estrategias esenciales para garantizar su bienestar y rendimiento óptimo en el entorno laboral. La motivación, en su dimensión externa, comprende aspectos tangibles como salarios competitivos, beneficios complementarios y compensaciones adicionales. Estos elementos no solo representan un reconocimiento monetario por el trabajo realizado, sino que también funcionan como herramientas para impulsar el compromiso y la dedicación de los colaboradores hacia los objetivos y metas de la organización. La compensación de personas se refiere al conjunto de estrategias, políticas y prácticas que una organización emplea para retribuir económicamente a sus empleados por su

trabajo, habilidades y contribución al logro de los objetivos empresariales. Esta compensación va más allá del salario base e incluye elementos como bonificaciones, incentivos, beneficios, planes de seguro, oportunidades de desarrollo profesional, entre otros.

El objetivo principal de la compensación es atraer y retener talento, motivar el desempeño excepcional y garantizar la equidad interna y externa en términos de remuneración. Esto implica evaluar y estructurar las retribuciones de manera justa y competitiva, teniendo en cuenta factores como la experiencia, habilidades, responsabilidades del puesto y las condiciones del mercado laboral. La compensación no solo se enfoca en lo monetario, sino también en aspectos intangibles como el reconocimiento, el equilibrio entre vida laboral y personal, y el ambiente laboral, elementos fundamentales para la satisfacción y compromiso de los empleados

Remuneración

La compensación, como destaca Dessler (2009), abarca todas las formas de retribuir a los empleados por su esfuerzo laboral, ya sea en efectivo o a través de otros métodos valorados. Los derechos laborales establecidos legalmente garantizan que todos los trabajadores reciban una remuneración justa por los servicios que prestan. Esta compensación puede manifestarse en diferentes intervalos temporales, como pagos mensuales, quincenales, semanales o diarios, proporcionando así un reconocimiento justo y apropiado por su contribución al desarrollo y éxito de la empresa. Las remuneraciones se refieren al conjunto de pagos y retribuciones que una empresa otorga a sus empleados como compensación por su trabajo y contribución dentro de la organización. Estas remuneraciones pueden comprender salarios base, bonificaciones, comisiones, beneficios sociales, compensaciones por horas extras, entre otros componentes monetarios y no monetarios.

El concepto de remuneraciones abarca la estructuración y gestión de los pagos que los empleados reciben por su labor, considerando aspectos como la equidad interna (garantizando que exista una justa distribución salarial entre los

empleados de una misma organización según sus responsabilidades y competencias) y la competitividad externa (ajustando los salarios para ser competitivos en el mercado laboral y atraer y retener talento). Además, las remuneraciones suelen ser revisadas y ajustadas periódicamente para mantenerse actualizadas y alineadas con los cambios en la economía y el entorno laboral

Programa de incentivos

Los programas de incentivos, según Dessler (2009), representan una serie de estrategias específicas diseñadas para mejorar la motivación y, en consecuencia, la satisfacción laboral de los empleados. Estos programas consisten principalmente en ofrecer beneficios no monetarios, como seguros, vacaciones remuneradas, oportunidades de viaje, programas de formación, descuentos y otras ventajas similares. Los programas de incentivos son estrategias diseñadas por las empresas para estimular y motivar a sus empleados más allá de la compensación económica tradicional. Estos programas pueden incluir bonificaciones financieras, premios, reconocimientos, beneficios adicionales o cualquier otra recompensa que motive y reconozca el desempeño excepcional o el logro de metas específicas.

La finalidad de estos programas es alinear los objetivos individuales de los empleados con los objetivos de la empresa, fomentando así la productividad, el compromiso y la lealtad. Pueden ser diseñados de manera individual, grupal o departamental, y se enfocan en establecer metas claras y alcanzables, proporcionando incentivos tangibles que recompensen el esfuerzo y el rendimiento extraordinario. Estos programas no solo impulsan el desempeño laboral, sino que también contribuyen a crear un ambiente de trabajo positivo y colaborativo, promoviendo la cohesión del equipo y el logro de resultados sobresalientes

Más allá de su objetivo principal de aumentar la motivación, estos programas también tienen como propósito fundamental fomentar la retención y el compromiso de los colaboradores dentro de la empresa. Esta estrategia busca crear vínculos más sólidos entre los empleados y la organización, promoviendo así la lealtad y contribuyendo a mantener altos niveles de retención de personal.

. Desarrollo de personas

Según Alles (2010), este proceso de capacitación implica una serie de actividades fundamentales destinadas a equipar a los empleados con habilidades, destrezas y conocimientos completamente nuevos que sean aplicables en su día a día laboral. La esencia radica en proporcionar información vital y necesaria para que puedan cumplir eficazmente con cada función dentro de la organización. El desarrollo de personas se refiere al conjunto de acciones, programas y estrategias que una organización implementa para potenciar las habilidades, conocimientos y capacidades de sus empleados. Este proceso va más allá de la capacitación técnica y abarca actividades orientadas al crecimiento personal, profesional y la mejora continua. Estos programas de desarrollo pueden incluir cursos de formación, mentorías, programas de liderazgo, coaching individualizado, asignación de proyectos desafiantes, entre otros recursos que promuevan el aprendizaje y la adquisición de habilidades relevantes para el desarrollo profesional. La finalidad es maximizar el potencial de los empleados, prepararlos para asumir roles más complejos o de mayor responsabilidad y mantenerlos actualizados en un entorno laboral en constante evolución. El desarrollo de personas es esencial para incrementar la satisfacción laboral, fomentar la retención del talento y asegurar que la organización cuente con profesionales competentes y comprometidos con los objetivos corporativos

Más allá de impartir conocimientos, esta fase equipa a los trabajadores con las herramientas esenciales para desempeñar roles colaborativos en la estructura jerárquica de la empresa. Les permite no solo comprender su posición en la organización, sino también entender cómo interactuar eficazmente en los distintos niveles establecidos.

Capacitación de personal.

Chiavenato (2006) destaca que la capacitación es un conjunto de procesos educativos arraigados en la dinámica de la organización, dirigidos a equipar al personal con nuevos conocimientos y mejorar su rendimiento laboral de manera significativa. Este enfoque educativo se considera una experiencia transformadora que incide de manera duradera en las tareas asignadas y en la mejora continua de

las habilidades profesionales. La capacitación del personal se refiere al proceso integral de formación y desarrollo de habilidades, conocimientos y competencias específicas dentro de un entorno laboral o profesional. La capacitación de personal es un proceso planificado y sistemático que busca mejorar y actualizar las habilidades, conocimientos y competencias de los empleados dentro de una organización. Este proceso se orienta a fortalecer las capacidades técnicas, operativas o comportamentales de los trabajadores, con el propósito de mejorar su desempeño y contribución al logro de los objetivos de la empresa. Estos programas de capacitación pueden abarcar diversas áreas, desde formación en tecnología y herramientas específicas hasta habilidades de comunicación, liderazgo o trabajo en equipo. Se implementan a través de cursos, talleres, seminarios, coaching o programas de aprendizaje en línea, adaptados a las necesidades individuales y organizacionales. La capacitación no solo beneficia a los empleados al mejorar sus habilidades y competencias, sino que también tiene un impacto positivo en la productividad, la innovación y la adaptabilidad de la empresa ante cambios en el entorno laboral y tecnológico

Esta capacitación se enfoca en fortalecer las capacidades individuales y colectivas del equipo, brindándoles las herramientas necesarias para desempeñar eficazmente sus roles y responsabilidades dentro de la organización. Este proceso se lleva a cabo mediante programas, sesiones de aprendizaje, talleres o actividades diseñadas para mejorar el rendimiento, la productividad y el crecimiento profesional, adaptándose a las necesidades y objetivos particulares de la empresa o institución

Los objetivos esenciales de la capacitación de los colaboradores abordan diferentes aspectos fundamentales:

Favorecer la adquisición de nuevos conocimientos y habilidades en el personal, permitiéndoles adaptarse a un mercado laboral dinámico y en constante evolución. Estimular la innovación en los procesos de trabajo diario, buscando activamente mejoras continuas en la eficiencia operativa y la calidad de los productos o servicios ofrecidos.

Aumentar los niveles de satisfacción tanto de los clientes internos como externos, asegurando la prestación de un servicio de calidad y generando experiencias

positivas para todas las partes involucradas.

Impulsar el desarrollo y fortalecimiento de competencias laborales específicas que contribuyan directamente al logro de los objetivos estratégicos y organizacionales, asegurando un desempeño efectivo y alineado con las metas de la empresa.

Mantenimiento de personas

Chiavenato (2006) destaca que el término "satisfacción laboral" abarca una serie de acciones y políticas destinadas a mejorar y mantener niveles óptimos de bienestar y compromiso entre el personal de una empresa. Implica proporcionar un entorno propicio que contribuya a una mejor calidad de vida laboral y promueva un alto grado de compromiso hacia la organización.

Estas acciones no se limitan únicamente a aspectos físicos o salariales, sino que también involucran la creación de ambientes psicológicamente seguros y socialmente inclusivos. El objetivo es cultivar altos niveles de lealtad y satisfacción en cada colaborador, incentivando su arraigo y compromiso con la empresa.

Hoy en día, las compañías valoran no solo la contratación de empleados altamente cualificados, sino también la adopción de estrategias sólidas para mantener a su personal en la organización. Este enfoque se fundamenta en la creación de programas y políticas orientados a promover la satisfacción laboral y el compromiso, dos pilares fundamentales para el crecimiento y la estabilidad a largo plazo de la empresa.

Relaciones adecuadas con los empleados

Chiavenato (2006) resalta la necesidad fundamental de las empresas de establecer políticas y medidas que promuevan relaciones sociales sólidas y saludables entre sus empleados. Estos esfuerzos están dirigidos a crear un entorno laboral propicio que no solo fomente la cohesión entre los colaboradores, sino que también contribuya significativamente al logro de los objetivos corporativos y al bienestar general dentro de la organización.

Higiene Laboral

El concepto abordado por Chiavenato (2006) se centra en la infraestructura y el contexto físico proporcionado por la empresa para llevar a cabo las actividades laborales cotidianas. Estos elementos incluyen no solo el mobiliario, sino también aspectos como el nivel de ruido, la ergonomía de los espacios, la calidad del aire, la iluminación y los equipos que los trabajadores utilizan en su día a día.

Un entorno laboral adecuado no solo se limita a estos aspectos físicos, sino que también contribuye de manera significativa a la eficiencia y productividad del colaborador. Proporciona las condiciones óptimas para el desempeño efectivo de las tareas, lo que incide directamente en el logro exitoso de los objetivos planteados por la organización. Además, un entorno bien adaptado puede fomentar la comodidad y el bienestar de los empleados, lo que, a su vez, puede impactar positivamente en su rendimiento y motivación en el trabajo.

Evaluación de personas

Chiavenato (2006) resalta la evaluación de personas como un elemento fundamental en la administración del talento humano. Esta metodología se focaliza en analizar y apreciar el rendimiento, competencias, habilidades y rasgos individuales dentro de una organización. Se trata de un proceso continuo y sistemático diseñado para medir el progreso y desarrollo de los empleados, asegurando su consonancia con los valores y metas esenciales de la empresa.

En primer lugar, esta evaluación ofrece una visión detallada de las fortalezas y áreas de mejora en el desempeño de los empleados. Se utilizan métodos diversos, como revisiones de desempeño, retroalimentación continua, evaluaciones 360 grados y pruebas específicas, para obtener una comprensión completa del rendimiento individual (Chiavenato, 2006).

La evaluación de personas no solo guía las decisiones estratégicas en el desarrollo profesional y la asignación de responsabilidades, sino que también permite identificar capacidades individuales y potencial en cada empleado. Este enfoque facilita la creación de planes de capacitación adaptados a las necesidades específicas de cada individuo y ayuda a definir oportunidades de ascenso y

promoción dentro de la empresa. Esta evaluación aporta información esencial para gestionar el talento y fomentar el crecimiento de los colaboradores alineado con los objetivos organizacionales (Chiavenato,2006)

Otro aspecto crucial es su papel en el establecimiento de objetivos y metas realistas y alcanzables. A través de este proceso, se pueden establecer expectativas claras para cada empleado, alineadas con las metas organizacionales, lo que fomenta la motivación, el compromiso y la productividad en el trabajo. (Chiavenato,2006)

1.3.2. Satisfacción del usuario

Kotler y Armstrong (2003) plantean que la satisfacción del usuario es el resultado emocional que surge tras la interacción con un producto o servicio de una empresa. Este estado se forma al contrastar las expectativas del usuario con el rendimiento real del producto o servicio. La satisfacción se logra cuando las expectativas se cumplen o superan, mientras que la insatisfacción surge si existe una discrepancia entre lo esperado y lo recibido.

En el ámbito de recursos humanos, la satisfacción del usuario se vincula con el bienestar y la experiencia positiva de los empleados en una organización. Va más allá de una simple sensación de felicidad y se relaciona con el nivel en que las necesidades, expectativas y deseos de los colaboradores son atendidos por la empresa. Esto implica la creación de un entorno laboral que no solo sea gratificante, sino también motivador, alineado con las expectativas y capaz de superar las necesidades de los empleados. (Kotler y Armstrong, 2003)

La satisfacción en el entorno laboral es el fruto de una red compleja de influencias entrelazadas. Elementos como la cultura corporativa, el entorno laboral, el reconocimiento, las oportunidades de desarrollo y una remuneración justa, entre otros factores, contribuyen a este equilibrio (según Kotler y Armstrong, 2003).

Además, el sentido de pertenencia y el vínculo emocional que los empleados cultivan con la empresa también moldean su satisfacción. Al fomentar la confianza,

la inclusión y la colaboración, se fortalece este lazo emocional, repercutiendo positivamente en el compromiso y la satisfacción del personal (según Kotler y Armstrong, 2003).

Castillo (2005) señala que la satisfacción proviene de la evaluación que los usuarios realizan del servicio, en función de cómo este satisface sus necesidades y expectativas. Por el contrario, la insatisfacción surge cuando el servicio no alcanza las expectativas previas. Esta perspectiva resalta la estrecha relación entre la percepción, la evaluación de los servicios y su impacto en la satisfacción o insatisfacción del usuario.

La evaluación del cliente juega un papel crucial en la determinación de la calidad percibida de un producto o servicio, lo cual directamente influye en su nivel de satisfacción. Esta satisfacción suele asociarse con emociones positivas surgidas tras la adquisición de un producto o la experiencia con un servicio. Se construye a partir de la comparación entre las expectativas iniciales del cliente y las necesidades efectivamente cubiertas por el producto o servicio adquirido. En síntesis, la satisfacción del usuario se forja mediante la evaluación subjetiva de cómo se alinean sus expectativas con la realidad de lo recibido.

1.3.2.1. Beneficios de lograr la satisfacción del usuario

Kotler y Armstrong (2003), Los beneficios derivados de la satisfacción del cliente son múltiples y fundamentales para el crecimiento y la estabilidad de cualquier empresa. Un cliente satisfecho no solo regresa, sino que se convierte en un defensor leal de la marca, generando así una publicidad positiva y orgánica a través del boca a boca. Este tipo de recomendaciones son valiosas ya que pueden atraer nuevos clientes potenciales. Además, un cliente contento tiende a adquirir más productos o servicios, lo que aumenta las ventas y, a su vez, la rentabilidad de la empresa. La fidelidad del cliente también es un beneficio clave, ya que un cliente satisfecho es más propenso a permanecer con la marca a largo plazo, reduciendo así la tasa de rotación y los costos asociados con la adquisición de nuevos clientes. Por último, la satisfacción del cliente contribuye a la reputación y credibilidad de la empresa en el mercado, lo que puede diferenciarla positivamente de la

competencia y fortalecer su posición dentro de la industria.

Primer beneficio: Intención de volver a comprar

Un consumidor alcanza un alto nivel de satisfacción con un producto o servicio, es probable que desarrolle una intención continua de compra. Esta intención se origina en la experiencia positiva que ha tenido con la entidad, lo que genera una preferencia por esa marca o empresa. Además, la satisfacción puede convertirse en un factor determinante para la lealtad del cliente, llevándolo a buscar nuevamente los productos o servicios ofrecidos por esa entidad en lugar de optar por alternativas en el mercado.

Segundo beneficio: Comunicación boca a boca

Cuando un cliente experimenta completa satisfacción con un producto o servicio de una empresa, se convierte en un embajador gratuito de la marca. Esta situación genera un efecto de boca a boca positivo, promoviendo la entidad de forma orgánica y sin costo alguno. Según estudios, se ha constatado que un cliente satisfecho podría recomendar la entidad a alrededor de 10 personas de su círculo cercano, mientras que uno insatisfecho podría expresar sus opiniones negativas a entre 30 y 40 individuos de su entorno.

Tercer beneficio: Fidelización

La satisfacción del usuario surge cuando las expectativas y necesidades de este se ven plenamente cumplidas por los productos o servicios proporcionados por una empresa. Esto implica que el cliente logra obtener exactamente lo que busca y satisfacer sus requerimientos gracias a la calidad y eficiencia de lo ofrecido. Esta experiencia positiva no solo fomenta la fidelidad del cliente, sino que también incrementa la probabilidad de compras futuras de manera continua y duradera.

Factores que componen la satisfacción del usuario

Kotler (2009) enfatiza las dimensiones que afectan a la satisfacción:

El Rendimiento Percibido: está intrínsecamente ligado al comportamiento del consumidor y a su experiencia de compra. Es esencialmente el valor obtenido por

el cliente una vez que ha adquirido un producto o servicio. Sin embargo, este rendimiento percibido no es estático, ya que se moldea según el entorno sociocultural de la persona. Algunas de sus características primordiales incluyen:

El rendimiento percibido se ve influenciado por las opiniones y comentarios de otros individuos, ya sean conocidos o grupos de interés en el entorno del consumidor. Estas percepciones externas pueden impactar tanto positiva como negativamente en la percepción de rendimiento del consumidor.

Las Expectativas: este concepto es fundamental según Kotler y Armstrong (2003). Las expectativas se definen como las proyecciones que los consumidores tienen sobre lo que esperan encontrar o experimentar al adquirir un producto o servicio. Estas expectativas están estrechamente ligadas a las promesas que la organización hace en relación con los beneficios ofrecidos al comercializar un bien o servicio específico. Además, estas expectativas tienen un impacto directo en la percepción del consumidor acerca de la calidad y el valor del producto o servicio en cuestión (Kotler y Armstrong, 2003)

Los clientes, en su búsqueda de valor en las compras anteriores, no solo se basan en sus propias experiencias, sino también en las opiniones de sus círculos cercanos: familiares, amigos y conocidos. Esta red de influencias puede moldear sus expectativas y percepciones sobre los productos o servicios. Además, la competencia puede plantear promesas tentadoras que despierten el interés del consumidor.

La organización juega un papel crucial al establecer expectativas. Es un equilibrio delicado: fijar expectativas demasiado bajas puede limitar la atracción de nuevos clientes, mientras que expectativas excesivamente altas pueden conducir a una decepción posterior a la adquisición del producto o servicio.

Un punto clave radica en que la insatisfacción de los clientes no siempre refleja una merma en la calidad del producto o servicio. En ocasiones, esta insatisfacción surge debido al incremento en las expectativas individuales de los consumidores. Este

fenómeno está intrínsecamente ligado al ámbito de la mercadotecnia y resalta la importancia de manejar las expectativas de manera estratégica (Kotler y Armstrong, 2003, p. 190).

Niveles de satisfacción

Kotler y Armstrong (2003) destacan la existencia de tres niveles distintos de satisfacción que experimentan los clientes tras consumir un producto o servicio específico. Estos niveles reflejan las diferentes formas en que los consumidores pueden percibir su experiencia:

Insatisfacción: Se hace evidente cuando lo que el cliente experimenta no coincide con lo que esperaba o anticipaba. Esta situación se presenta cuando la experiencia o percepción del cliente no alcanza el nivel de satisfacción que había imaginado o esperado inicialmente

Satisfacción: Se llega a este nivel cuando el producto o servicio no solo satisface plenamente las necesidades del cliente, sino que también supera las expectativas que tenía al momento de adquirirlo.

Complacencia: Este fenómeno se manifiesta cuando lo experimentado por el usuario supera significativamente lo que esperaba recibir.

1.4. Formulación del problema

¿Cuál es el grado de relación que existe entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022?

1.5. Justificación e importancia del estudio

1.6. Hipótesis

H1: Si existe relación entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022.

H0: No existe relación entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022.

1.7. Objetivos

1.7.1 Objetivo general

establecer el nivel de correlación entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022.

1.7.2. Objetivos específicos

Evaluar el nivel de implementación de la gestión del talento humano en Garage Clínica Automotriz.

Medir el nivel de satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz.

Analizar las interrelaciones entre las distintas dimensiones de la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios en la empresa.

CAPÍTULO II: MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

La metodología del estudio se basó en una investigación correlacional. Según Hernández et al. (2010), este enfoque investigativo se centra en explorar las interrelaciones entre múltiples dimensiones o niveles de una o más variables específicas dentro de un mismo grupo poblacional. Esta perspectiva permite identificar conexiones y patrones entre elementos clave, proporcionando un panorama más amplio de las dinámicas presentes en la población estudiada.

Diseño de la investigación

La investigación en este caso se apoyó en un diseño no experimental. Esta metodología implica observar y analizar tanto la variable independiente como la dependiente sin intervenir o manipularlas, durante un período específico. De acuerdo con Hernández et al. (2010), este tipo de investigación no experimental se enfoca en el desarrollo natural de los fenómenos o variables estudiadas en su entorno real, permitiendo luego un análisis detallado de los mismos. Este enfoque busca comprender cómo se comportan las variables en su contexto natural, sin alterar sus condiciones normales.

2.2. Población y muestra

Ñaupas et al. (2013) subrayan que el concepto de población abarca a todas las personas o individuos que son objeto de estudio (p. 201).

En este estudio, se consideró la gestión del talento humano como la variable independiente. La población tomada en cuenta fueron todos los trabajadores de la empresa Clínica Garage Automotriz, la cual actualmente cuenta con un total de 30 colaboradores.

En cuanto a la variable dependiente, es decir, la satisfacción de los usuarios, la población se define como todas las personas naturales que han utilizado los servicios de la empresa durante el año 2021. Durante ese año, se registraron un total de 1,567 clientes.

Muestra

Ñaupas et al. (2013) explican cómo la selección de la muestra en una investigación representa una parte específica de la población, destacando la importancia de mantener su representatividad.

En este estudio, se decidió utilizar un método de muestreo no probabilístico por conveniencia. Para la muestra vinculada a la gestión del talento humano, se seleccionaron deliberadamente 30 colaboradores de la empresa. Asimismo, para analizar las relaciones entre las variables estudiadas, se consideró apropiado tomar una muestra de 30 clientes que hubieran realizado compras por un valor superior a S/. 5,000.00 en la empresa.

2.3. Variables, operacionalización

Variable independiente: Gestión del talento humano

Chiavenato (2006) caracteriza el enfoque de gestión del talento humano como una estrategia integral y multidimensional en el ámbito organizacional. Este enfoque no solo se limita al reclutamiento, desarrollo, retención y aprovechamiento óptimo de las habilidades individuales de los empleados, sino que también va más allá de las prácticas convencionales de recursos humanos. Considera al capital humano como el activo más valioso de una empresa y se esfuerza por cultivar un entorno laboral que fomente tanto el crecimiento personal como profesional de los trabajadores. Más que simplemente contratar talentos, este modelo se enfoca en identificar habilidades, diseñar estrategias para su desarrollo y crear un ambiente propicio para la innovación, el compromiso y la alineación con los objetivos organizacionales. Además, abarca la gestión de políticas y programas que buscan mejorar tanto el rendimiento individual como el trabajo en equipo y la colaboración. Este enfoque integral tiene como objetivo asegurar la sostenibilidad y la competitividad a largo plazo de la empresa, especialmente en un entorno empresarial que está en constante evolución y demanda continua adaptación.

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

Kotler y Armstrong (2003) presentan la satisfacción del cliente como la sensación de cumplimiento y bienestar al interactuar con productos, servicios o sistemas de una empresa. No se limita solo a valorar lo recibido, abarcando la percepción completa de la experiencia, desde la calidad y utilidad percibida hasta la eficacia en la interacción y el nivel de expectativas cumplidas. Esta satisfacción se construye mediante la alineación entre las necesidades del usuario y las características del producto o servicio, abarcando aspectos como la usabilidad, eficiencia, confiabilidad y capacidad de respuesta ante las necesidades específicas del usuario. Además, está influenciada por aspectos emocionales y subjetivos, como la empatía, diseño intuitivo, atención al cliente y la sensación de valor percibido. Estos elementos contribuyen a la fidelización, recomendación y lealtad hacia la marca o empresa.

Tabla 1

Operacionalizar la variable independiente implica definir y medir de manera precisa y concreta la variable que se considera como el factor o la causa que se estudia y se manipula en la investigación

Operacionalización de la variable independiente

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Técnica / Instrumento
Gestión de talento humano	Admisión de personas	Reclutamiento y selección	1	Likert	Encuesta /Cuestionario
			2		
	Aplicación de personas	Inducción de personas	3		
			4		
		Diseño de cargos	5		
	Compensación de personas	Remuneración	6		
		Programa de incentivos	7		
	Desarrollo de personas		8		
			9		
		Nivel de capacitación	10		
	Mantenimiento de personas		11		
		Condiciones laborales	12		
	Evaluación de personas	Nivel de ergonomía	13		
		Registro de información del personal	14		

Tabla 2

La operacionalización de la variable dependiente implica definir y medir de manera concreta y específica la variable que se ve afectada o influenciada por otras en el estudio

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Técnica
Satisfacción del usuario	Niveles de satisfacción	Nivel de recompra	1	Likert	Encuesta
		Nivel de recomendación	2		
		Nivel de satisfacción	3		
		Nivel de cumplimiento de publicidad	4		
	Expectativas	Nivel de calidad de servicio	5		
		Nivel de superación de expectativas	6		
		Nivel de personalización de servicio	7		
Rendimiento percibido	Nivel de percepción de calidad	8, 9 ,10			

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas de recolección de datos

Dada la naturaleza de las variables, se considera apropiado emplear la técnica de encuestas para operacionalizar los elementos de las variables a través de dimensiones e indicadores. Estos elementos buscan medir aspectos tangibles de las características. Según Fernández (2004), las encuestas son relevantes ya que posibilitan la medición de variables en situaciones problemáticas concretas. Las técnicas pueden abarcar métodos como encuestas, entrevistas, observación directa, experimentos, análisis documental y muestreo, entre otros. Por otro lado, los instrumentos son las herramientas concretas empleadas para llevar a cabo estas técnicas, como cuestionarios, dispositivos de medición, software especializado, grabadoras de audio o video, y cualquier dispositivo o sistema diseñado para capturar datos de manera precisa y confiable. Estos elementos son fundamentales en la investigación, permitiendo recopilar información válida y relevante para responder preguntas específicas, realizar análisis y tomar decisiones fundamentadas en una amplia variedad de campos, desde la ciencia y la investigación académica hasta la toma de decisiones empresariales o el análisis de mercado

Instrumentos de recolección de datos

Los cuestionarios fueron diseñados como instrumentos, basados en las teorías mencionadas en el marco teórico. Según Fernández (2004), estos cuestionarios representan herramientas prácticas que se pueden utilizar en situaciones problemáticas para comprender las particularidades de una variable específica. Los cuestionarios se concibieron como herramientas instrumentales, desarrolladas a partir de las teorías expuestas en el marco teórico. En consonancia con Fernández (2004), estos instrumentos representan medios prácticos y aplicables en contextos problemáticos, permitiendo el entendimiento de las especificidades vinculadas a una variable particular. Esta definición resalta la función instrumental de los cuestionarios, su fundamento teórico y su utilidad práctica para abordar problemas específicos y comprender variables particulares, siguiendo la perspectiva presentada por Fernández en 2004

Validación y confiabilidad de instrumentos

Resumen de procedimiento de casos		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	10	100,0

Fuente: SPSS 24

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.867	24

Fuente: SPSS 24

Ambos cuestionarios fueron confiables y validados por expertos.

2.5. Procedimiento de análisis de datos

La investigación se llevó a cabo gracias a la implementación de una encuesta, la cual se ejecutó mediante la aplicación de un cuestionario diseñado siguiendo el formato de la escala de Likert.

Sánchez (1998) destaca la relevancia de la escala de Likert, desarrollada por Rensis Likert en 1932, como un recurso psicométrico fundamental para la elaboración de cuestionarios. Esta escala se ha convertido en una herramienta ampliamente utilizada por investigadores, especialmente en el ámbito de las ciencias sociales. Al responder a preguntas en un cuestionario basado en la escala de Likert, los encuestados expresan su nivel de acuerdo o desacuerdo con afirmaciones específicas relacionadas con un elemento o pregunta particular. A continuación, se presenta un ejemplo práctico que ilustra la aplicación de la Escala de Likert:

Definición de la pregunta: Imagina que deseas evaluar la percepción de los clientes

sobre la eficacia del servicio de atención al cliente en una empresa de telecomunicaciones.

Creación de afirmaciones: Diseñas afirmaciones que reflejen distintos niveles de satisfacción respecto a la eficacia del servicio de atención al cliente, como "Muy ineficiente" hasta "Muy eficiente".

Presentación de la escala: En la encuesta, presentas una serie de afirmaciones basadas en la escala de Likert para evaluar la percepción de los clientes sobre la eficacia del servicio de atención al cliente, pidiéndoles que elijan el nivel que mejor refleje su experiencia.

Recopilación de respuestas: Recolectas las respuestas de los clientes, asegurándote de que completen todas las afirmaciones de la escala de Likert.

Análisis de datos: Calculas los promedios de las respuestas para cada afirmación de la escala de Likert, permitiéndote entender el nivel general de satisfacción con la eficacia del servicio de atención al cliente.

Interpretación de resultados: Analizas los promedios obtenidos en cada nivel de la escala para comprender la tendencia de la percepción de los clientes. Por ejemplo, si la mayoría de las respuestas se concentran en los niveles "Eficiente" y "Muy eficiente", puedes concluir que los clientes perciben el servicio de atención al cliente como efectivo

2.6. Aspectos éticos

Siguiendo las pautas establecidas por Guazmayán (2004), Los aspectos éticos en la investigación se refieren a la integridad, el respeto y la responsabilidad moral que deben guiar cada paso del proceso investigativo. Estos aspectos incluyen la protección de la privacidad y confidencialidad de los participantes, el consentimiento informado, la imparcialidad en la recolección y análisis de datos, así como la honestidad en la presentación de resultados. También abarcan la consideración de posibles riesgos para los sujetos involucrados y la garantía de que

la investigación se realice de manera ética y respetuosa, contribuyendo al conocimiento sin perjudicar a individuos, comunidades o entidades. Estos principios éticos son fundamentales para mantener la credibilidad y la integridad de la investigación, así como para preservar el bienestar y los derechos de los participantes y las partes interesadas

Consentimiento informado:

es un proceso ético fundamental en la investigación que implica proporcionar información completa y comprensible a los participantes antes de su involucramiento en un estudio. Este proceso busca asegurar que los individuos estén plenamente informados sobre los objetivos, procedimientos, posibles riesgos y beneficios de la investigación, así como sus derechos como participantes. El consentimiento informado se obtiene de manera voluntaria y libre, sin coerción ni presión, y permite que los participantes tomen una decisión consciente sobre su participación, otorgando o rechazando su consentimiento para formar parte del estudio. Es crucial que este proceso se realice de manera clara y comprensible, garantizando que los participantes tengan la oportunidad de hacer preguntas y expresar cualquier inquietud antes de comprometerse con la investigación.

Confidencialidad:

se refiere a la protección y preservación de la información confidencial de los participantes. Implica mantener en secreto la identidad y los datos personales recolectados durante el estudio, asegurando que esta información sensible no sea revelada a terceros no autorizados. Esta protección es crucial para garantizar la privacidad de los participantes y fomentar la confianza en el proceso de investigación. Los investigadores están obligados éticamente a salvaguardar la confidencialidad de la información recolectada, utilizando técnicas como la codificación de datos, el almacenamiento seguro y la restricción del acceso solo a personas autorizadas que estén directamente involucradas en el estudio. El compromiso con la confidencialidad no solo protege la privacidad de los participantes, sino que también promueve un entorno de investigación ético y responsable.

Observación participante

La observación del paciente es una práctica fundamental en el ámbito médico y de la salud, donde los profesionales realizan un análisis detallado y sistemático de la condición física, emocional y conductual de un individuo. Este proceso implica la evaluación directa y cuidadosa de síntomas, signos vitales, comportamientos, expresiones faciales, movimientos corporales y cualquier otro aspecto relevante para comprender la salud del paciente. Los profesionales de la salud emplean la observación como una herramienta diagnóstica valiosa para identificar posibles patologías, cambios en el estado de ánimo, reacciones a tratamientos médicos o cualquier otro indicio que pueda influir en el diagnóstico o tratamiento. Además, la observación es crucial en entornos clínicos y hospitalarios para monitorear la evolución del paciente y tomar decisiones informadas sobre su atención médica. Es esencial llevar a cabo estas observaciones con un enfoque ético, respetando la privacidad y la dignidad del paciente, y garantizando que la información recopilada se utilice únicamente con fines médicos y de atención al paciente, manteniendo la confidencialidad de los datos observados.

2.7. Criterios de rigor científico

Credibilidad

Los participantes validaron los resultados presentados como veraces.

En cuanto a la transferibilidad, se recopiló información esencial y coherente sobre el tema de estudio mediante diversos instrumentos como cuestionarios, observaciones y documentos.

Respecto a la consistencia, se llevó a cabo un análisis coherente en la recopilación, síntesis e interpretación de la información, utilizando enfoques científicos empíricos, críticos y vivenciales.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Tablas y figuras

3.1.1. Resultados del cuestionario en base a las preguntas agrupadas por variables

Tabla 3

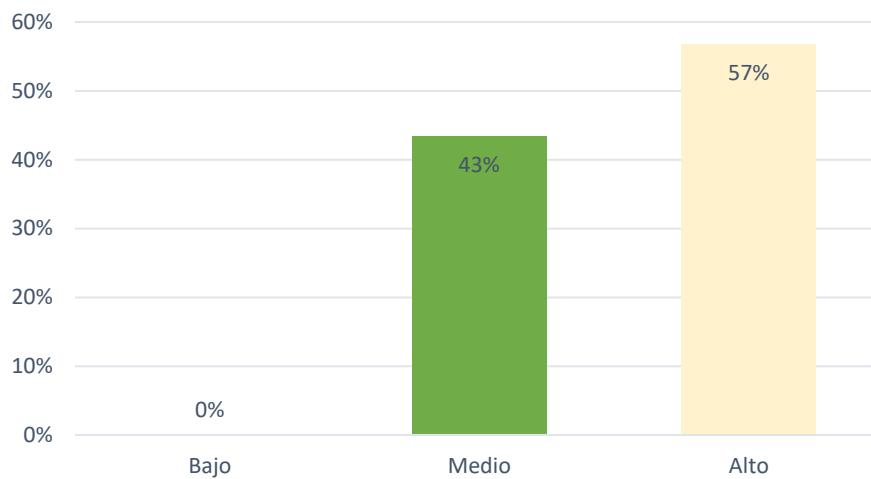
Niveles de la variable gestión del talento humano

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0%
Medio	13	43%
Alto	17	57%
Total	30	100%

Nota: aplicación del cuestionario

Figura 1

Niveles de la variable gestión del talento humano



Nota 1: El 57% de los empleados muestra un alto nivel en las actividades de gestión de recursos humanos, mientras que el 43% restante exhibe un nivel medio en estas mismas actividades

Tabla 4

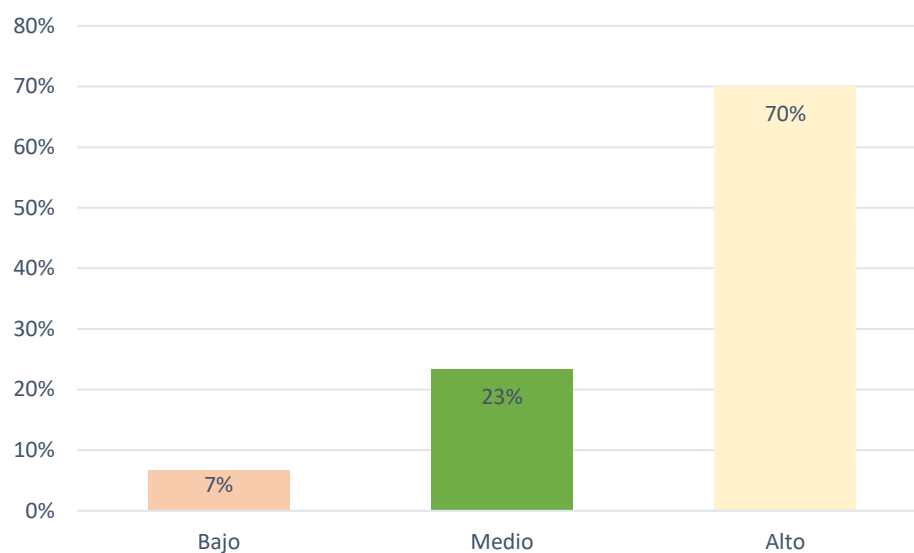
Grado de la variable satisfacción del usuario

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	7%
Medio	7	23%
Alto	21	70%
Total	30	100%

Nota: aplicación del cuestionario

Figura 2

Niveles de la variable satisfacción del usuario



Nota 2: Se destaca que un 70% de los usuarios ha expresado un alto nivel de satisfacción, mientras que un 23% ha señalado un nivel medio de satisfacción.

3.1.2. Estadística inferencial

Tabla 5

Evaluación de la normalidad de las variables de estudio mediante pruebas específicas.

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión del talento humano	,521	30	,002
Satisfacción del usuario	,488	30	,001

Se ha utilizado la prueba de Shapiro-Wilk, ya que el tamaño de la muestra es inferior a 50 elementos. Los valores resultantes de la prueba indican que los datos no siguen una distribución normal, siendo inferiores al nivel de significancia establecido ($\alpha=0,05$). En consecuencia, se decide emplear pruebas no paramétricas para el análisis debido a esta no normalidad en la distribución de las variables en las poblaciones estudiadas

Tabla 6

La relación entre la administración del talento humano y la satisfacción de los usuarios

Correlaciones				
			<i>Gestión del talento humano</i>	<i>Satisfacción de los usuarios</i>
Rho de Spearman	<i>Gestión del talento humano</i>	Coef de correlación	1,000	,480**
		Sig. (bil.)	.	,000
		N	30	30
	<i>Satisfacción de los usuarios</i>	Coef de correlación	,480**	1,000
		Sig. (bil.)	,000	.
		N	30	30

Los hallazgos en Garage Clínica Automotriz revelan una correlación positiva y moderada ($Rho= .480$) entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios. Este vínculo se sostiene con un nivel de significancia bilateral de 0.00, por debajo del umbral establecido de 0.05. Estos resultados respaldan la validez de la hipótesis H1, confirmando así una conexión significativa entre la gestión del talento humano y la satisfacción experimentada por los usuarios en este contexto específico.

Tabla 7*Correlaciones entre las dimensiones de la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios*

	Rho de Spearman	Gestión del talento humano					
		Admisión de personas	Aplicación de personas	Compensación de personas	Desarrollo de personas	Mantenimiento de personas	Evaluación de personas
Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	.360	.435	.612	.722	.502	.317
	Sig. (bilateral)	.001	.002	.000	.000	.000	.020
	N	30	30	30	30	30	30

Nota 3: Se evidencia una interconexión entre las distintas dimensiones de la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios. Dentro de estas dimensiones, se resalta que el desarrollo de personas y las compensaciones muestran las relaciones más sólidas con la satisfacción de los usuarios, presentando correlaciones de (Rho= .722) y (Rho= .612) respectivamente. En contraste, la relación entre la evaluación de personas y la satisfacción de los usuarios es menos pronunciada, presentando una correlación de (Rho= .317).

3.2. Discusión de resultados

En el entorno de la gestión empresarial, la relación entre la dirección de recursos humanos y la satisfacción de los clientes se revela como un elemento crucial para alcanzar las metas de una compañía. En el caso específico de Garage Clínica Automotriz, se evidencia una conexión directa y equilibrada ($Rho = .480$) entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios. Este vínculo se respalda con un nivel de significancia dual de 0.00, demostrando una conexión sólida entre ambas variables y corroborando la hipótesis H1. Estos descubrimientos coinciden con investigaciones anteriores, como el análisis de López (2018), que señaló una relación entre la excelencia en el servicio y la satisfacción del cliente. Es primordial subrayar que la calidad del servicio va de la mano con una gestión hábil del capital humano, involucrando un crecimiento continuo de las habilidades y capacidades del personal. Este enfoque no solo impacta en la entrega de un servicio excepcional, sino que también influye directamente en la satisfacción de los clientes. Además, otras investigaciones, como la de Valencia (2018), han destacado el papel holístico de la gestión del talento humano en el avance global de una empresa. Estas perspectivas recalcan la relevancia estratégica de una administración eficaz de los recursos humanos en el éxito general de una organización. En síntesis, estos hallazgos resaltan la necesidad de invertir en el desarrollo y una gestión óptima del capital humano como base esencial para la competitividad y el crecimiento sostenible de una empresa en el mercado actual.

El primer objetivo específico revela que el 57% de los colaboradores percibe un nivel alto en las actividades de gestión de personas, mientras que el 43% las evalúa como nivel medio. Según Chiavenato (2006), se ha notado un cambio en la percepción del personal en las empresas, moviéndose hacia áreas centradas en la Administración de Talento Humano, Potencial Humano o Capital Humano. Esto se debe a que los colaboradores ya no son considerados como activos con un tiempo de utilidad limitado, al contrario de los bienes materiales; su valor, en cambio, aumenta con el tiempo, convirtiéndose en un recurso invaluable para las empresas. Con el tiempo, los trabajadores adquieren nuevas y avanzadas habilidades que los hacen aún más valiosos. En concordancia con estos hallazgos, la investigación de Sarmiento (2017) indica que los colaboradores se muestran satisfechos con las

actividades de gestión de recursos humanos, lo que ayuda a crear un entorno propicio para mejorar su rendimiento laboral. Además, el estudio de Pumacajia (2019) resalta los beneficios fundamentales de una eficaz gestión del talento humano para impulsar el desempeño laboral. Estos descubrimientos subrayan la importancia estratégica de las prácticas de gestión de personal para el desarrollo y la eficacia de los colaboradores en el ámbito laboral. En última instancia, destacan cómo la inversión en el crecimiento y la óptima gestión del talento humano puede ser fundamental para el éxito a largo plazo de una empresa.

El foco del objetivo específico 2 recae en la percepción de satisfacción de los usuarios, indicando que el 70% muestra un alto nivel de satisfacción, mientras que el 23% reporta un nivel medio de satisfacción. Kotler y Armstrong (2003) brindan una visión profunda sobre la esencia de la satisfacción del cliente. Para estos autores, esta variable se define como el estado emocional que los clientes experimentan tras consumir, probar o utilizar un producto o servicio ofrecido por una empresa. Este estado emocional se cimienta en la comparación entre las expectativas o esperanzas que los clientes albergan sobre lo que van a recibir o adquirir y el desempeño real del servicio o producto específico. De este modo, se establece que un cliente logra una satisfacción plena cuando el bien o servicio satisface completamente sus expectativas. Por otro lado, si el producto o servicio no alcanza esas expectativas, el cliente puede experimentar un estado de insatisfacción. Esta comprensión de la satisfacción del cliente resalta la importancia crucial de gestionar de manera efectiva las expectativas y el rendimiento percibido para alcanzar un nivel óptimo de satisfacción del cliente. Esta gestión se vuelve fundamental para garantizar que lo que se promete y se entrega cumpla o supere las expectativas del cliente, contribuyendo así a una experiencia satisfactoria y fortaleciendo la relación cliente-empresa.

Los resultados obtenidos discrepan con los planteamientos de la investigación previa de Torres (2018), la cual indica que la insatisfacción de los clientes se origina cuando la empresa no logra cumplir con los requisitos de los usuarios. Esta discrepancia sugiere la necesidad de un análisis más profundo para comprender cómo los diversos servicios ofrecidos por Garage pueden haberse alineado o no con las expectativas de los clientes, identificando así áreas potenciales de mejora.

Al retomar el objetivo específico 3, se reafirma la conexión entre las dimensiones de la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios. Es importante resaltar que las dimensiones de desarrollo de personas y compensaciones exhiben relaciones notables ($Rho = .722$ y $Rho = .612$ respectivamente) con la satisfacción de los usuarios. No obstante, la dimensión de evaluación de personas presenta la relación más baja ($Rho = .317$) con la satisfacción de los usuarios. Este análisis destaca la variabilidad en la influencia de estas dimensiones en la percepción de satisfacción de los clientes, poniendo énfasis en la importancia relativa de cada aspecto en el nivel de satisfacción experimentado por los usuarios. Explorar cómo estas discrepancias afectan la experiencia del cliente podría proporcionar ideas valiosas para mejorar la satisfacción general de los usuarios.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Los datos revelan una conexión directa y moderada ($Rho = .480$) entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los clientes en Garage Clínica Automotriz. Esta relación implica que mejoras en las prácticas de gestión del talento humano pueden resultar en mejoras proporcionales y moderadas en la satisfacción de los clientes. Esto subraya la importancia de optimizar estas actividades para impactar positivamente en la experiencia general del cliente.

En términos de la percepción de los colaboradores, el 57% identifica un nivel alto en las actividades de gestión de personas, mientras que el 43% considera que están en un nivel medio. Estos datos sugieren que las acciones y estrategias relacionadas con la gestión de personas contribuyen a establecer condiciones favorables para generar satisfacción en los clientes. Esto destaca la relevancia de las prácticas de gestión de personas en la creación de un entorno que fomente la satisfacción del cliente.

Por otro lado, el 70% de los usuarios muestra un nivel alto de satisfacción, mientras que el 23% tiene un nivel medio. Estos datos reflejan una satisfacción generalizada entre los clientes, lo que indica que la organización satisface de manera adecuada sus necesidades, impactando positivamente en la percepción global de los usuarios.

La conexión entre las dimensiones de la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios es notable. Específicamente, se evidencia que las dimensiones de desarrollo de personas y compensaciones muestran las relaciones más sólidas ($Rho = .722$ y $Rho = .612$ respectivamente) con la satisfacción de los usuarios. Por otro lado, la relación entre la dimensión de evaluación de personas y la satisfacción de los usuarios es la más baja ($Rho = .317$). Estos descubrimientos subrayan la importancia diferenciada de cada dimensión en su influencia sobre la satisfacción del cliente..

4.2. Recomendaciones

La implementación formal de procedimientos de gestión de recursos humanos por parte de la dirección general es fundamental para mejorar el desempeño del personal y satisfacer de manera más efectiva las necesidades de los clientes.

La gerencia general debería considerar la adopción de una escala de remuneración variable basada en la medición periódica de indicadores, con el objetivo de premiar los altos índices de satisfacción de los usuarios.

Con el propósito de comprender las expectativas individuales de los usuarios y detectar áreas de insatisfacción, se sugiere al jefe de ventas la implementación de encuestas de satisfacción. Esto permitiría identificar y mejorar las áreas donde existen brechas de insatisfacción, facilitando así la atención a las necesidades específicas de los clientes.

Asimismo, la gerencia general podría evaluar la posibilidad de contratar empresas especializadas en capacitación para implementar programas de entrenamiento dirigidos al personal que interactúa con los clientes. Este enfoque podría fortalecer la satisfacción del cliente al mejorar las habilidades y enfoques en la atención al usuario.

REFERENCIAS

- Alles, M. (2006); Dirección Estratégica de Recursos Humanos. Gestión por competencias; Buenos Aires – Argentina. Nueva edición Granica S.A.
- Aspe, A. (2008). *Hacia un desarrollo humano*. México: Editorial Limusa.
- Bauer, T. (2017). *Onboarding new employees: Maximizing success*. Right Management
- Bellido, R. (2018). *Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Etcobell S.A.C. Villa El Salvador – 2017*. (Tesis de licenciatura). Universidad Autónoma del Perú. Lima, Perú.
<http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/669/1/BELLIDO%20MORENO%2c%20RONY.pdf>
- Borsic, Z., Taco, R., Tamayo, A., y Haz, Y. (2020). Emotional Intelligence in the Human Talent Management to Improve Job Performance. (34), 7. Prosciences.
<http://www.journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/292>
- Calderón, H. G. (2011). *Estado del arte de la gestión humana*. Bogotá - Colombia
- Calderón, A. (2019). *Gestión de recursos humanos para la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Gareem En Sants Barcelona – España, 2017*. (Tesis de licenciatura). Universidad Señor de Sipán. Pimentel, Perú.
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/5639>
- Calderón, L. & Facho, X. (2017). *Gestión del talento humano por competencias, un modelo teórico para el desempeño laboral en el hotel “Gloria Plaza” de la ciudad de Chiclayo – región Lambayeque*. (Tesis de licenciatura). Universidad de Lambayeque. Chiclayo, Perú.:
<https://repositorio.udl.edu.pe/bitstream/UDL/109/3/TESIS%20GESTION%20DEL%20TALENTO%20HUMANO%20POR%20COMPETENCIAS%20pdf.pdf>
- Chacón, H. (2018). *Gestión estratégica del talento humano en las pymes de servicios de comidas y bebidas de Barranquilla*. (Tesis de licenciatura). Universidad de la Costa. Barranquilla, Colombia.

<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2745/1045715947.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Chávarry, E. (2018). *Estrategia de gestión del talento humano para mejorar la satisfacción laboral en el instituto gastronómico Mochic de Chiclayo-2017*. (Tesis de maestría). Universidad Señor de Sipán. Pimentel, Perú. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4758/Ch%C3%A1varry%20Huaman%20Eva%20Mar%C3%ADa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chiavenato, I. (2006). *Gestión del talento humano*. México. Mc Graw Hill.

Dessler, G. (2009). *Administración de recursos humanos*. Edición 11, Editorial Pearson educación. México D:F:

Estrella, E. (2020). *Gestión del talento humano y su repercusión en el desempeño laboral percibido por los trabajadores administrativos del Hospital Regional Daniel Alcides Carrión de Pasco, 2018*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. Cerro de Pasco, Perú. http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1958/1/T026_41523105_M.pdf

ESAN (13 de mayo del 2016). *El OnBoarding como proceso de integración del nuevo personal*. <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/el-onboarding-como-proceso-de-integracion-del-nuevo-personal/>

Espejel, J. Fandos, C. y Flavian, C. (2017). Consumer satisfaction: A key factor of consumer loyalty and buying intention of a PDO food product. *British Food Journal*. (110), 9. DOI: 10.1108/00070700810900585

Febres, R. y Mercado, M. (2020). *Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión*. Huancayo – Perú. Revista de la Facultad de Medicina Humana (20), 3. <http://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v20i3.3123>

Fernández, N. A. (2004). *Investigación y técnicas de mercados*. Pozuelo de Alarcón, Madrid: ESIC Editorial.

- Flores, L. (2019). Gestión del talento humano y rentabilidad del sector hotelero de la región de Puno. *Revista EAN* (87). <https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.241>
- Gallardo, E. (2019). Talent management: context matters. *The international journal of Human Resource Management.* (31). <https://doi.org/10.1080/09585192.2019.1642645>
- Gestión (23 de Marzo del 2020). Onboarding: ¿Qué es y por qué es importante en las empresas exitosas? <https://gestion.pe/economia/management-empleo/onboarding-que-es-y-por-que-es-importante-en-las-empresas-exitosas-nnda-nnlt-noticia/>
- Guevara, F. (2018). *Relación entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente en Palmira Hotel Chiclayo – 2017.* (Tesis de licenciatura). Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo, Perú. http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1593/1/TL_GuevaraRuizFlor.pdf
- Hernández S., R., Fernández C., C., Baptista L., M. (2010) Metodología de La Investigación 5ta Edición. McGraw Hill. México
- Khadka, K. y Maharjan, S. (2017). Customer satisfaction and customer loyalty. Centria (Tesis). <https://core.ac.uk/download/pdf/161421179.pdf>
- Kotler, P. (2000). *Dirección de Marketing.* (10ª edición). México. Pearson Educación.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing.* (6ª edición). México D.F. Pearson Educación.
- López, C. (2009). Sistema de gestión de calidad. México D.F.
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil.* (Tesis de maestría). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

- Mendivel, C. Lavado, M. y Sánchez, F. (2020). Gestión administrativa y gestión de talento humano por competencias en la Universidad peruana Los Andes, Filial Chanchamayo. *Conrado* (16), 72. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000100262
- Morales, N. (2018). *La gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en Construtora Queiroz Galvao S.A., Lima, 2018*. (Tesis de licenciatura). Universidad Señor de Sipán. Pimentel, Perú. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5230/Morales%20Paredes%20Nita%20Franchesca.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Morelos, J. y Nuñez, M. (2017). *Productividad de las empresas de la zona extractiva minera energética y su incidencia en el desempeño financiero en Colombia*. (Artículo científico). https://ac.els-cdn.com/S0123592317300736/1-s2.0-S0123592317300736-main.pdf?_tid=8dca7c22-817f-4d6f-96d3-cf332037810f&acdnat=1524070056_670f2e31c6632735f0732391bf850e50
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013). *Metodología de la investigación científica y elaboración de tesis*. (3° edición). Lima: Cepredim.
- Pugno, M. y Depedri, S. (2016). *Job performance and job satisfaction: an integrated survey*. *Univesita Degli Studi di Trento*. <https://core.ac.uk/download/pdf/6262852.pdf>
- Pumacajia, D. (2019). *La gestión del talento humano y su incidencia en el desempeño laboral de la empresa Master Con G.S. E.I.R.L.- Juliaca periodo 2017*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional del Altiplano. Puno, Perú. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/13191/Pumacajia_Silvestre_Dafne_Selene.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rojas, R. & Vilchez, S. (2018). *Gestión del talento humano y su relación con el desempeño laboral del personal del Puesto De Salud Sagrado Corazón De Jesús – Lima, enero 2018*. (Tesis de maestría). Universidad Norbert Wiener. Lima, Perú. <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1712/MAESTRO%20->

%20Rojas%20Reyes%2C%20Ruth%20Rosario.pdf?sequence%20=1&isAllowed=%20y

Sánchez, F. (1998). *Psicología Social*. Madrid: McGraw-Hil

Sarmiento, J. (2017). *Relación entre la gestión del talento humano y el desempeño laboral del personal del área central de la Universidad Central*. (Tesis de maestría). Escuela Politécnica Nacional. Ecuador. <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/17091/1/CD-7664.pdf>

Shaju, M. (2017). *A study on the impact of Job Satisfaction on Job Performance of Employees working in Automobile Industry, Punjab, India*. Journal of Management Research. <Http://dx.doi.org/10.5296/jmr.v9i1.10420>

Silva, E. Silva, G. y Bautista, J. (2018). *Influencia del clima organizacional en el desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad de Morales, Región San Martín*. DOI: <https://doi.org/10.26495/rtzh1810.124842>

Torres, D. (2018). *El nivel de satisfacción del cliente en el restaurante el kioskito, Tejupilco, México*. (2016). (Tesis de licenciatura). Universidad Autónoma del Estado de México. Tejupilco, Mexico. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/95292>

Urbano, S. (2018). *Clima organizacional y desempeño laboral de los trabajadores de la Administración Local de Agua Huaraz*. DOI: <http://dx.doi.org/10.32911/as.2018.v11.n1.465>

Valencia, M. (2018). *Estudio descriptivo de la gestión de talento humano en las pequeñas y medianas empresas que comercializan servicios y equipamiento para centro de datos, en la ciudad de Quito*. (Tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar. Quito, Ecuador. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6172/1/T2600-MBA-Valencia-Estudio.pdf>

Vera, A. y Blanco, A. (2019). Modelo para la gestión del talento humano en las pymes del sector de servicios de Barranquilla, Colombia. Scielo (29), 74. <https://doi.org/10.15446/innovar.v29n74.82059>

Zaldivar, S. & Urrelo, J. (2018). *Gestión de marketing y satisfacción de los clientes de la empresa Nor Peruana S.A. Tarapoto – 2015*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto. Tarapoto, Perú. Recuperado de:
<http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3122/ADMINISTRACION%20-%20Sulay%20Irinda%20Zaldivar%20Rivero%20%26%20John%20Angello%20Urrelo%20Jorge%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Técnica / Instrumento		
¿Cuál es el grado de relación que existe entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022?	Objetivo general	H1: Si existe relación entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022.	Gestión del talento humano	Admisión de personas	Reclutamiento y selección	1	Likert	Encuesta /Cuestionario		
	Determinar el grado de relación que existe entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022.				Inducción de personas	2				
					Inducción de personas	3				
	Identificar el nivel de gestión del talento humano que se realizan en el Hotel Italia 2020			Objetivos específicos	en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022.	Desarrollo de personas			Diseño de cargos	4
									Compensación de personas	5
	Identificar el nivel de gestión del talento humano que se realizan en el Hotel Italia 2020			Objetivos específicos	en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022.	Desarrollo de personas			Remuneración	6
									Programa de incentivos	7
	Identificar el nivel de gestión del talento humano que se realizan en el Hotel Italia 2020			Objetivos específicos	en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022.	Desarrollo de personas			Nivel de capacitación	8
									Programa de incentivos	9
	Identificar el nivel de gestión del talento humano que se realizan en el Hotel Italia 2020			Objetivos específicos	en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022.	Mantenimiento de personas			Nivel de capacitación	10
									Programa de incentivos	11
	Identificar el nivel de gestión del talento humano que se realizan en el Hotel Italia 2020			Objetivos específicos	en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022.	Mantenimiento de personas			Condiciones laborales	12
									Nivel de ergonomía	13

<p>Identificar el grado de satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz</p> <p>Identificar las relaciones que se establecen entre las dimensiones de la gestión del talento humano con la satisfacción de los usuarios</p>	<p>H0: No existe relación entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022.</p>	<p>Satisfacción</p>	Evaluación de personas	Registro de información del personal	14	<p>Likert</p> <p>Encuesta</p>
			Niveles de de satisfacción	Nivel de recompra	1	
				Nivel de recomendación	2	
				Nivel de satisfacción	3	
			Expectativas	Nivel de cumplimiento de publicidad	4	
				Nivel de calidad de servicio	5	
				Nivel de superación de expectativas	6	
			Rendimiento percibido	Nivel de personalización de servicio	7	
				Nivel de percepción de calidad	8, 9, 10	

Anexo 01: Cuestionario para medir gestión del talento humano

Fecha: ___/___/___

Duración estimada: 10 minutos

Instrucciones:

Estimado colaborador por favor lea detenidamente las siguientes afirmaciones y marque con una equis (X) la respuesta correcta según su criterio. La información obtenida se mantendrá en absoluta reserva.

Totalmente de acuerdo	TA
De acuerdo	A
Indiferente	I
En desacuerdo	D
Totalmente en desacuerdo	TD

ITEMS	TA	A	I	D	TD
La empresa hace uso de medios masivos de selección para garantizar atraer a colaboradores que calcen con el perfil de puesto					
Usted considera que en la empresa existe un proceso riguroso de reclutamiento y selección de personal					
La empresa brinda un periodo de inducción adecuado para garantizar el correcto desempeño de las funciones del puesto					
La empresa le brindó la información necesaria sobre sus responsabilidades del cargo que ocupa.					
En la empresa existen documentos que normen las funciones y los procedimientos de cada puesto					
Las tareas y funciones de los puestos de trabajo tienen relación con las habilidades de las personas					
La remuneración que brinda la empresa le permite satisfacer sus necesidades					
La empresa brinda como parte de la compensación, actividades no monetarias como lo son: seguros, vacaciones, descuentos en cursos, etc					
La empresa se preocupa por fortalecer las competencias laborales de los colaboradores					

Las capacitaciones que ofrece la empresa permiten mejorar el logro de los objetivos organizacionales					
La empresa capacita a los colaboradores de manera frecuente.					
En la empresa existe un manejo adecuado de las condiciones laborales para favorecer la calidad de vida y permanencia en la organización					
La empresa proporciona las herramientas y material mobiliario para realizar un trabajo de calidad					
La empresa registra la información del personal para realizar un seguimiento de las actividades laborales.					

Anexo 02: Cuestionario para medir satisfacción del cliente

Fecha: ___/___/___

Duración estimada: 10 minutos

Instrucciones:

Estimado colaborador por favor lea detenidamente las siguientes afirmaciones y marque con una equis (X) la respuesta correcta según su criterio. La información obtenida se mantendrá en absoluta reserva.

Totalmente de acuerdo	TA
De acuerdo	A
Indiferente	I
En desacuerdo	D
Totalmente en desacuerdo	TD

ITEMS	TA	A	I	D	TD
Volvería a visitar la empresa					
Recomendaría a sus conocidos/amigos los servicios que brinda la empresa					
La empresa satisface completamente sus necesidades de mantenimiento y/o reparación de sus unidades					
La empresa cumple con la publicidad que ofrece					
La calidad de servicio ofrecida por el personal de la empresa fue la adecuada					
La experiencia de servicio superó sus expectativas.					
El servicio que le brindó la empresa fue personalizado de acuerdo con sus requerimientos					
Los servicios ofrecidos por la empresa son de calidad.					
El servicio de atención al cliente de la empresa es de calidad.					
La empresa cuenta con tecnología de punta en sus instalaciones.					

Facultad de Ciencias Empresariales

Programa de estudios en administración

INSTRUMENTO DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

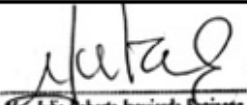
NOMBRE DEL JUEZ		JULIO ROBERTO IZQUIERDO ESPINOZA
	PROFESION	LIC. EN ADMINISTRACION
	ESPECIALIDAD	TALENTO HUMANO
	GRADO ACADEMICO	MAGISTER
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	15 ANOS
	CARGO	DOCENTE INVESTIGADOR
<u>TITULO DE LA INVESTIGACION</u>		
LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN GARAGE CLINICA AUTOMOTRIZ, CHICLAYO 2022		
DATOS DEL TESISTA		
NOMBRES Y APELLIDOS		
PROGRAMA DE PREGRADO	PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACION	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	<u>GENERAL:</u> Determinar el grado de relación que existe entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022.	
	<u>ESPECIFICIOS:</u> Identificar el nivel de gestión del talento humano que se realizan en el Hotel Italia 2020 Identificar el grado de satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz Identificar las relaciones que se establecen entre las dimensiones de la gestión del talento humano con la satisfacción de los usuarios	
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		

DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de reactivos 24 y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
La empresa hace uso de medios masivos de selección para garantizar atraer a colaboradores que calcen con el perfil de puesto	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
Usted considera que en la empresa existe un proceso riguroso de reclutamiento y selección de personal	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa brinda un periodo de inducción adecuado para garantizar el correcto desempeño de las funciones del puesto	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa le brindó la información necesaria sobre sus responsabilidades del cargo que ocupa.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
En la empresa existen documentos que normen las funciones y los procedimientos de cada puesto	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
Las tareas y funciones de los puestos de trabajo tienen relación con las habilidades de las personas	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La remuneración que brinda la empresa le permite satisfacer sus necesidades	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa brinda como parte de la compensación, actividades no monetarias como lo son: seguros, vacaciones, descuentos en cursos, etc	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa se preocupa por fortalecer las competencias laborales de los colaboradores	TA (X) TD() SUGERENCIAS:

Las capacitaciones que ofrece la empresa permiten mejorar el logro de los objetivos organizacionales	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa capacita a los colaboradores de manera frecuente.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
En la empresa existe un manejo adecuado de las condiciones laborales para favorecer la calidad de vida y permanencia en la organización	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa proporciona las herramientas y material mobiliario para realizar un trabajo de calidad	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa registra la información del personal para realizar un seguimiento de las actividades laborales.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
Volvería a visitar la empresa	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
Recomendaría a sus conocidos/amigos los servicios que brinda la empresa	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa satisface completamente sus necesidades de mantenimiento y/o reparación de sus unidades	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa cumple con la publicidad que ofrece	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La calidad de servicio ofrecida por el personal de la empresa fue la adecuada	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La experiencia de servicio superó sus expectativas.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
El servicio que le brindó la empresa fue personalizado <u>de acuerdo a sus requerimientos</u>	TA (X) TD() SUGERENCIAS:

Los servicios ofrecidos por la empresa son de calidad.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
El servicio de atención al cliente de la empresa es de calidad.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa cuenta con tecnología de punta en sus instalaciones.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA 24 N° TD _____
2. COMENTARIO GENERALES: El instrumento es confiable	
3. OBSERVACIONES: Sin observaciones	


Mr. Julio Roberto Izquierdo Espinoza
 ASESOR ESPECIALISTA
 CLAD. 10051

Facultad de Ciencias Empresariales

Programa de estudios en administración

INSTRUMENTO DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		CARLA ARLEEN ANASTACIO VALLEJOS
	PROFESION	LIC. EN ADMINISTRACIÓN
	ESPECIALIDAD	MARKETING
	GRADO ACADEMICO	MAGISTER
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	12 ANOS
	CARGO	DOCENTE
<u>TITULO DE LA INVESTIGACION</u> LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN GARAGE CLINICA AUTOMOTRIZ, CHICLAYO 2022		
DATOS DEL TESISISTA		
NOMBRES Y APELLIDOS		
PROGRAMA DE PREGRADO	PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACION	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	<u>GENERAL:</u> Determinar el grado de relación que existe entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022.	
	<u>ESPECIFICIOS:</u> Identificar el nivel de gestión del talento humano que se realizan en el Hotel Italia 2020 Identificar el grado de satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz Identificar las relaciones que se establecen entre las dimensiones de la gestión del talento humano con la satisfacción de los usuarios	
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		

DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de reactivos 24 y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
La empresa hace uso de medios masivos de selección para garantizar atraer a colaboradores que calcen con el perfil de puesto	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
Usted considera que en la empresa existe un proceso riguroso de reclutamiento y selección de personal	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa brinda un periodo de inducción adecuado para garantizar el correcto desempeño de las funciones del puesto	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa le brindó la información necesaria sobre sus responsabilidades del cargo que ocupa.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
En la empresa existen documentos que normen las funciones y los procedimientos de cada puesto	TA (X) TD() SUGERENCIAS
Las tareas y funciones de los puestos de trabajo tienen relación con las habilidades de las personas	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La remuneración que brinda la empresa le permite satisfacer sus necesidades	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa brinda como parte de la compensación, actividades no monetarias como lo son: seguros, vacaciones, descuentos en cursos, etc	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa se preocupa por fortalecer las competencias laborales de los colaboradores	TA (X) TD() SUGERENCIAS:

Las capacitaciones que ofrece la empresa permiten mejorar el logro de los objetivos organizacionales	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa capacita a los colaboradores de manera frecuente.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
En la empresa existe un manejo adecuado de las condiciones laborales para favorecer la calidad de vida y permanencia en la organización	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa proporciona las herramientas y material mobiliario para realizar un trabajo de calidad	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa registra la información del personal para realizar un seguimiento de las actividades laborales.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
Volvería a visitar la empresa	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
Recomendaría a sus conocidos/amigos los servicios que brinda la empresa	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa satisface completamente sus necesidades de mantenimiento y/o reparación de sus unidades	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa cumple con la publicidad que ofrece	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La calidad de servicio ofrecida por el personal de la empresa fue la adecuada	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La experiencia de servicio superó sus expectativas.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
El servicio que le brindó la empresa fue personalizado <u>de acuerdo a</u> sus requerimientos	TA (X) TD() SUGERENCIAS:

Los servicios ofrecidos por la empresa son de calidad.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
El servicio de atención al cliente de la empresa es de calidad.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa cuenta con tecnología de punta en sus instalaciones.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA 24 N° TD _____
2. COMENTARIO GENERALES: El instrumento es confiable	
3. OBSERVACIONES: Sin observaciones	

Mg. Carla Arleen Anastacio Vallejos
DNI N° 43637619

Facultad de Ciencias Empresariales

Programa de estudios en administración

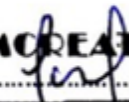
INSTRUMENTO DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		RAFAEL ANTONIO IZQUIERDO ESPINOZA
PROFESION	LIC. EN ADMINISTRACION	
ESPECIALIDAD	GERENCIA	
GRADO ACADEMICO	MAGISTER	
EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	12 AÑOS	
CARGO	GERENTE DE RIESGOS	
<u>TITULO DE LA INVESTIGACION</u>		
LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN GARAGE CLINICA AUTOMOTRIZ, CHICLAYO 2022		
DATOS DEL TESISISTA		
NOMBRES Y APELLIDOS		
PROGRAMA DE PREGRADO	PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACION	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	<u>GENERAL:</u> Determinar el grado de relación que existe entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz, Chiclayo 2022.	
	<u>ESPECIFICIOS:</u> Identificar el nivel de gestión del talento humano que se realizan en el Hotel Italia 2020 Identificar el grado de satisfacción de los usuarios en Garage Clínica Automotriz Identificar las relaciones que se establecen entre las dimensiones de la gestión del talento humano con la satisfacción de los usuarios	
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		

<p>DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO</p>	<p>El instrumento consta de reactivos 24 y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>
<p>La empresa hace uso de medios masivos de selección para garantizar atraer a colaboradores que calcen con el perfil de puesto</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>Usted considera que en la empresa existe un proceso riguroso de reclutamiento y selección de personal</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>La empresa brinda un periodo de inducción adecuado para garantizar el correcto desempeño de las funciones del puesto</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>La empresa le brindó la información necesaria sobre sus responsabilidades del cargo que ocupa.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>En la empresa existen documentos que normen las funciones y los procedimientos de cada puesto</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>Las tareas y funciones de los puestos de trabajo tienen relación con las habilidades de las personas</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>La remuneración que brinda la empresa le permite satisfacer sus necesidades</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>La empresa brinda como parte de la compensación, actividades no monetarias como lo son: seguros, vacaciones, descuentos en cursos, etc</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>La empresa se preocupa por fortalecer las competencias laborales de los colaboradores</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

Las capacitaciones que ofrece la empresa permiten mejorar el logro de los objetivos organizacionales	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa capacita a los colaboradores de manera frecuente.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
En la empresa existe un manejo adecuado de las condiciones laborales para favorecer la calidad de vida y permanencia en la organización	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa proporciona las herramientas y material mobiliario para realizar un trabajo de calidad	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa registra la información del personal para realizar un seguimiento de las actividades laborales.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
Volvería a visitar la empresa	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
Recomendaría a sus conocidos/amigos los servicios que brinda la empresa	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa satisface completamente sus necesidades de mantenimiento y/o reparación de sus unidades	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa cumple con la publicidad que ofrece	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La calidad de servicio ofrecida por el personal de la empresa fue la adecuada	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La experiencia de servicio superó sus expectativas.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
El servicio que le brindó la empresa fue personalizado <u>de acuerdo a sus requerimientos</u>	TA (X) TD() SUGERENCIAS:

Los servicios ofrecidos por la empresa son de calidad.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
El servicio de atención al cliente de la empresa es de calidad.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
La empresa cuenta con tecnología de punta en sus instalaciones.	TA (X) TD() SUGERENCIAS:
1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA 24 N° TD _____
2. COMENTARIO GENERALES: El instrumento es confiable	
3. OBSERVACIONES: Sin observaciones	


COMCREAT SRL
 RAFAEL IZQUIERDO E.
 Firmante experto



Consentimiento informado

Chiclayo, 24 de enero del 2022

Estimada Señora

Dra. Carla Reyes Reyes

Directora de Escuela Profesional de Administración

Facultad de Ciencias Empresariales

Universidad Señor de Sipán

Presente. -

Por medio de la presente, hacemos constar que el Sr. **Tejeda Cadena Denis Rubén** estudiante de su prestigiosa casa de estudio, tiene las autorizaciones correspondientes para realizar la investigación titulada:

**LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS
EN GARAGE CLINICA AUTOMOTRIZ, CHICLAYO 2022**

Se expide el presente documento para los fines que el usuario crea pertinente.

Atentamente

Ing. Oswaldo Maza Cisneros
Gerente

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N°0098-2022-FACEM-USS**

Chiclayo, 21 de marzo de 2022.

VISTO:

El Oficio N°0088-2022/FACEM-DA-USS de fecha 18/03/2022, presentado por la Directora de la Escuela Académico Profesional de Administración y el proveído de la Decana de la FACEM, de fecha 21/03/2022, donde se solicita la actualización de título de Proyecto de Tesis por caducidad, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 31° del Reglamento de Investigación de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N° 199-2019/PD-USS de fecha 06 de noviembre de 2019, indica que La Investigación Formativa es un proceso de generación de conocimiento, asociado con el proceso de enseñanza – aprendizaje, cuya gestión académica y administrativa está a cargo de la Dirección de cada Escuela Profesional.

Que, el Art. 36° del Reglamento de Investigación, indica que el Comité de Investigación de la escuela profesional aprueba el tema de proyecto de investigación y del trabajo de investigación acorde a las líneas de investigación institucional.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE

ARTICULO 1°: APROBAR la actualización del Proyecto de Tesis, de los egresados de la EAP de Administración, según se indica en el cuadro adjunto:

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	TITULO DE TESIS	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
01	LLACSAHUANGA TORRES YAQUELIN	CLIMA ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL EN GARAGE CLÍNICA AUTOMOTRIZ, CHICLAYO, 2022	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
02	TEJEDA CADENA DENIS RUBÉN	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN GARAGE CLINICA AUTOMOTRIZ, CHICLAYO 2022	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

ARTÍCULO 2°: DEJAR SIN EFECTO, las resoluciones N°0724-FACEM-USS-2017, de fecha 31/07/2017, fila donde indique los datos de Llacsahuanga y N°2225-FACEM-USS-2014, de fecha 26/12/2014, numeral 22.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE



Fiorella Giannina Molinelli

Dra. Fiorella Giannina Molinelli Aristondo
Decana (e)
Facultad de Ciencias Empresariales



Liset Sugeily Silva

Mg. Liset Sugeily Silva Gonzales
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Empresariales

Cc.: Escuela, Archivo

ADMISIÓN E INFORMES
074 481610 - 074 481632
CAMPUS USS
Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

www.uss.edu.pe

Pimentel, 21 de marzo de 2022.

VISTO:

El Oficio N°0088-2022/FACEM-DA-USS de fecha 18/03/2022, presentado por la Directora de la Escuela Profesional de Administración y el proveído de la Decana de FACEM, de fecha 21/03/2022, donde solicita la designación en vías de regularización, de asesor de Tesis, del egresado de la EAP de Administración, y;

CONSIDERANDO:

Que, en el artículo 34° del Reglamento de Investigación de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, aprobado con Resolución de Directorio N° 199-2019/PD-USS de fecha 06 de noviembre de 2019, indica que el asesor del proyecto de investigación y del trabajo de investigación es designado mediante resolución de Facultad.

Que, el Asesor, es el docente que acompaña al egresado en el desarrollo de toda la investigación garantizando su rigor científico.

Que, con el propósito de consolidar la implementación de un conjunto de Estrategias para el Desarrollo de la Investigación Científica de los egresados y se encaminen los trabajos de investigación, es pertinente extender una resolución que designe el Asesor que reúna los requisitos siguientes: a) Competencia y experiencia en el diseño y ejecución de trabajos de investigación; b) Experiencia o especialización en el área del respectivo trabajo.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO ÚNICO: DESIGNAR, en vías de regularización, como asesor de Tesis del egresado, de la EAP de Administración, según se indica en cuadro adjunto.

N°	AUTOR(S)	TITULO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	ASESOR
1	TEJEDA CADENA DENIS RUBÉN	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN GARAGE CLINICA AUTOMOTRIZ, CHICLAYO 2022	DR. MERINO NUÑEZ MIRKO

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE



Fiorella Molinelli

**Dra. Fiorella Giannina Molinelli Aristondo
Decana (e)
Facultad de Ciencias Empresariales**



Liset Silva

**Mg. Liset Sugeily Silva Gonzales
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Empresariales**

Cc. Escuela / Archivo

ADMISIÓN E INFORMES
074 481630 - 074 481632
CAMPUS USS
Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

www.uss.edu.pe

**FORMATO N° TI-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)
(LICENCIA DE USO)**

Pimentel, 12 de septiembre de 2022

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente.-

El suscrito:
Denis Ruben Tejeda Cadena con DNI 10398235

En mí calidad de autor exclusivo de la investigación titulada: LA GESTION DEL TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCION DE LOS USUARIOS EN GARAGE CLINICA AUTOMOTRIZ, CHICLAYO 2022, presentado y aprobado en el año 2022 como requisito para optar el título de Licenciado en Administración, de la Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
Tejeda Cadena Denis Ruben	10398235	

Figura 3
Patio de maniobras de la empresa

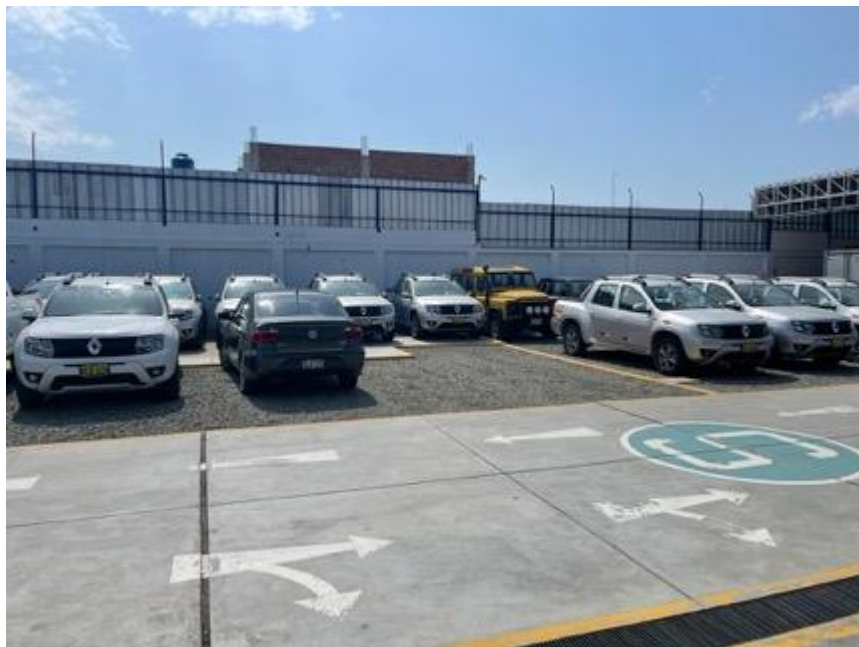


Figura 4
Oficinas administrativas



Figura 5
Recolección de datos



Figura 6
Recolección de datos



NOMBRE DEL TRABAJO

LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN GARAGE CLINICA AUTOMOTRIZ, CHICLA

AUTOR

Denis Rubén Tejeda Cadena

RECuento DE PALABRAS

15293 Words

RECuento DE CARACTERES

88740 Characters

RECuento DE PÁGINAS

55 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

123.7KB

FECHA DE ENTREGA

Jan 29, 2024 4:19 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jan 29, 2024 4:20 PM GMT-5

● **19% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 16% Base de datos de Internet
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 13% Base de datos de trabajos entregados

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)

ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 0098-2022-FACEM-USS, presentado por el/la Bachiller, Tejada Cadena Denis Ruben, con su tesis Titulada LA GESTION DEL TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCION DE LOS USUARIOS EN GARAGE CLINICA AUTOMOTRIZ, CHICLAYO 2022

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 19% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 29 de enero de 2024



Dr. Abraham José García Yovera
DNI N° 80270538
Escuela Académico Profesional de Administración.