



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y CALIDAD DEL
SERVICIO EN LOS RESTAURANTES DEL DISTRITO
DE AYACUCHO, 2018**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

Br. PILLACA OCHOA GABRIELA DORIS

ASESOR:

Dr. FLORES AYALA ADALBERTO PROSPERO

AYACUCHO – PERU

2018

JURADO EVALUADOR

.....
Dra. ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA
DAR

.....
Mg. BERROCAL CHILLCCE, JUDITH
MIEMBRO

.....
Mg. QUISPE MEDINA, WILBER
MIEMBRO

.....
Dr. FLORES AYALA, ADALBERTO PROSPERO
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A Dios por llenarme de bendiciones y ponerme a extraordinarias persona en la vida.

A mis queridos docentes de ULADECH quienes me inculcaron conocimientos sabios; y me enseñaron lo maravilloso que es la Administración.

A mis padres, hermanos, sobrinos; por sus gratos afectos y apoyo incondicional que me brindan a diario.

*Dedico esta tesis a mi querida Mamá
por sus grandes consejos y por todo el
apoyo que me brinda a diario para
alcanzar mis metas; a Dios por guiar mi
camino y bendecirme con una
maravillosa Madre*

RESUMEN

La investigación está enfocada en la descripción de la gestión del talento humano y la calidad de servicios en los restaurantes, por tanto los consumidores y el talento humano son la razón de ser de los restaurantes y quienes determinan la calidad del servicio. Se planteó como objetivo general, describir las características que presentan la gestión del talento humano y la calidad de servicios en los restaurantes del distrito de Ayacucho 2018. La investigación fue de tipo cuantitativa, de nivel descriptiva, para el recojo de la información se escogió una muestra de 43 restaurantes de una población de 102, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta de estilo Likert. Obteniendo los siguientes resultados: El 35% de los encuestados, la mayoría de veces recluta personal; el 67% fija la remuneraciones de acuerdo a las funciones del personal; el 33% algunas veces si algunas veces no promueven programas de capacitación; 40% no concluye el servicio en el tiempo prometido; del 44% de los encuestados el personal no escucha con atención cualquier duda; el 42% siempre consideran importante generar credibilidad en los usuarios finalmente, se puede concluir que las diversas características que presentan la gestión del talento humano y la calidad de servicios en los restaurantes, son vitales para planificar, organiza, dirigir y controlar con los trabajadores y así cumplir los mismos objetivos y brindar un servicio de calidad.

Palabras claves: *calidad, gestión, talento humano*

ABSTRACT

Consumers and human talent are the *raison d'être* of restaurants and who determine the quality of service. The general objective was to describe the characteristics of human talent management and the quality of services in restaurants in the district of Ayacucho 2018. The research was of a quantitative, descriptive level, for the collection of information a sample of 43 restaurants from a population of 102, to whom a questionnaire of 20 closed questions was applied, applying the technique of the Likert-style survey. Obtaining the following results: 35% of the respondents, most of the time recruiting personnel; 67% set the remuneration according to the functions of the staff; 33% sometimes if sometimes they do not promote training programs; 40% does not conclude the service in the promised time; of 44% of respondents the staff does not listen carefully to any doubt; 42% always consider it important to generate credibility in the end users, it is possible to conclude the diverse characteristics that present the management of human talent and the quality of services in restaurants, they are vital to plan, organize, direct and control with the workers and thus meet the same objectives and provide a quality service.

Keywords: *quality, management, human talent*

CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
CONTENIDO.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	10
II. REVISION DE LA LITERATURA	13
2.1. Antecedentes:	13
2.2. Marco Teórico:	18
2.3. Marco conceptual	45
III. HIPOTESIS.....	48
IV. METODOLOGIA	49
4.1. Diseño de la investigación.....	49
4.2. Población y Muestra	50
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	51
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	53
4.5. Plan de Análisis.....	54
4.6. Matriz de consistencia	55
4.7. Principios éticos	57
V. RESULTADOS	58
5.1. Resultados.....	58
5.2. Análisis de resultados.....	78
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	84
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	89
ANEXO	91
ANEXO N° 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACION	92
ANEXO N°2 ENCUESTA	93
ANEXO N° 3: Encuesta Aplicada	95
ANEXO 4: Validación de Encuesta	97
ANEXO 5: Constancia de Validación	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Operacionalización de la variable gestión del talento humano	52
Tabla N° 2. Operacionalización de la variable Calidad de servicios	52
Tabla N° 3. ¿Con que frecuencia recluta personal para su restaurante?	58
Tabla N° 4. ¿Existe pruebas de selección para ocupar un puesto de trabajo?	59
Tabla N° 5. ¿El restaurante cuenta con manual de funciones?	60
Tabla N° 6. ¿Usted guía los procedimientos o funciones para el desarrollo de las actividades en los puestos asignados?	61
Tabla N° 7. ¿La remuneración establecida para cada puesto es acorde a las funciones realizadas?.....	62
Tabla N° 8. ¿El restaurante diseña programas de incentivos para el personal que cumpla las metas establecidas o las llegue a superar?	63
Tabla N° 9. ¿Usted Diseña estímulos para motivar al personal del restaurante?	64
Tabla N° 10. ¿Realiza reuniones con los trabajadores para conocer dificultades?...	65
Tabla N°11. ¿Dentro del restaurante se promueve y planifica programas de capacitación?.....	66
Tabla N°12. ¿Evalúa al personal periódicamente para medir el desempeño en sus funciones?.....	67
Tabla N°13. ¿El restaurante posee una base de datos para la supervisión del personal?	68
Tabla N° 14. ¿El restaurante concluye el servicio en el tiempo prometido?	69
Tabla N° 15. ¿El cliente valora su eficiente servicio?	69
Tabla N°16. ¿Cuando un cliente tiene un problema con respecto al servicio usted Interviene para solucionarlo?.....	70
Tabla N° 17. ¿Qué tan importante considera prestar una atención personalizada? ..	72
Tabla N° 18. ¿El personal del restaurante escucha con atención cualquier duda? ...	73
Tabla N° 19. ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder preguntas de los clientes?.....	74
Tabla N° 20. ¿Considera adecuada las respuestas que brinda el personal al resolver dudas del cliente.....	75
Tabla N° 21. ¿Las habilidades y destrezas del personal ayuda al crecimiento del restaurante?	76
Tabla N° 22. ¿Considera importante generar credibilidad en el usuario?	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. ¿Con que frecuencia recluta personal para su restaurante?	58
Figura N° 2. ¿Existe pruebas de selección para ocupar un puesto de trabajo?.....	59
Figura N° 3. ¿El restaurante cuenta con manual de funciones?	60
Figura N°4. ¿Usted guía los procedimientos o funciones para el desarrollo de las actividades en los puestos asignados?	61
Figura N°5. ¿La remuneración establecida para cada puesto es acorde a las funciones realizadas?	62
Figura N°6. ¿El restaurante diseña programas de incentivos para el personal que cumpla las metas establecidas o las llegue a superar?	63
Figura N° 7. ¿Usted Diseña estímulos para motivar al personal del restaurante?....	64
Figura N° 8. ¿Realiza reuniones con los trabajadores para conocer dificultades? ...	65
Figura N°9. ¿Dentro del restaurante se promueve y planifica programas de capacitación?.....	66
Figura N°10. ¿Evalúa al personal periódicamente para medir el desempeño en sus funciones?	67
Figura N°11. ¿El restaurante posee una base de datos para la supervisión del personal?	68
Figura N° 12. ¿El restaurante concluye el servicio en el tiempo prometido?.....	69
Figura N° 13. ¿El cliente valora su eficiente servicio?.....	70
Figura N° 14. ¿Cuando un cliente tiene un problema con respecto al servicio usted Interviene para solucionarlo?.....	71
Figura N° 15. ¿Qué tan importante considera prestar una atención personalizada? 72	
Figura N° 16. ¿El personal del restaurante escucha con atención cualquier duda?..	73
Figura N° 17. ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder preguntas de los clientes?	74
Figura N° 18. ¿Considera adecuada las respuestas que brinda el personal al resolver dudas del cliente?.....	75
Figura N°19. ¿Las habilidades y destrezas del personal ayuda al crecimiento del restaurante?	76
Figura N° 20. ¿Considera importante generar credibilidad en el usuario?.....	77

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, las empresas innovan en relación a como se desarrollan las diversas capacidades y potencialidades de los trabajadores, para así brindar un servicio adecuado, donde muchos dueños de las empresas tienden a desarrollar diversas actividades para mejorar el rendimiento de los trabajadores, ya se desea llegar a diversos estándares, los cuales generan una mayor productividad para la empresa y posicionarse mejor en el mercado.

La presente investigación está enfocada en describir el cambio que viene sufriendo la gestión del talento humano en su aplicación, convirtiéndose en un factor esencial para el logro de los objetivos de las empresas. Es decir, que el desarrollo humano, su capacidad, su desempeño, están viviendo esos cambios. De igual manera describiremos a la calidad en servicios que también viene sufriendo grandes cambios a fin de amoldarse a las nuevas exigencias del mercado moderno. El talento humano y los clientes son la razón de ser de los restaurantes y quienes determinan la calidad en servicios; por ello es importante desarrollar un diagnóstico del talento humano enfatizado en cada componente tales como: incorporación, compensación, desarrollo de personal que se llevan a cabo dentro de los restaurantes

Para conocer el desarrollo idóneo de la gestión del talento humano y el servicio de calidad en un restaurante es necesario medir la percepción de los administradores o dueños con respecto a conceptos específicos que constituyen el servicio en general. Teniendo en cuenta lo antes señalado y dada la escasa información sobre este tema en nuestra ciudad se determina el problema general mediante la interrogante: ¿Cuáles son las características que presentan la gestión del

talento humano y la calidad de servicios en los restaurantes del distrito de Ayacucho, 2018?

Asimismo, coherente con el problema se ha diseñado el objetivo general: Describir las características que presentan la gestión del talento humano y la calidad de servicios en los restaurantes del distrito de Ayacucho, 2018. De igual manera con los objetivos específicos: Describir las características de la incorporación del personal en los restaurantes, describir las características de la compensación del personal en los restaurantes, describir las características del desarrollo del personal en los restaurantes, describir las características de la confiabilidad del servicio en los restaurantes, describir las características de la empatía del servicio en los restaurantes y describir las características de la seguridad del servicio en los restaurantes.

La investigación a desarrollarse se justifica porque el resultado de este trabajo ayudará mucho a los negocios gastronómicos del distrito de Ayacucho y de otros ámbitos geográficos, ya que aportará al aumento significativo del desempeño laboral de los trabajadores mediante una adecuada gestión del talento humano y por consiguiente mejorar también la calidad de servicios prestados, constituyendo así en una fuente enriquecedora de conocimiento de interés para personas relacionadas al tema. La metodología está basada en el tipo de investigación descriptivo que buscara analizar y describir las características de la gestión del talento humano y la calidad en servicio de los restaurantes en el distrito de Ayacucho, 2018.

Llegando a los siguientes resultados: 35% de los encuestados, la mayoría de veces recluta personal; el 67% fija la remuneraciones de acuerdo a las funciones del personal; el 33% algunas veces si algunas veces no promueven programas de

capacitación; 40% no concluye el servicio en el tiempo prometido; del 44% de los encuestados el personal no escucha con atención cualquier duda; el 42% siempre consideran importante generar credibilidad en los usuarios finalmente, se puede concluir que las diversas características que presentan la gestión del talento humano y la calidad de servicios en los restaurantes, son vitales para planificar, organizar, dirigir y controlar con los trabajadores y así cumplir los mismos objetivos y brindar un servicio de calidad.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes:

a). A nivel internacional

(Perez, 2014), En la tesis titulada: *“La Gestión del Talento Humano y su incidencia en la calidad del servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda”*. Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato, Ambato-Ecuador.

De los resultados que se obtuvo de la investigación, se determina que los encuestados califican de buena la gestión que se lleva en la cooperativa con el 62%, mientras que un 38% dice que es regular. El 84% de los socios considera que la calidad del servicio que ha recibido es buena, en tanto que el 16% no considera que sea de mala calidad el servicio proporcionado en la cooperativa. De manera general se necesita mejorar aún más la gestión del talento humano, en base a las competencias y aprovechar las bondades de los mismos.

Una de las conclusiones a las que llego fue la siguiente: La cooperativa desea incrementar su nómina de socios activos, en sus varias modalidades de créditos, orientado a los clientes jóvenes para que puedan conseguir sus metas a través del ahorro y la inversión. La calidad del servicio que brinda la cooperativa es buena, la misma que requiere de ajustes en el área de recursos humanos para que una calificación de muy buena. Se debe proporcionar un nuevo sistema de gestión del 25 talento humano, que

administre con mayor efectividad el trabajo de los empleados en la matriz y las sucursales que posee la cooperativa.

b). A nivel nacional

(Osorio, 2015), en su tesis titulada: “*Gestión del Talento Humano y la Calidad de Servicio en el Minimarket Adonay del Distrito de Andahuaylas*”, plan de tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Perú.

La encuesta fue aplicada a 16 trabajadores y a 73 clientes. Para la obtención de la información se aplicó dos encuestas: la primera sobre la gestión del talento, y la segunda sobre la calidad de servicio, ambos cuestionarios estuvieron compuesto por 24 ítems según escala de Likert. Los resultados obtenidos fueron de 0.961 para el cuestionario de gestión del talento humano y de 0.984 para el cuestionario de calidad de servicio por tanto los instrumentos son fiables y consistentes. “Para medir la correlación que existe entre estas dos variables, se utilizó el coeficiente de relación de Spearman, en el que se observa un valor de 0,672 lo que significa que existe una correlación positiva moderada y con respecto al” valor de “sig” se obtuvo un resultado de 0.004, que es menor a 0.05 (nivel de significancia), entonces no existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación por ser $\text{sig.} < 0,05$. Las conclusiones a las que se llegó mediante este estudio, muestran que los trabajadores manifiestan estar totalmente de acuerdo con la aplicación de la gestión del talento humano

que desarrolla el minimarket, así mismo los clientes indican estar totalmente de acuerdo y de acuerdo, con respecto a la calidad de servicio que recibe por parte minimarket.

(Puyen & Farfan, 2017), estudiaron la “*Gestión del talento humano y la calidad del servicio en hoteles tres estrellas del distrito de Zorritos*”, “tesis para optar el título de licenciado en Administración, de la Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes – Perú, teniendo como objetivo general de determinar cómo es la gestión del talento humano y la calidad del servicio en hoteles tres estrellas del” distrito de Zorritos 2015 y llegando a las siguientes conclusiones y resultados.

De los resultados obtenidos, es importante resaltar que la gestión del talento humano es un factor crítico a la hora de mantener una ventaja competitiva y tener éxito en el mercado; por lo que se recomienda generar un reclutamiento interno, practicar una comunicación abierta y participativa y una atención adecuada a las necesidades más personales del talento humano.

Llegando a la siguiente conclusión de uno los factores que se evalúan en la actualidad es el incremento de la calidad del servicio reforzando la profesionalización de los servicios prestados (personal altamente capacitado) y el trato individualizado al cliente; de este modo a través de este trato individual se pueden detectar de forma más minuciosa las necesidades específicas de cada cliente, lo que se refleja los resultados de

la encuesta realizada, donde el 79% señaló estar de acuerdo con la atención individualizada en estos establecimientos.

(Urquia, 2016), en su tesis: “*Gestión del talento humano y calidad del servicio en el Centro de Salud “Villa Victoria Porvenir - Surquillo, 2016”*”. Para optar el grado de magister, de la Universidad Cesar Vallejos, Lima – Perú. Llegando a las siguientes conclusiones y resultados.

El método aplicado en la investigación corresponde al tipo de estudio: cuantitativo, descriptivo y correlacional de diseño no experimental, de corte transversal. El muestreo fue de manera probabilística aleatoria simple, para efectos del mismo, se utilizó para estudiar la variable calidad de servicio, con el instrumento SERVQUAL, esta encuesta fue modificada para los establecimientos de salud, validado y modificado para los establecimientos de salud por el Ministerio de Salud del Perú, evalúa la calidad de atención en consulta externa percibida por los usuarios, este instrumento consta de 2 dimensiones : expectativas y percepciones, para la variable gestión del talento humano se utilizó el cuestionario en escala de Likert. Consta de tres dimensiones evaluación del desempeño, gestión por competencias, y gestión del cambio. Como resultado final se concluyó que existe relación directa y significativa entre la gestión del talento humano y calidad de servicio en el Centro de Salud Villa Victoria Porvenir, Surquillo. Coeficiente de Spearman ($r = 0,978$) y el ($p=0,000<0,01$).

c). A nivel local

(Arapa, 2017), en su tesis: “*Calidad de Servicios e Influencia en la Satisfacción de clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho*” “tesis para optar el título profesional en la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho – Perú. Llegando a las siguientes conclusiones y resultados. Los resultados obtenidos con respecto a las dimensiones de calidad del servicio definitivamente influyen en la satisfacción”

La satisfacción influye en los clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho, en ocasiones ofrece buen servicio, satisface moderadamente las necesidades de los consumidores; sin embargo, es posible que la prestación de los servicios a los requerimientos y las expectativas de los clientes consumidores son cuestionadas, mientras los restaurantes ofrezcan un mejor servicio aumentarían la satisfacción de los comensales, debido a que en la actualidad muestran serias limitaciones en cuanto a la calidad de los servicios, conforme a los resultados y el análisis efectuada.

Igualmente, las habilidades interpersonales, así como las destrezas de los colaboradores, sobre todo mozos, aquellos que están en contacto permanente con los consumidores, tienen relevante influencia positiva en los aspectos afectivos de los clientes consumidores; rapidez y centrarse en los requerimientos, mostrar dedicación y concentración en la información y demás atenciones con el único propósito de satisfacción en sus requerimientos.

(De la Cruz, 2009), en su tesis: *“La nueva gestión del potencial humano y su evaluación de desempeño en las instituciones financieras de Huamanga*. Tesis para optar el título profesional. En la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho – Perú. Llegando a las siguientes conclusiones y resultados”.

“Se ha demostrado con evidencias significativas estadísticamente que los desempeños laborales en las instituciones financieras de Huamanga que definitivamente son influidos por acciones de motivación y los diferentes programas de incentivos; por ejemplo, los reconocimientos individuales, la imparcialidad y transparencia” en los ascensos y las promociones de los empleados y fundamentalmente los incentivos por productividad, “demostrándose de esta manera la validez de la hipótesis principal. Asimismo, es posible afirmar que, el dominio de destrezas y habilidades, el buen nivel de conocimientos actualizados, los comportamientos y conductas adecuadas que generan un clima organizacional para el óptimo” “rendimiento laboral tienen una importante y decisiva influencia de un conjunto de acciones de motivación, de estímulos, incentivos, de reconocimientos, todas estas, características de la nueva gestión de personas, con la cual se refuerza la validez de la hipótesis principal”.

2.2. Marco Teórico:

Gestión del Talento Humano

Se busca el desarrollo e involucramiento del capital humano, elevando las competencias de cada persona que trabaja en la empresa; la gestión del

talento humano permite la comunicación entre los trabajadores y la organización involucrando la empresa con las “necesidades y deseos de sus trabajadores con el fin de ayudarlos, respaldarlos y ofrecerles un desarrollo personal capaz de enriquecer la personalidad y motivación de cada trabajador que se constituye en el capital más importante de la empresa, su gente”. (Vallejo , 2015).

(Chiavenato, Gestion del Talento Humano tercera edicion, 2009), “Chiavenato define a la Gestión del talento humano como el conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las personas o recursos, incluidos el reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación de desempeño”.

(Vasquez, 2009). Menciona a “la gestión del talento humano como una actividad que depende de las jerarquías, las órdenes y mandatos. Predomina la importancia de una participación de las organizaciones donde se implica formar una serie de medidas como el compromiso de los trabajadores”, con objetivos empresariales, el pago de sueldos. Acorde a la productividad de cada empleador, un trato justo a éstos y una formación profesional.

Características de la Gestión del Talento Humano

No puede ser propiedad de la organización, a diferencia de otros tipos de recursos: los conocimientos, la experiencia, las habilidades, etc. son patrimonio personal. Las actividades de las personas en las organizaciones son voluntarias. No por el hecho de existir un contrato de trabajo, la organización va a contar con el mejor esfuerzo de su personal; por el contrario, sólo contará con él cuando el

trabajador perciba que esa actividad va a ser provechosa y que los objetivos organizacionales concuerden con los particulares. (Sanchez, 1993, pág. 8).

Las experiencias, los conocimientos, las habilidades, etc., son intangibles. Se manifiestan solo a través del comportamiento de las personas en las organizaciones.

Los recursos humanos pueden ser perfeccionados mediante la capacitación y el desarrollo. Es decir, mejorando los recursos ya existentes o descubriendo otras habilidades básicas que potencialmente tiene el personal.

Los recursos humanos son escasos. Esto se debe a que no todo el personal posee las mismas capacidades, habilidades y conocimientos. En este sentido hay personas y organizaciones dispuestas a cambiar dinero y otros bienes por el servicio de otros, es así como surge el mercado de trabajo. (Sanchez, 1993, pág. 8)

Funciones de la Gestión del Talento

La gestión del talento humano está constituida por las personas y las organizaciones. Las personas, como trabajadores permanecen gran parte de sus vidas en las empresas, las que dependen del individuo para funcionar y alcanzar el éxito. Ya que es de conocimiento que el trabajo consume el tiempo considerable de la vida y del esfuerzo de las personas que dependen de él para de alguna manera vivir y alcanzar el éxito personal. Hacer un desglose del trabajo de la existencia de las personas es muy difícil, casi imposible, por la importancia y el efecto que tiene en ellas.

Por tal razón, Chiavenato concreta la gestión del talento humano como un área bastante sensible a la manera de pensar que predomina en las organizaciones. Es por ello, que para gestionar el talento humano dentro de las empresas, impera la importancia de tener presente ciertos elementos, que hacen posible esta ardua labor, tanto para su ejecución como para llevar un control sobre ellos. (Chiavenato, Gestión del Talento Humano tercera edición, 2009, pág. 51).

Objetivos de la Administración del Talento Humano

Los objetivos de la administración del talento humano ayuda a lograr el efecto que se desea alcanzar en las empresas; estos objetivos son (Vallejo , 2015, págs. 19-20-21):

- **La organización a alcanzar sus objetivos y realizar su misión.-** Se refiere al cumplimiento de los mismos.
- **Proporcionar competitividad a la organización.-** Es decir, saber crear, desarrollar y aplicar habilidades y competencias del personal; ser productivos.
- **Proporcionar a la organización personas idóneas y motivadas.-** Recluta y selecciona al personal más idóneo para retenerlo y mantenerlo motivado.
- **Incrementar la satisfacción en el trabajo.-** Las personas satisfechas son más productivas, pero las personas insatisfechas se desvinculan de la empresa, se ausentan con frecuencia, lo que provoca un índice de infelicidad. En cambio, los trabajadores internos felices constituyen el éxito de la empresa.

- **Desarrollar y mantener la calidad de vida en el trabajo.-** Para desarrollar y mantener la calidad de vida en el trabajo son importantes los siguientes aspectos: el estilo de administración, la libertad, la autonomía para tomar decisiones, el ambiente de trabajo agradable, la familiaridad, la seguridad en el empleo, las horas adecuadas de trabajo y las tareas significativas agradables. Es convertir a la organización en un lugar deseable y atractivo para retener a los talentos.
- **Administrar y generar cambios.-** “Es adaptarse a los cambios sociales, tecnológicos, económicos, culturales y políticos. Los cambios traen nuevos enfoques que son flexibles y ágiles, los mismos que proponen nuevas estrategias, filosofías, programas, procedimientos y soluciones a los problemas actuales y tendencias del mercado”.
- **Mantener políticas éticas y de transparencia.-** Rendición de cuentas que muestre la transparencia, que sea justa, confiable y ética.
- **Sinergia.-** Es trabajar todos para un mismo fin, un mismo objetivo, sean estos de la organización o personales. Es decir, buscamos relaciones ganar-ganar; a esto se conoce como cultura corporativa o estilo de administración.
- **Diseñar el trabajo individual y en equipo.-** El diseño de trabajo individual y grupal debe ser significativo, agradable y motivador, ofreciendo excelentes condiciones de trabajo, mejorando las condiciones de vida dentro de la organización.

- **Recompensar a los talentos.-** Es importante recompensar el cumplimiento de los objetivos de los trabajadores y recompensar, estimular su actuación dentro de la empresa.
- **Evaluar su desempeño.-** La evaluación permite mejorar continuamente aspectos del capital humano y capital intelectual de las personas en la organización. (Vallejo , 2015, págs. 19, 20, 21).

Importancia de la administración del talento humano

Existen trabajadores que están insatisfechos con el empleo actual o el clima organizacional, convirtiéndose en una preocupación para los gerentes; estos problemas, si no se resuelven al momento, se convertirán en urgencias por resolverse. En las empresas, existe un sinnúmero de problemas y conflictos que deben ser resueltos por las personas que trabajan en la organización; para ello es necesario contar con trabajadores calificados, con capacidad de respuesta inmediata y resolución de conflictos.

“Aun cuando los activos financieros y el equipamiento de planta son recursos necesarios para la organización, los empleados tienen su importancia considerable, el talento humano proporciona la chispa creativa en cualquier organización; la gente se encarga de diseñar y producir” los bienes y servicios, de controlar la calidad, de distribuir los “productos, de asignar los recursos financieros, de establecer los objetivos y estrategias para la organización. Sin gente eficiente, es imposible que una organización logre sus objetivos. El trabajo

del director de talento humano es influir en la relación organización empleados”.
(Vallejo , 2015, pág. 21)

Procesos de la gestión del talento humano

a). Reclutamiento

Buscar a candidatos idóneos que cubran los puestos que las organizaciones ofrezcan.

(Chiavenato, Administracion de Recursos Humanos, 2000). Considera a los siguientes medios de reclutamiento:

- **Reclutamiento interno**

Es cuando la empresa cubre sus vacantes con sus mismos empleados, ya sea por transferencia de personal, ascenso o transferidos con ascenso. Chiavenato I. (2000)

- **Reclutamiento externo**

Es cuando se busca fuera de la empresa a los candidatos que cubrirán la vacante solicitada, a través de las técnicas de reclutamiento.
(Chiavenato, Administracion de Recursos Humanos, 2000)

- **Reclutamiento mixto**

Chiavenato I. (2000). “Es la mezcla del interno y el externo. Al cubrir la vacante solicitada con personal de la empresa, entonces se requerirá de llenar ese hueco que deja la persona ascendida. Por lo que se

cubrirá por medio del reclutamiento externo”. Este proceso se podrá realizar primero externo y luego interno, primero interno y luego externo o simultáneo.

b). Selección de talento humano

El éxito en las organizaciones es la calidad de las personas que trabajan en ellas, quienes generan productividad, calidad y competitividad; sin personas, las organizaciones no funcionan. La competitividad de las organizaciones depende de las competencias de las personas, el capital humano de las empresas. La selección es el proceso de escoger al mejor candidato para el puesto, bajo criterios de selección del perfil del puesto disponible. (Vallejo , 2015, pág. 55)

(Chiavemato, 2002). “Es un proceso mediante el cual una organización elige, entre una lista de candidatos, la persona que satisface mejor los criterios exigidos para ocupar el cargo disponible, considerando las actuales condiciones del mercado”.

(Ibañez Machico, 2011). “Es un procedimiento técnico científico para encontrar a la persona que reúne los requisitos, habilidades, conocimientos, experiencias y demás cualidades para cubrir el puesto determinado”.

c). Incorporación

“El proceso utilizado para diseñar las actividades que las personas realizarán en la empresa, para orientar y acompañar su desempeño. Incluyen diseño organizacional y diseño de puestos, análisis y descripción de puestos, orientación de las personas y evaluación del desempeño”.

d). Capacitación

Proceso empleado para incrementar el desarrollo profesional y personal de los empleados. Incluyen entrenamiento, programas de cambio, de comunicación e integración y desarrollo de carrera.

(De Cenzo & Robbins, 1999). “Mencionan que es estimular las cualidades personales de los empleados de manera que las mejoras que se lleven a cabo conduzcan hacia una mayor productividad en la organización.

Para que los colaboradores tengan éxito dentro de la empresa deben capacitarse”, “desarrollarse en habilidades relevantes para desempeñar sus funciones actuales y futuras. Para esto los profesionales de administración de recursos humanos deben conocer los métodos de los adultos, relacionar la capacitación con los propósitos de la organización y evaluar los resultados”.

e). Retención

Procesos utilizados para crear condiciones ambientales y psicológicas satisfactorias para las “actividades de las personas, pero también para incentivar a las personas y satisfacer sus necesidades más sentidas. Incluye recompensas, remuneración, beneficios, y servicios sociales, administración de la disciplina, higiene, seguridad y calidad de vida, y mantenimiento de las relaciones sindicales”. (Manrique, 2015).

Desempeño Laboral

(Chiavemato, 2002). Es la eficacia del personal que trabaja dentro de las organizaciones, la cual es necesaria para la organización, funcionando el individuo con una gran labor y satisfacción laboral.

(Araujo & Leal Guerra, 2007). El desempeño laboral depende y se mide en varios factores: elementos, habilidades, características o competencias pertenecientes a los conocimientos, habilidades y capacidades desarrolladas por el empleado y aplicadas en su área de trabajo.

Variables que afectan el Desempeño Laboral

(Goldman Zuloaga, 2014). “El desempeño laboral es la apreciación, más o menos objetiva en función de estándares e indicadores, respecto de cuál es el nivel de ajuste entre el esfuerzo del trabajador, los logros alcanzados, la calidad de su trabajo en un contexto” organizacional y de industria.

- Liderazgo
- La carga de trabajo producto de la distribución de tareas
- Los estándares mal diseñados
- La selección
- Retroalimentación
- Punto de vista del trabajador

Evaluación del Desempeño.

Es una apreciación sistemática de cómo cada persona se desempeña en un puesto y su potencial de desarrollo futuro.

Toda evaluación es un proceso de estimular o juzgar el valor, la excelencia y las cualidades de una persona. La evaluación de los individuos que desempeñan papeles dentro de una organización se hace aplicando varios procedimientos que se conocen por distintos nombres, como evaluación del desempeño, evaluación

de méritos, informes de avance, evaluación de eficiencia en las funciones. (Chiavenato, Administración de Recursos Humanos, 2007).

Señalan que la evaluación del desempeño es la “base para que el administrador defina a empleados candidatos a futuras promociones. Evalúa sus capacidades y limitaciones donde se señala si las tareas realizadas se hacen de la manera correcta y debe ser parte integral de un sistema de administración”. (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2004).

Sueldos y Salarios

“Es la gratificación que los colaboradores perciben a cambio de su trabajo. La administración de esta vital área es a través del departamento de personal garantiza la satisfacción de los empleados, lo que a su vez ayuda a la organización” “a obtener y mantener para retener una fuerza de trabajo productiva. La flexibilidad y adaptabilidad de la administración de las compensaciones se origina en la amplia gama de sectores que toca. Estas áreas pueden ajustarse con rapidez para que correspondan” a la estrategia general de la compañía.

Los seis procesos de la administración de recursos humanos

1. Incorporar a las personas

Procesos para incluir nuevas personas en la organización que pueden denominarse procesos de provisión o suministro de personas, incluye reclutamiento y selección de personas, (Delgado Gonzalez & Ventura, 2011).

La inducción es una actividad dirigida al nuevo personal que ingresa a la empresa. No solo los nuevos trabajadores no son los únicos destinatarios de estos programas, también se debe desarrollar con todo el personal que aún no conoce sus funciones en su totalidad, por ejemplo el personal que ha sido transferido a diferentes posiciones dentro de la organización y para quienes ascienden a otros puestos. La responsabilidad de llevar a cabo el proceso de inducción y orientación puede corresponder tanto al supervisor como al jefe de personal.

- **Reclutamiento de personas:**

En el proceso de reclutamiento la organización atrae a candidatos al mercado de recursos humanos, para abastecer su proceso de selección. En realidad, el reclutamiento funciona como un proceso de comunicación: la organización divulga y ofrece oportunidades de trabajo al MRH (mercado de recursos humanos). El reclutamiento tal como ocurre con el proceso de comunicación es un proceso de dos vías: comunica y divulga oportunidades de empleo, al mismo tiempo que atrae a los candidatos al proceso de selección. Si el reclutamiento tan sólo comunica y divulga, no alcanza sus objetivos básicos. Lo fundamental es que atraiga candidatos para que seleccionados. (Chiavenato, Gestión del Talento Humano tercera edición, 2009).

- **Selección de personal:**

La selección de personal es un sistema de comparación y elección. Por consiguiente, debe apoyarse “en algún patrón o criterio para alcanzar cierta validez en la comparación. El patrón o criterio de

comparación y elección debe formularse a partir de la información sobre el cargo que debe cubrirse y sobre los candidatos que se presentan” (Fernandez Aguado, 2008).

- **Técnicas de selección:**

“Las técnicas de selección se agrupan en cinco categorías: entrevista, pruebas de conocimiento o capacidad, pruebas psicométricas, pruebas de personalidad y técnicas de simulación. Una buena técnica de selección debe tener ciertos atributos, como rapidez y confiabilidad”.

“Además, debe ser el mejor mecanismo de predicción del buen desempeño futuro del candidato en el cargo. La predictibilidad es el atributo de la técnica de selección que permite predecir el comportamiento del candidato en el cargo que ocupara”. “Cuando se trata de ciencias humanas, el margen de error es bastante mayor frente al de las ciencias físicas. En la práctica, se elige más de una técnica de selección para cada paso, entre entrevistas de selección, entrevistas técnicas, pruebas” “de conocimiento, pruebas de capacidad, pruebas psicométricas, pruebas de personalidad y técnicas de simulación. Si el cargo es sencillo, como la mayoría de los cargos por horas, generalmente se aplican entrevistas de selección, pruebas de conocimientos y pruebas de capacidad”. “En cargos complejos, como el gerentes y directores, se aplica una serie de pruebas de conocimientos, pruebas psicométricas, pruebas de personalidad y técnicas de simulación, además de entrevistas con diversas personas

encargadas de tomar decisiones, formar opinión en la organización”.
(Chiavenato, Gestion del Talento Humano tercera edicion, 2009).

2. Colocar a las personas

“En otras organizaciones, los procesos de aplicación de personas son sofisticados y refinados, pues se basan en modelos orgánicos fundamentados en una visión sistémica y de gran alcance. Estos modelos siguen el modelo orgánico, la adaptabilidad y la flexibilidad, hacen énfasis en la eficacia y exigen que las personas” se orienten más hacia las metas que se deben alcanzar y los objetivos que se deben conseguir para desarrollar las actividades con cierta libertad de elección, obedeciendo las normas generales de la organización (Chiavenato, Administracion de Recursos Humanos, 2007).

3. Recompensar a las personas

Los procesos para recompensar a las personas constituyen los elementos fundamentales para incentivar y motivar a los trabajadores de la organización, siempre que los objetivos organizacionales sean alcanzados y los objetivos individuales sean satisfechos. (Chiavenato, Gestion del Talento Humano tercera edicion, 2009).

Las organizaciones desarrollan sistemas de recompensas que provocan un efecto directo en su capacidad para atraer, retener y motivar a los trabajadores. Por una parte, las recompensas buscan incentivar la

contribución de las personas para alcanzar los objetivos y la rentabilidad de la organización. (Chiavenato, Gestión del talento humano, 2009).

- **Remuneración:** Todos trabajamos para obtener algo a cambio. Como socio de la empresa, cada colaborador se interesa en invertir trabajo, dedicación y esfuerzo personal, conocimientos y habilidades, para recibir la remuneración adecuada. (Ibañez Machico, 2011)
- **Programa de incentivos:** “Sistema de recompensas incluye el paquete total de beneficios que la organización pone a disposición de sus miembros, así como los mecanismos y procedimientos para distribuirlo. No solo se tiene en cuenta salarios, vacaciones, bonificaciones, asensos, sino también otras compensaciones” “menos visibles, como seguridad en el empleo, transferencias laterales a posiciones más desafiantes o a posiciones que implique crecimiento, desarrollo adicional y varias formas de reconocimiento del desempeño excelente”. (Chiavenato, Gestión del Talento Humano tercera edición, 2009).
- **Beneficios y servicios:** Concepto de beneficios sociales Beneficios son ciertas regalías y ventajas que las organizaciones conceden a la totalidad o parte de los “empleados como pagos adicionales de los salarios. En general, constituyen un paquete de beneficios y servicios que es parte integral de la remuneración del personal. Los beneficios sociales están estrechamente relacionados con aspectos de la

responsabilidad social de la organización” (Chiavenato, Administracion de Recursos Humanos, 2007).

4. Desarrollo de personal

Los procesos de “desarrollo implican tres estados que se superponen: el entrenamiento, el desarrollo de personas y el desarrollo organizacional. Los estratos menores, como entrenamiento y desarrollo de personal (E&D), estudian el aprendizaje individual y como aprenden y se desarrollan las personas”. El desarrollo organizacional (DO) es el estrato más amplio y se refiere a como aprenden y se desarrollan las organizaciones a través del cambio y la innovación. (Chiavenato, Gestion del Talento Humano tercera edicion, 2009).

- **La capacitación:** Es el proceso de desarrollar cualidades en los recursos humanos, preparándolos para que sean más productivos y contribuyan mejor al logro de los objetivos de la organización. El propósito de la capacitación es influir en los comportamientos de los individuos para aumentar su productividad en su trabajo (Chiavenato, Gestion del Talento Humano tercera edicion, 2009, pág. 332).

5. Retener a las personas

“El procesos utilizados para crear condiciones ambientales y psicológicas satisfactorias para las actividades de las personas, incluye, administración de la disciplina, higiene, seguridad, calidad de vida y

mantenimiento de las relaciones sindicales. (Chiavenato, Gestion del Talento Humano tercera edicion, 2009)”.

6. Supervisar a las personas

Monitorear significa seguir, acompañar, orientar y mantener el comportamiento de las personas dentro de determinados límites de variación.

En una cultura democrática y participativa, el control externo se debe sustituir por el autocontrol y la autonomía de las personas, orientados hacia metas y resultados que se deben alcanzar. Monitorear significa acompañar esas y actividades, a fin de garantizar que la planeación se ejecute bien y que los objetivos se alcancen de manera adecuada. Los procesos de monitorear están relacionados con la manera de alcanzar los objetivos a través de la actividad de las personas que conforman la organización. En este aspecto, la función del staff y la responsabilidad gerencial de línea adquieren límites más precisos. La función staff consiste en diseñar sistemas de recolección y obtención de datos para abastecer el sistema de información gerencial que sirve de soporte a las decisiones gerenciales de línea. (Chiavenato, Administracion de Recursos Humanos, 2007)

Calidad de Servicio

Hernández Palacios (2009) citado por (Acosta, 2017)menciona que la calidad de servicio es una metodología que organizaciones privadas o públicas; implementan para garantizar la plena satisfacción de sus clientes tanto internos como externos, para que los clientes continúan consumiendo el producto o servicio ofrecido y la recomiendan a otros clientes.

La calidad del servicio se ha ido consolidando como un fenómeno ampliamente tratado por los investigadores. La calidad en los servicios se viene considerando uno de los asuntos más importantes en el mundo de los negocios en la actualidad. Además, ha ido adquiriendo un papel preponderante para las organizaciones, ya que se ha convertido en una estrategia que permite satisfacer al cliente y contar con su lealtad. (Gronroos, 1994). Se realizará una revisión de la literatura relativa al concepto, modelos de análisis y medición de la misma y de las dimensiones que la componen.

Conceptualización de la Calidad de Servicio:

Las aportaciones de la literatura en lo referente al concepto de calidad del servicio se pueden clasificar atendiendo a tres criterios, concretamente los siguientes: La calidad del servicio como comparativa entre las expectativas y las percepciones de los clientes, como actitud satisfacción de los clientes con los servicios del proveedor y como estrategia competitiva de diferenciación.

a) La calidad del servicio como comparativa entre las expectativas y las percepciones del cliente

En términos generales, (Gronroos, 1994), apunta que la calidad del servicio debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido. El autor pone el

énfasis en el cliente, indicando que la calidad del servicio es un concepto que gira alrededor de la figura del cliente.

En este contexto, una de las primeras conceptualizaciones que se han realizado de la calidad del servicio, basada en (Oliver, 1980), es la que se ha venido en denominar el paradigma de la disconformidad, es decir, valorar la calidad del servicio percibida como un desajuste entre expectativas y percepciones de resultados.

Según el paradigma de la disconformidad, el consumidor realiza después del consumo una comparación entre la percepción sobre los resultados obtenidos del producto y las expectativas creadas previamente. El nivel de satisfacción viene entonces determinado por dicha diferencia o discrepancia, denominada disconformidad de expectativas. Habrá disconformidad positiva, cuando las percepciones superen las expectativas, disconformidad negativa si los resultados no alcanzan el nivel de expectativas y confirmación o disconformidad nula en el caso de cumplimiento de las expectativas.

La satisfacción se da cuando existe disconformidad positiva o confirmación de las expectativas, mientras que la insatisfacción aparece si hay disconformidad negativa. Profundizando en esta perspectiva, (Parasuraman, A.; Zeithaml, V.; Berry, L., 1994), definen el concepto de calidad del servicio a partir de los hallazgos aportados en las sesiones de grupo que hicieron en su investigación. Afirman que todos los grupos entrevistados apoyaron decididamente la noción de que el factor clave para lograr un alto

nivel de calidad en el servicio era igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio.

De estas aportaciones se conceptualiza a la calidad del servicio como comparativa entre expectativas y percepciones de los clientes (Gronroos, 1994); (Parasuraman, A.; Zeithaml, V.; Berry, L., 1994). Comprendiendo a este enfoque, la calidad del servicio viene a ser el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido.

La visión que se plantea es que el factor clave para lograr un alto nivel de calidad en el servicio es igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio.

b) La calidad del servicio como actitud/satisfacción con los servicios del proveedor

Los autores (Parasuraman, A.; Zeithaml, V.; Berry, L., 1994), añaden a la perspectiva anterior, que la calidad del servicio también es el grado en que un servicio satisface o excede las expectativas de los clientes. Desde este punto de vista, se puede definir la calidad del servicio como actitud satisfacción (Cronin, 1992).

Este enfoque sugiere que los consumidores basan su actitud hacia un proveedor en sus experiencias de compra anteriores experimentadas con dicha empresa. Entonces la actitud se modifica según el nivel de satisfacción experimentado por el consumidor durante los encuentros sucesivos con la

empresa, siendo un factor determinante en sus intenciones actuales de compra. Si la calidad del servicio es una actitud, entonces:

- En el momento de omitir la experiencia anterior con un proveedor de servicio, las expectativas definen el nivel de la calidad del servicio percibido inicialmente.
- En la primera experiencia con el proveedor del servicio, los procesos que no son confirmativos derivan en una revisión en el nivel inicial de la calidad del servicio percibido.
- Las experiencias subsecuentes con el proveedor del servicio, modificarán nuevamente el nivel de la calidad del servicio percibido.
- El nivel redefinido de la calidad del servicio percibido puede cambiar las intenciones de compra de los consumidores. Según este enfoque, la calidad del servicio implica la satisfacción del cliente, repetición de compra y recomendación posterior, lo que puede generar lealtad a ese proveedor.

c) La calidad del servicio como estrategia competitiva de diferenciación

Atendiendo a otras aportaciones, se puede afirmar que la entrega de altos niveles de calidad del servicio es una estrategia para el éxito y la supervivencia de las empresas orientada a la creación de ventajas

Competitivas de diferenciación frente a la competencia (Porter, 1985); (Zeithmal, Bitner, & Gremler, 2009). Varios investigadores han tratado de definir y medir la calidad del servicio, así, (Bitner, Stephen, & Matthew, 2000), definen la calidad del servicio como la impresión total que tienen los

clientes sobre la inferioridad/superioridad de la empresa y sus servicios, en comparación con la competencia.

A continuación se estudian las dimensiones de la calidad del servicio y, se realizará una revisión de la literatura en lo referente a los modelos explicativos de la calidad del servicio, que han ido aportando luz en cuanto a las dimensiones de la misma. Algunos de estos modelos además han delimitado instrumentos de medida, algunos de ellos ampliamente aceptados en la comunidad académica como el SERVQUAL.

d) La Calidad de Servicio multidimensional:

Es una idea ampliamente aceptada el carácter multidimensional de la calidad del servicio desde una aproximación teórica. Otra cosa muy diferente es la identificación de los determinantes de la variable calidad del servicio. Las diferentes clasificaciones de las dimensiones que componen el constructo son muy variables y heterogéneas, sin que exista por el momento ningún consenso al respecto.

En los trabajos de autores como (Parasuraman, A.; Zeithaml, V.; Berry, L., 1994), (Gronroos, 1994), se han identificado diferentes dimensiones de la calidad del servicio, concretamente las siguientes: Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, competencia, acceso, cortesía, comunicación, credibilidad, seguridad y entender al cliente.

Brevemente se conceptualiza las principales dimensiones de la calidad de servicios

- ✓ **La fiabilidad:** La empresa garantiza el servicio desde la primera vez, incluye la consistencia de actuación y confiabilidad. Además, se compromete a cumplir lo prometido. Dentro de esta dimensión, también figura el hecho de gestionar los datos del cliente correctamente y realizar el servicio con puntualidad. (Parasuraman, A.; Zeithaml, V.; Berry, L., 1994)
- ✓ **La tangibilidad:** Esta dimensión forma la parte física del servicio como son, las facilidades físicas, la apariencia del personal, las herramientas y los equipos usados para apoyar el servicio.
- ✓ **La capacidad de respuesta:** Esta dimensión se preocupa por el buen hacer y rapidez de los colaboradores a la hora de realizar el servicio. Por otro lado, incluye el aspecto temporal, es decir, se realiza una transacción inmediatamente, se llama al cliente rápidamente y se le entrega el servicio puntualmente.
- ✓ **La competencia:** Esta dimensión implica tener habilidades y conocimientos suficientes para desarrollar los servicios. (Gronroos, 1994), se ha referido a esta dimensión con los términos de profesionalidad y habilidad.
- ✓ **El acceso:** Incluye el acercamiento, la habilidad y la facilidad de contacto con los clientes. Es decir, el servicio debe ser fácilmente accesible por los medios oportunos.

- ✓ **La cortesía:** Se refiere al respeto, la consideración y la amigabilidad en el contacto personal. Importante también es, tener una adecuada consideración con los consumidores, ésta es un aspecto estratégico y fundamental. . (Gronroos, 1994), se ha referido a la misma bajo la denominación de actitud y comportamiento.
- ✓ **La comunicación:** Significa adaptar el lenguaje e idioma al cliente, para que éste pueda entender todos los aspectos del servicio, además de saber escuchar a los clientes. Por otro lado, la compañía tiene que adaptarse a cada tipo de consumidor, así como explicar las características del servicio ofrecido aclarando su coste.
- ✓ **La credibilidad:** Incluye aspectos como la confianza, la fidelidad y la honestidad, además de contar con el cliente en la lista de grupos de interés de la empresa. Otros elementos que componen esta dimensión deben ser, el nombre de la compañía, la reputación de la misma y las características del contacto personal.
- ✓ **La seguridad:** Es la nulidad de peligro y del riesgo a posibles dudas. Se refiere a la seguridad física y la confidencialidad de los datos del cliente y se considera una de las dimensiones más importantes.
- ✓ **Entender al cliente:** Significa hacer un esfuerzo que apoye una atención individualizada, reconociendo las normas y costumbres de cada cliente o segmento de clientes.

Modelos de medición de la Calidad de Servicio:

Si una empresa está seriamente decidida a enfocarse al cliente y mejorar el nivel de servicio que ofrece, es necesario que desarrolle medios objetivos para medir su desempeño. Tal como (Deming, 1989, citado en Zeithaml & Bitner, 2002) dijo, lo que no se mide no se conoce. Ninguna empresa puede plantearse la mejora continua si no tiene un pleno conocimiento de sus áreas de oportunidad. Entonces, es necesario medir y saber en qué posición se encuentra la organización y si se está realizando algún progreso en comparación con los objetivos determinados.

Modelo SERVQUAL

Del modelo de los GAPs de (Parasuraman, Bery, & Zeithml, 1991), los mismos autores en 1994 desarrollaron un modelo que permitiese cuantificar la calidad del servicio llamado SERVQUAL. Este modelo permite aproximarse a la medición de la misma mediante la evaluación por separado de las expectativas y percepciones de un cliente.

El origen de este modelo fue el estudio de (Parasuraman, Bery, & Zeithml, 1991), así como los estudios posteriores de los mismos autores. En estos trabajos, los investigadores, profundizaron en los componentes o dimensiones de la calidad del servicio percibida. En un primer momento determinaron una lista de diez dimensiones que consideraban fundamentales en la prestación del servicio, las cuales fueron (Parasuraman, Bery, & Zeithml, 1991):

1. **Elementos tangibles:** Fachada de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
2. **Fiabilidad:** Habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
3. **Capacidad de respuesta:** Aptitud de ayudar a los clientes y ofrecerlos de un servicio rápido.
4. **Profesionalidad:** Dominio de destrezas requeridas y conocimiento de la ejecución del servicio.
5. **Cortesía:** Atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto.
6. **Credibilidad:** Veracidad, creencia, honestidad en el servicio que se ofrece.
7. **Seguridad:** Carencia de peligros, riesgos o dudas.
8. **Accesibilidad:** Accesible y fácil de contactar.
9. **Comunicación:** Mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharles.
10. **Comprensión del cliente:** Tener la capacidad de conocer a los clientes y sus necesidades.

Los autores (Parasuraman, A.; Zeithaml, V.; Berry, L., 1994) desarrollaron otra investigación que permitió reducir estas diez dimensiones. Según el modelo SERVQUAL existen cinco dimensiones de la calidad y son las siguientes.

Dimensiones de la calidad según el modelo SERVQUAL

Dimensión	Significado
Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación
Fiabilidad	Habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa.
Capacidad de respuesta	Deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida
Seguridad	Conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados así como su habilidad para transmitir credibilidad y confianza al cliente
Empatía	Atención individualizada que se ofrece a cada cliente.

Fuente: Modelo americano de estructura de la calidad

Basándose en su modelo de las Deficiencias, los autores desarrollaron un Cuestionario para medir el grado de desajuste entre las expectativas y percepciones de la calidad de servicio de los consumidores denominado MODELO SERVQUAL. Pues el desajuste se calcula a través de la diferencia entre percepciones y expectativas ($P - E$), este modelo estudia la calidad de servicio para diferentes ámbitos del sector de servicio, en los que se define la calidad de servicio en cinco atributos genéricos: los elementos tangibles, la fiabilidad, la empatía, capacidad de respuesta y la seguridad.

2.3. Marco conceptual

Gestión

Hace referencia a la forma a través de la cual un grupo de personas establecen objetivos comunes, organiza, articula y proyecta las fuerzas, los recursos humanos, técnicos y económicos.

Talento Humano

Está vinculada a la aptitud o la inteligencia. Se trata de la capacidad para ejercer una cierta ocupación o para desempeñar una actividad.

Reclutamiento de Personal

Este proceso consiste en un conjunto de técnicas y procedimientos que buscan atraer candidatos calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización.

Selección del Personal

“Se define como la escogencia entre los candidatos reclutados a los más adecuados, para ocupar los cargos existentes en la empresa, tratando de mantener o aumentar la eficiencia y el rendimiento del personal. La selección se configura como un proceso” de comparación y de decisión, puesto que de un lado, están el análisis y las especificaciones del cargo que proveerá.

Inducción del Personal

Consiste en la orientación, ubicación y supervisión que se efectúa a los trabajadores de reciente ingreso.

Remuneración

Se conoce como remuneración al pago o retribución de un servicio o trabajo establecido en el contrato de trabajo.

Incentivos

Es un estímulo que se ofrece a una persona, una empresa o un sector con el objetivo de incrementar la producción y mejorar el rendimiento.

Motivación

La raíz dinámica del comportamiento, es decir los factores o determinantes internos que incitan a una acción. La motivación es un estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta.

Capacitación

Conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa.

Desempeño

Es un proceso para determinar qué tan exitosa ha sido una organización o un individuo o un proceso en el logro de sus actividades y objetivos laborales.

Supervisión

Esta referido a darle seguimiento a cada actividad que desempeñan los colaboradores.

Calidad

Es la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del producto y las expectativas que sobre este se había formado previamente. De esta forma, un cliente valorará de manera positiva o negativa la calidad de un producto en el que las percepciones que ha obtenido sean inferiores o superiores a las expectativas que tenía.

Servicio

Es la interacción entre un cliente y una organización la cual se encarga de suministrarle bienes tangibles o prestaciones intangibles con el fin de satisfacer una necesidad.

Restaurantes

Local público donde se sirve a los clientes comida y bebidas para ser consumidas en el mismo local, a cambio del pago de un importe.

III. HIPOTESIS

Para la presente investigación no se cuenta con una hipótesis, debido a ser una investigación de nivel descriptivo y considerando también a lo que se planteó en el problema general, además que, en esta investigación en caso de que se realicen predicciones, solo así se plantearan hipótesis y este no es el caso. (Hernandez,R; Fernandez, C & Baptista, P, 2014, pág. 108)

IV. METODOLOGIA

4.1. Diseño de la investigación

La presente investigación es de carácter no experimental, donde (Hernandez,R; Fernandez, C & Baptista, P, 2014), menciona lo siguiente:

Es aquella que se realiza sin la manipulación de las variables de estudio. Dicho de otro modo, consiste en una investigación donde no se realizan variaciones intencionalmente las variables independientes. Lo cual se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se hacen en su contexto actual, para luego describirlos y analizarlos. (p. 67)

De acuerdo al carácter de nuestras variables de estudio, se orienta a este diseño ya que no se manipularon las variables de estudio.

Tipo de investigación

El tipo de investigación es de tipo aplicada, de acuerdo a lo mencionado por (Valderrama, 2015), expone lo siguiente:

Denominada también como activa, empírica, practica o dinámica, lo cual se encuentra ligada al tipo de investigación básica, esta depende de sus aportes teóricos y descubrimientos, que generan beneficios y bienestar en la población. (p.39)

Esto implica que este tipo de investigación aplica descubrimientos y teorías que existieron, cuyo objetivos están basados a dar mejores resultados en la población, mejorando su bienestar.

Nivel de investigación

El nivel de la investigación que usamos es el descriptivo de corte transversal, ya que se persigue describir a un problema para intentar encontrar las causas del mismo, describiendo ambas variables y recolectando datos en un solo tiempo y momento dado. (Valderrama, 2015). El presente trabajo de investigación buscó analizar la gestión del talento humano y la calidad en servicio de los restaurantes en el distrito de Ayacucho 2018.

4.2. Población y Muestra

Población

La población está constituida por los dueños o administradores de los restaurantes ubicados en el distrito de Ayacucho 2018. La población en estudio consta de un total de 102 restaurantes a nivel del distrito de Ayacucho (FUENTE: Registro de Licencias Municipales), de las cuales se determinó la población finita aplicando la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza (95%=1.96)

N= población total (102)

p= probabilidad de éxito (95%)

q= variabilidad de fracaso (5%)

E= margen de error (5%)

$$n = \frac{(1,96^2) * 136 * 0,95 * 0,5}{(0,05)^2(136 - 1) + (1,96)^2 * (0,95 * 0,05)}$$

$$n = 43$$

Muestra:

El tipo de muestra que se utilizó fue de tipo probabilístico; utilizando la fórmula estadística se llegó a obtener la muestra finita constituida con un total de 43 dueños o administradores de los restaurantes ubicados en el distrito de Ayacucho, 2018.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable 1:

- **Gestión del talento humano;** corresponde a buscar siempre que el factor humano brinde sus mejores características profesionales y laborales a la empresa, mejorando así su eficiencia para alcanzar ciertas metas laborales.

Indicadores: Incorporación, compensación, desarrollo del personal

Variable 2:

- **Calidad en servicios;** concepto que proviene principalmente de la satisfacción de las necesidades y expectativas que tiene el cliente frente a una empresa.

Indicadores: Competitividad, empatía, seguridad.

Operacionalización de variables

Tabla N° 1. Operacionalización de la variable gestión del talento humano

Variable I	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	Corresponde a buscar siempre que el factor humano brinde sus mejores características profesionales y laborales a la empresa, mejorando así su eficiencia para alcanzar ciertas metas laborales	Incorporación del personal	Reclutamiento del personal Selección del personal Inducción del personal	Escala tipo Likert
		Compensación del personal	Remuneración del personal Incentivos del personal Motivación del personal	
		Desarrollo del personal	Capacitación del personal Desempeño del personal Supervisión del personal	

Fuente: Bases teóricas

Elaboración: propia

Tabla N° 2. Operacionalización de la variable Calidad del servicio

Variable I	Definición conceptual	Dimensión	indicadores	Escala de medición
CALIDAD DEL SERVICIO	concepto que proviene principalmente de la satisfacción de las necesidades y expectativas que tiene el cliente frente a una empresa	Confiabilidad del servicio	Rapidez en el servicio Eficiencia del servicio	Escala Likert
		Empatía del servicio	Accesibilidad en el servicio Comunicación en el servicio Comprensión en el servicio	
		Seguridad del servicio	Conocimiento del servicio Habilidades del servicio Credibilidad del servicio	

Elaboración: Elaboración propia

Fuente: Bases teóricas

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La presente investigación usará las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Las técnicas de investigación “son aquellos procedimientos estructurados que tienen como finalidad la recolección de datos, lo cual implican elaborar un plan donde se establecen los procedimientos respectivos para tal” (Valderrama, 2015, pág. 95)

Se empleó una encuesta auto aplicativa de tipo cerrada, constituida por 20 ítems, dirigida a los dueños o administradores de los restaurantes, para tener conocimiento sobre las características de la variable 1 (gestión del talento humano) y la variable 2 (calidad de servicios). El cuestionario es una escala tipo Likert, el formato de respuesta de cada ítem, está pre codificada en ciertos valores: Siempre: 1 puntos. La mayoría de las veces sí: 2 puntos. Algunas veces sí, algunas veces no: 3 puntos. La mayoría de veces no: 4 puntos. Nunca: 5 punto. Orientados para cada uno de las preguntas.

Encuesta auto aplicativo de tipo cerrada, constituida por 20 ítems dirigida a los dueños o administradores, para conocer la variable 1 (gestión del talento humano) y la variable 2 (calidad de servicios). Orientados para cada uno de los indicadores:

Técnicas	Instrumentos	Unidad de Análisis
Encuesta para la variable Gestión del Talento Humano	Encuesta	Dueños o administradores
Encuesta para la variable Calidad de Servicio		

Fuente: Elaboración propia

4.5. Plan de Análisis

Se aplicó el siguiente plan de procesamiento de datos:

Ordenamiento y clasificación. - Esta técnica se aplicó para tratar la información cuantitativa en forma ordenada, de modo de interpretarla y sacarle el máximo provecho

Registro manual. - Se aplicó esta técnica para digitar la información de las diferentes fuentes.

Proceso computarizado con Excel. - Para determinar diversos cálculos matemáticos y estadísticos de utilidad para la investigación.

4.6. Matriz de consistencia

GESTION DEL TALENTO HUMANO Y CALIDAD DEL SERVICIO EN RESTAURANTES DEL DISTRITO DE AYACUCHO, 2018

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p><u>Problema General</u></p> <p>¿Cuáles son las características que presentan la gestión del talento humano y la calidad de servicios en los restaurantes del distrito de Ayacucho 2018?</p>	<p><u>Objetivo General</u></p> <p>Describir las características que presentan la gestión del talento humano y la calidad de servicios en los restaurantes del distrito de Ayacucho 2018</p>	<p><u>Hipótesis General</u></p> <p>Para la presente investigación no se cuenta con una hipótesis, debido a ser una investigación de nivel descriptivo y considerando también a lo que se planteó en el problema general, además que, en esta investigación en caso de que se realicen predicciones, solo así se plantearan hipótesis y este no es el caso.</p>	<p><u>Variable 1</u></p> <p>➤ Gestión del talento humano</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporación del personal • Compensación del personal • Desarrollo del personal 	<p>Tipo: Investigación aplicada</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No Experimental – Transversal</p> <p>Población: Restaurantes del distrito de Ayacucho</p>
<p><u>Problema Especifico</u></p> <p>¿Cuáles son las características de la incorporación del personal en los restaurantes?</p>	<p><u>Objetivo Especifico</u></p> <p>Describir las características de la incorporación del personal en los restaurantes.</p>		<p><u>Variable 2</u></p> <p>➤ Calidad del servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Confiabilidad del servicio • Empatía del servicio • Seguridad del servicio 	<p>Muestra: Estará conformado por 43 administradores de los distintos restaurantes situados en el distrito de Ayacucho.</p>
<p>¿Cuáles son las características de la compensación del personal en los restaurantes?</p>	<p>Describir las características de la compensación del personal en los restaurantes.</p>				
<p>¿Cuáles son las características del desarrollo del personal en los restaurantes?</p>	<p>Describir las características del desarrollo del personal en los restaurantes.</p>				

¿Cuáles son las características de la confiabilidad del servicio en los restaurantes?

Describir las características de la confiabilidad del servicio en los restaurantes.

¿Cuáles son las características de la empatía del servicio en los restaurantes?

Describir las características de la empatía del servicio en los restaurantes.

¿Cuáles son las características de la seguridad del servicio en los restaurantes?

Describir las características de la seguridad del servicio en los restaurantes.

4.7. Principios éticos

La ética mostró conocimientos útiles que fueron retomados por las personas. Algunos principios fueron importantes conocerlos como: la veracidad, la autoridad, el honor, la justicia, la liberalidad, la libertad, la prudencia, y la virtud. El fomento de los valores éticos deseables en personas es un obstáculo para la expansión de la corrupción y de las conductas desleales, al mismo tiempo que permitió la adecuada operación de las instituciones, porque las personas que poseen valores y ética no ofenden, no roban, no matan, no mienten, y por el contrario ayudan, enseñan, cumplen y se esfuerzan por cumplir. Si logramos que todas las personas posean ética, sin duda el rostro del mundo comenzará a cambiar hacia su engrandecimiento. (Huamán, 2013-2014, pág. 69)

Así los valores éticos que son cultivados adecuadamente nos dieron como resultado la debida incentivación de las personas para hacer el bien. Por lo tanto, el presente trabajo posee los principios básicos de la ética.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

5.1.1 De acuerdo al objetivo específico 1: Describir las características de la incorporación en los restaurantes.

Tabla N° 3.

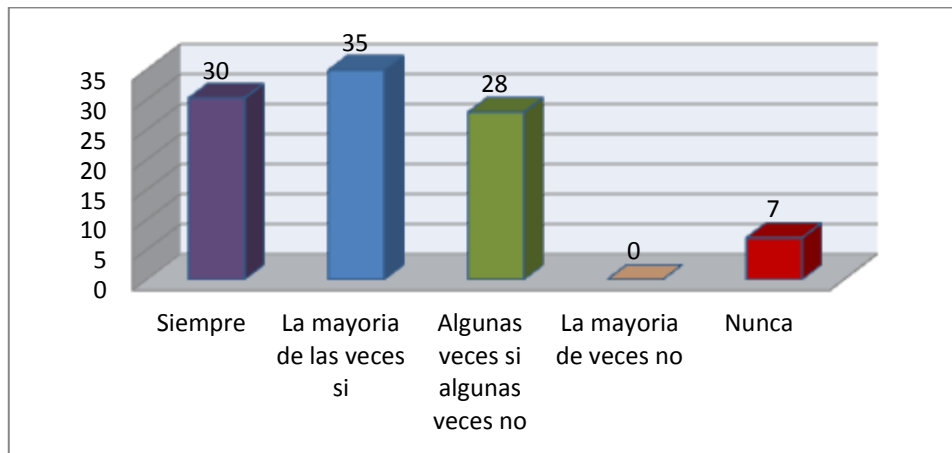
Pregunta N°1 ¿Con que frecuencia recluta personal para su restaurante?

Valoración	N	%
Siempre	13	30%
La mayoría de las veces si	15	35%
Algunas veces si algunas veces no	12	28%
La mayoría de veces no	0	0%
Nunca	3	7%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 1.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°1 ¿Con que frecuencia recluta personal para su restaurante?

Interpretación:

El 35% de los dueños o administradores encuestados la mayoría de veces recluta personal, el 30% siempre recluta personal, el 28% algunas veces si algunas veces no

recluta persona y el 7% de los encuestados nunca recluta personal, el 0% de los encuestados la mayoría de veces no recluta personal para su restaurante.

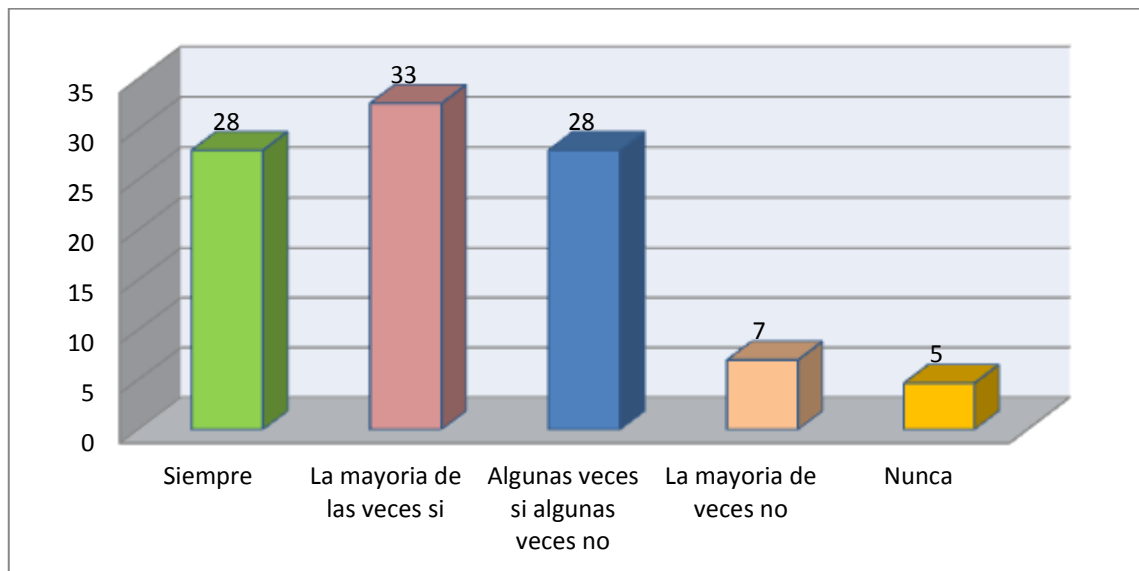
Tabla N° 4.

Pregunta N°2 ¿Existe pruebas de selección para ocupar un puesto de trabajo?

Valoración	N	%
Siempre	12	28%
La mayoría de las veces si	14	33%
Algunas veces si algunas veces no	12	28%
La mayoría de veces no	3	7%
Nunca	2	5%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 2.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°2 ¿Existe pruebas de selección para ocupar un puesto de trabajo?

Interpretación:

El 33% de los dueños o administradores encuestados la mayoría de las veces si cuenta con pruebas de selección para ocupar un puesto de trabajo, el 28% siempre o algunas veces algunas veces no cuenta con pruebas de selección, el 7% de los

encuestados la mayoría de veces no cuenta con pruebas de selección y el 5% de los encuestados nunca cuenta con pruebas de selección para ocupar un puesto de trabajo.

Tabla N° 5.

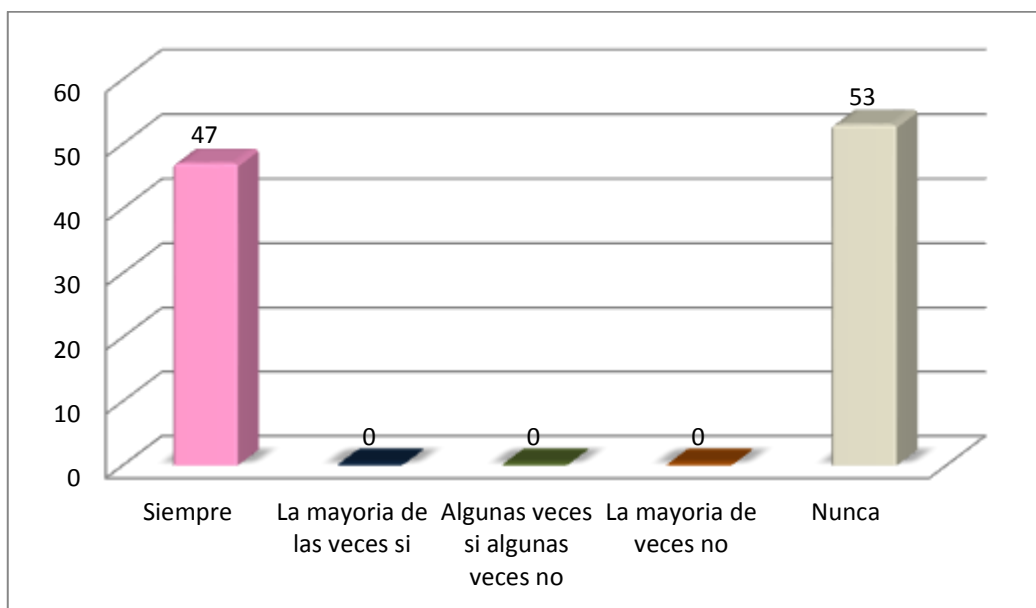
Valoración	N	%
Siempre	20	47%
La mayoría de las veces si	0	0%
Algunas veces si algunas veces no	0	0%
La mayoría de veces no	0	0%
Nunca	23	53%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 3.

Pregunta N°3 ¿El restaurante cuenta con manual de funciones?



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°3 ¿El restaurante cuenta con manual de funciones?

Interpretación:

El 53% de los dueños o administradores encuestados nunca cuentan con manual de funciones y el 47% de los dueños o administradores siempre cuentan con manual de funciones. Siendo ambas partes el 100% de la población encuestada.

Tabla N° 6.

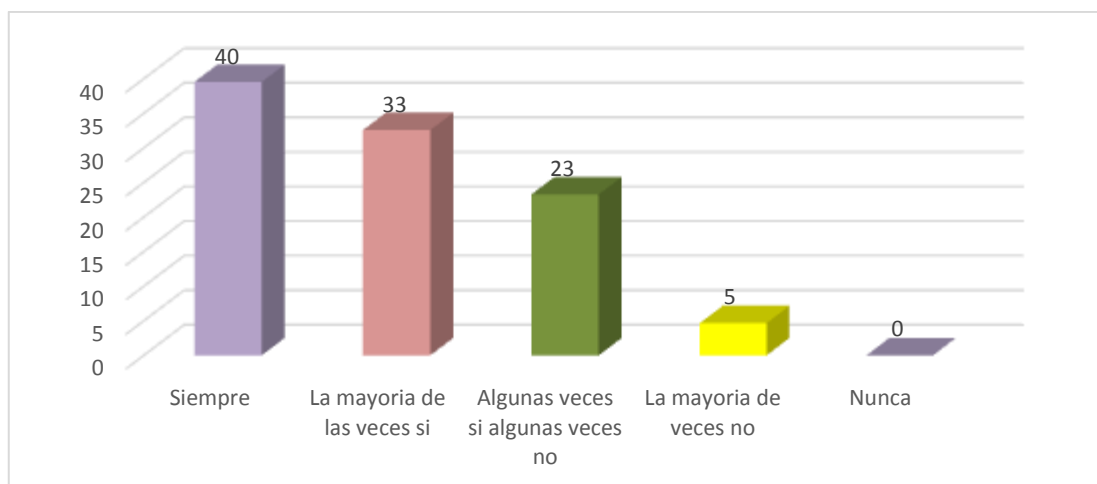
Pregunta N°4 ¿Usted guía los procedimientos o funciones para el desarrollo de las actividades en los puestos asignados?

Valoración	N	%
Siempre	17	40%
La mayoría de las veces si	14	33%
Algunas veces si algunas veces no	10	23%
La mayoría de veces no	2	5%
Nunca	0	0%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 4.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°4 ¿Usted guía los procedimientos o funciones para el desarrollo de las actividades en los puestos asignados?

Interpretación

El 40% de los encuestados siempre guía los procedimientos o funciones para el desarrollo de las actividades en los puestos asignados, el 33% la mayoría de veces si guía los procedimientos para el desarrollo de las actividades en los puestos asignados, el 23% algunas veces si alguna veces no guía los procedimientos y el 5%

de los encuestados la mayoría de veces no guía los procedimientos para el desarrollo de las actividades en los puesto asignados.

5.1.2 De acuerdo al objetivo específico 2: Describir las características de la compensación en los restaurantes.

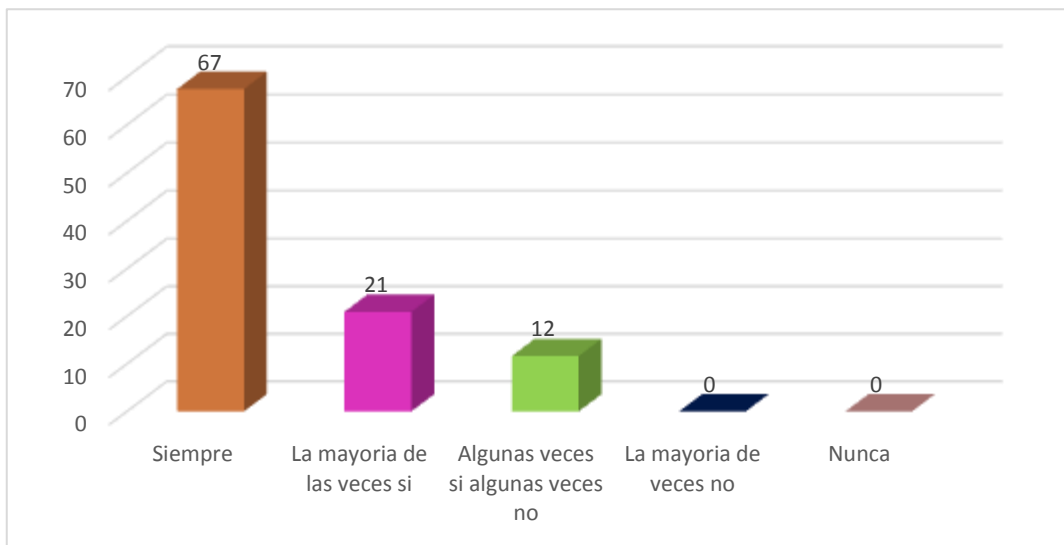
Tabla N° 7.

Pregunta N°5 ¿La remuneración establecida para cada puesto es acorde a las funciones realizadas?

Valoración	N	%
Siempre	29	67%
La mayoría de las veces si	9	21%
Algunas veces si algunas veces no	5	12%
La mayoría de veces no	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 5.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°5 ¿La remuneración establecida para cada puesto es acorde a las funciones realizadas?

Interpretación:

El 67% de los encuestados siempre fija las remuneraciones para cada puesto de acuerdo a las funciones que realiza el personal, 21% de los encuestados la mayoría

de veces si establece la remuneración acorde a las funciones que realiza, y el 12 % algunas veces si alguna veces no establece las remuneraciones acorde a las funciones que realiza cada puesto.

Tabla N° 8.

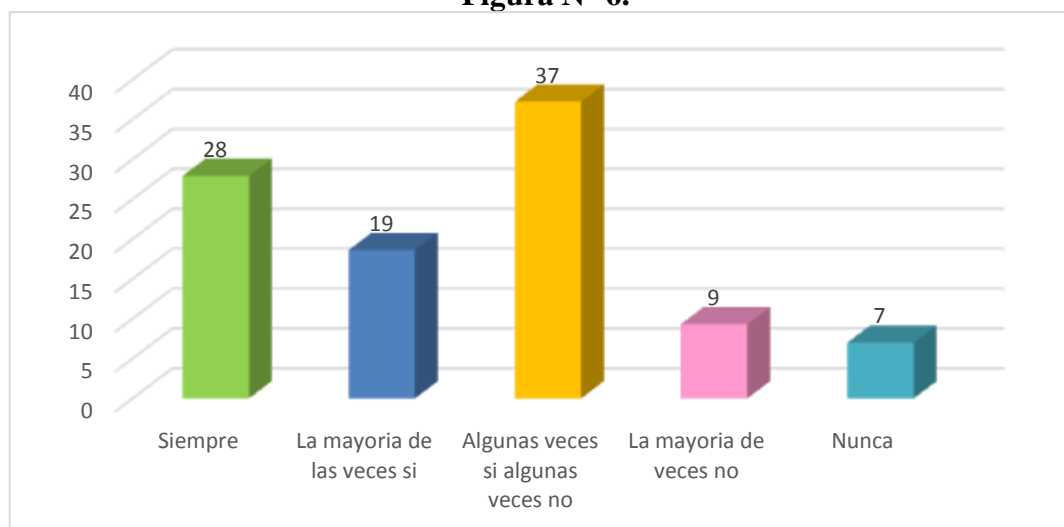
Pregunta N°6 ¿El restaurante diseña programas de incentivos para el personal que cumpla las metas establecidas o las llegue a superar?

Valoración	N	%
Siempre	0.28	28%
La mayoría de las veces si	0.19	19%
Algunas veces si algunas veces no	0.37	37%
La mayoría de veces no	0.09	9%
Nunca	0.07	7%
TOTAL		100%

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 6.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°6 ¿El restaurante diseña programas de incentivos para el personal que cumpla las metas establecidas o las llegue a superar?

Interpretación:

El 37% de los encuestados algunas veces si algunas veces no diseñan programas de incentivos para el personal que cumpla las metas establecidas, el 28% de los encuestados siempre diseñan programas de incentivos, el 19% la mayoría de las

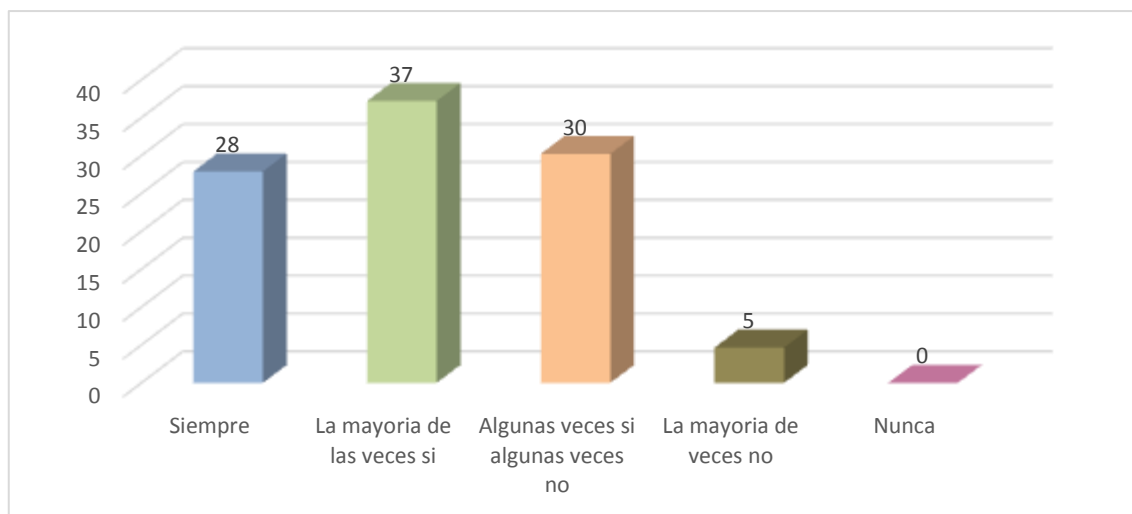
veces si diseña programas de incentivos, el 9% la mayoría de veces no diseña programas de incentivos y el 7% de los dueños o administrados nunca diseña programas de incentivos.

Tabla N° 9.
Pregunta N°7 ¿Usted Diseña estímulos para motivar al personal del restaurante?

Valoración	N	%
Siempre	12	28%
La mayoría de las veces si	16	37%
Algunas veces si algunas veces no	13	30%
La mayoría de veces no	2	5%
Nunca	0	0%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 7.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°7 ¿Usted Diseña estímulos para motivar al personal del restaurante?

Interpretación:

El 37% de los encuestados la mayoría de las veces si diseña estímulos para motivar al personal del restaurante, el 30% de los encuestados algunas veces si algunas no

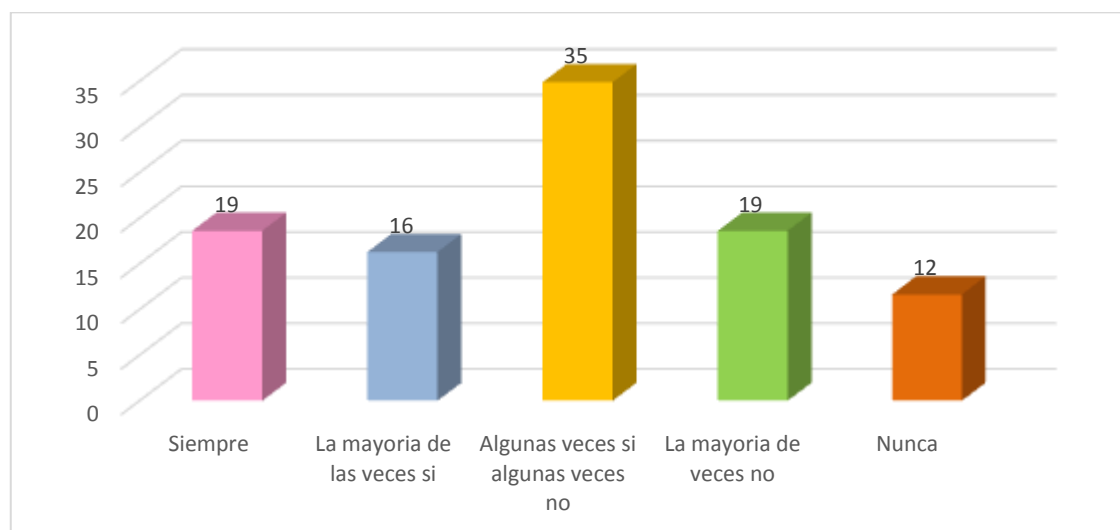
diseñan estímulos para motivar al personal del restaurante, 28% siempre diseña estímulos para motivar al personal del restaurante, el 5% de los encuestados la mayoría de veces nunca diseña estímulos para motivar al personal del restaurante.

Tabla N° 10.
Pregunta N°8 ¿Realiza reuniones con los trabajadores para conocer dificultades?

Valoración	N	%
Siempre	8	19%
La mayoría de las veces si	7	16%
Algunas veces si algunas veces no	15	35%
La mayoría de veces no	8	19%
Nunca	5	12%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario
 Elaboración: propia

Figura N° 8.



Fuente: cuestionario
 Elaboración: propia

Pregunta N°8 ¿Realiza reuniones con los trabajadores para conocer dificultades?

Interpretación:

El 35% de los encuestados algunas veces si algunas veces no realizan reuniones con los trabajadores para conocer sus dificultades, el 19% siempre o la mayoría de veces no realiza reuniones con los trabajadores, el 16%de los encuestados la mayoría de veces si realiza reuniones con los trabajadores y el 12% de los encuestados nunca realiza reuniones con los trabajadores para conocer las dificultades de los trabajadores.

5.1.3 De acuerdo al objetivo específico 3: Describir las características del desarrollo del personal en los restaurantes.

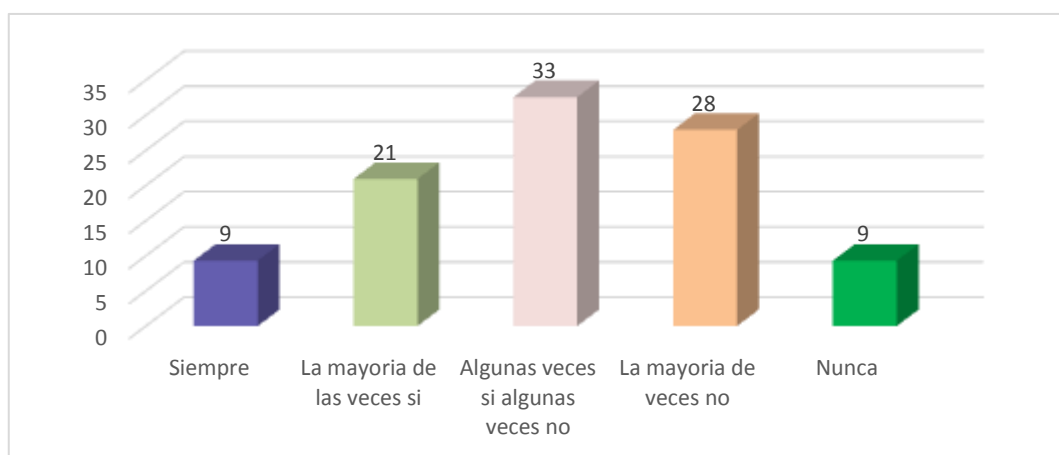
Tabla N° 11.

Pregunta N°9 ¿Dentro del restaurante se promueve y planifica programas de capacitación?

Valoración	N	%
Siempre	4	9%
La mayoría de las veces si	9	21%
Algunas veces si algunas veces no	14	33%
La mayoría de veces no	12	28%
Nunca	4	9%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 9.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°9 ¿Dentro del restaurante se promueve y planifica programas de capacitación?

Interpretación:

El 33% de los encuestados algunas veces si algunas veces no se promueven programas de capacitación dentro del restaurante, el 28% de los encuestados la mayoría de veces no promueven programas de capacitación, 21% de los encuestados la mayoría de veces si promueve y planifica programas de capacitación y el 9% de los encuestados siempre o nunca promueven programas de capacitación.

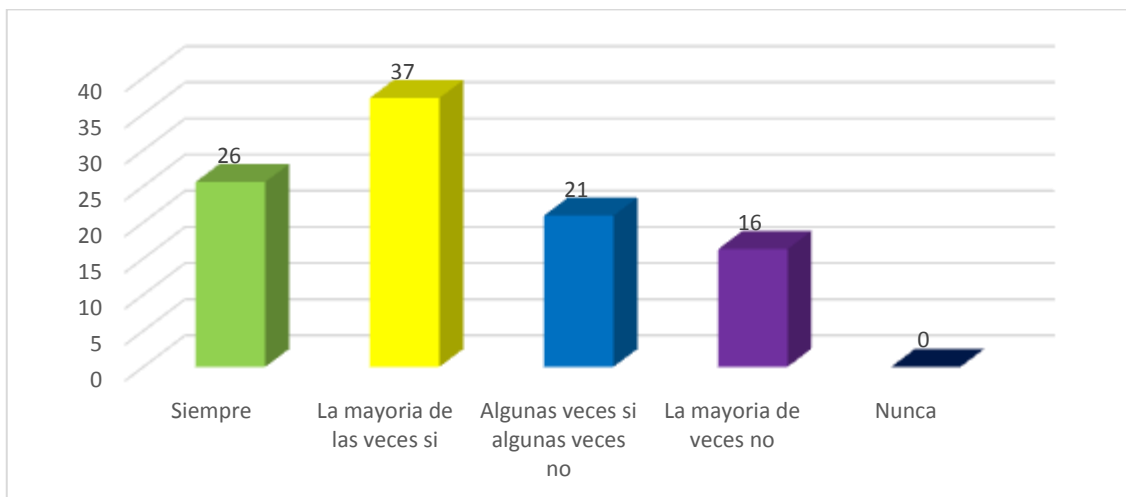
Tabla N° 12.

Pregunta N°10 ¿Evalúa al personal periódicamente para medir el desempeño en sus funciones?

Valoración	N	%
Siempre	11	26%
La mayoría de las veces si	16	37%
Algunas veces si algunas veces no	9	21%
La mayoría de veces no	7	16%
Nunca	0	0%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 10.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°10 ¿Evalúa al personal periódicamente para medir el desempeño en sus funciones?

Interpretación:

El 37% de los encuestados la mayoría de las veces si evalúa periódicamente a su personal para medir el desempeño en sus funciones, el 26% de los encuestados siempre evalúa periódicamente al personal para medir su desempeño, 21% de los encuestados algunas veces si algunas veces no evalúa el desempeño a su personal, el 16% de los encuestados la mayoría de veces no evalúa al personal periódicamente para medir el desempeño en sus funciones.

Tabla N° 13.

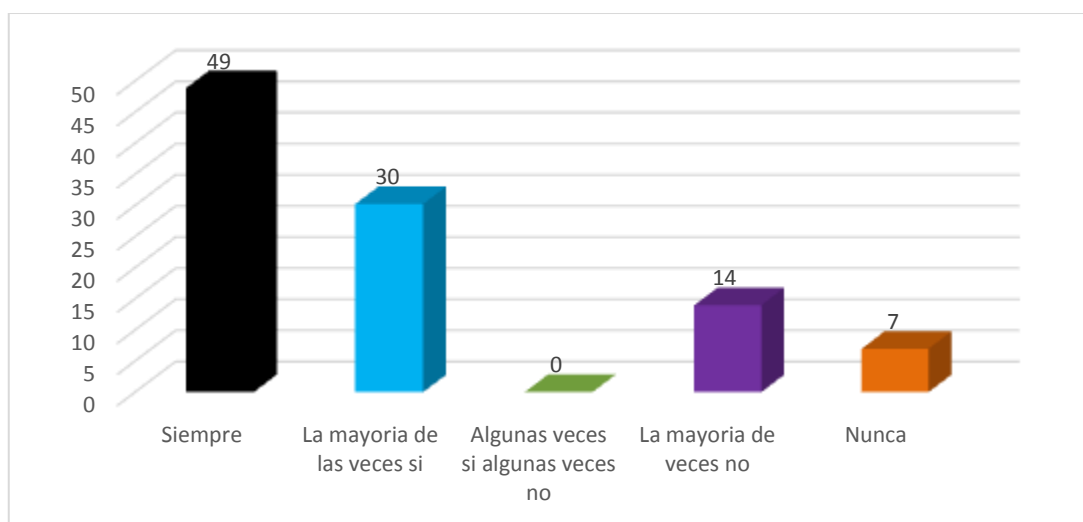
Pregunta N°11 ¿El restaurante posee una base de datos para la supervisión del personal?

Valoración	N	%
Siempre	21	49%
La mayoría de las veces si	13	30%
Algunas veces si algunas veces no	0	0%
La mayoría de veces no	6	14%
Nunca	3	7%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 11.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°11 ¿El restaurante posee una base de datos para la supervisión del personal?

Interpretación:

El 49% de los encuestados siempre posee una base de datos para la supervisión del personal, el 30% de los encuestados la mayoría de la veces si posee una base de datos para la supervisión del personal, 14% de los encuestados la mayoría de veces no posee una base de datos para la supervisión del personal y el 7% de los encuestados nunca ha poseído una base de datos para la supervisión del personal.

5.1.4 De acuerdo al objetivo específico 4: Describir las características de la confiabilidad en los restaurantes.

Tabla N° 14.

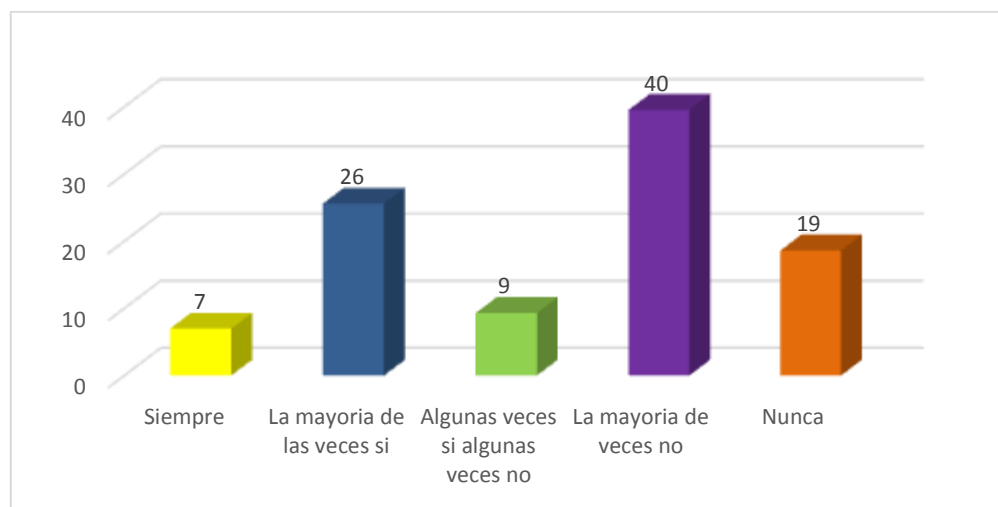
Pregunta N°12 ¿El restaurante concluye el servicio en el tiempo prometido?

Valoración	N	%
Siempre	13	7%
La mayoría de las veces si	11	26%
Algunas veces si algunas veces no	4	9%
La mayoría de veces no	17	40%
Nunca	8	19%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 12.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°12 ¿El restaurante concluye el servicio en el tiempo prometido?

Interpretación:

El 40% de los encuestados la mayoría de veces no concluye el servicio en el tiempo prometido, el 26% de los encuestados la mayoría de veces si concluye el servicio en el tiempo prometido, 19% de los encuestados nunca concluyen el servicio en el tiempo promedio, 9% de los encuestados algunas veces si algunas veces no concluye el servicio en el tiempo promedio, 7% de los encuestados siempre concluye el servicio en el tiempo promedio.

Tabla N° 15.

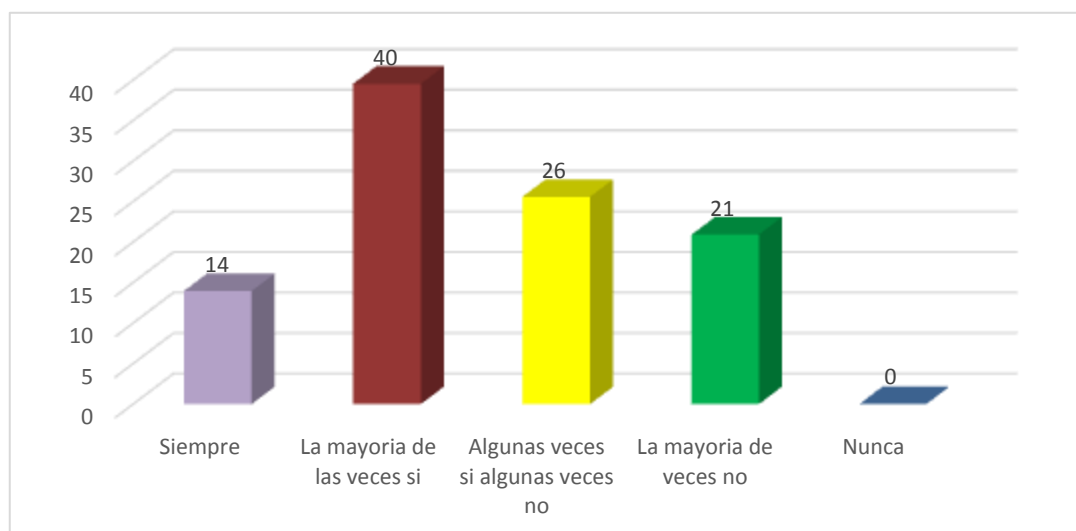
Pregunta N°13 ¿El cliente valora su eficiente servicio?

Valoración	N	%
Siempre	6	14%
La mayoría de las veces si	17	10%
Algunas veces si algunas veces no	11	25%
La mayoría de veces no	9	31%
Nunca	0	20%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 13.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°13 ¿El cliente valora su eficiente servicio?

Interpretación:

El 31% de los encuestados la mayoría de veces no valoran sus clientes su eficiente servicio, el 25% de los encuestados algunas veces si algunas veces no valoran los clientes su eficiencia, 20% de los encuestados dijeron que nunca valoran los clientes su eficiencia en el servicio, el 10% de los encuestados la mayoría de las veces si el cliente valora su eficiente servicio.

Tabla N° 16.

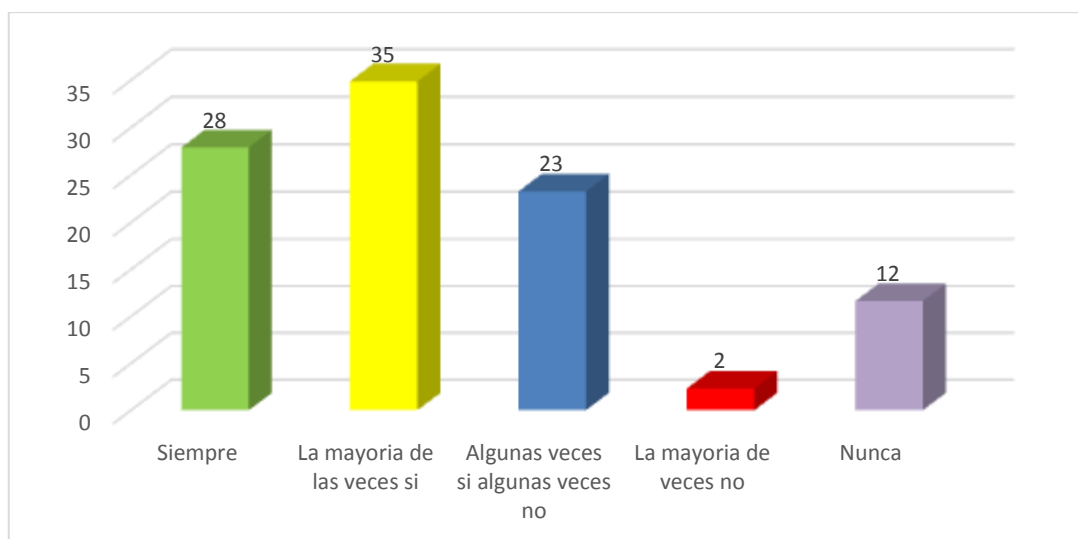
Pregunta N°14 ¿Cuando un cliente tiene un problema con respecto al servicio usted Interviene para solucionarlo?

Valoración	N	%
Siempre	12	28%
La mayoría de las veces si	15	35%
Algunas veces si algunas veces no	10	23%
La mayoría de veces no	1	2%
Nunca	5	12%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 14.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°14 ¿Cuando un cliente tiene un problema con respecto al servicio usted Interviene para solucionarlo?

Interpretación:

El 35% de los encuestados la mayoría de las veces si intervienen cuando un cliente tiene un problema, 28% de los encuestados siempre intervienen para solucionar un problema del cliente con respecto al servicio, 23% de los encuestados algunas veces si algunas veces no intervienen para solucionar el problema del cliente, el 12% de los encuestados nunca intervienen para dar solución al cliente.

5.1.5 De acuerdo al objetivo específico 5: Describir las características de la empatía en los restaurantes.

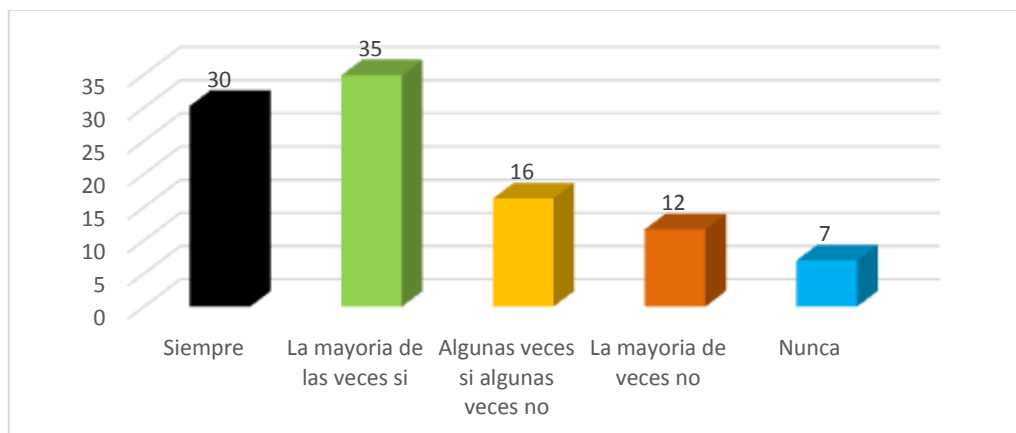
Tabla N° 17.

Pregunta N°15¿Qué tan importante considera prestar una atención personalizada?

Valoración	N	%
Siempre	13	30%
La mayoría de las veces si	15	35%
Algunas veces si algunas veces no	7	16%
La mayoría de veces no	5	12%
Nunca	3	7%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 15.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°15 ¿Qué tan importante considera prestar una atención personalizada?

Interpretación

El 35% de los encuestados la mayoría de las veces si consideran prestar una atención personalizada, el 30% siempre considera importante prestar una atención personalizada, 16% de los encuestados dice algunas veces si algunas veces no consideran importante brindar una atención personalizada, 12% de los encuestados la mayoría de veces no consideran prestar una atención personalizada y el 7% de los encuestados nunca consideran importante prestar una atención personalizada.

Tabla N° 18.

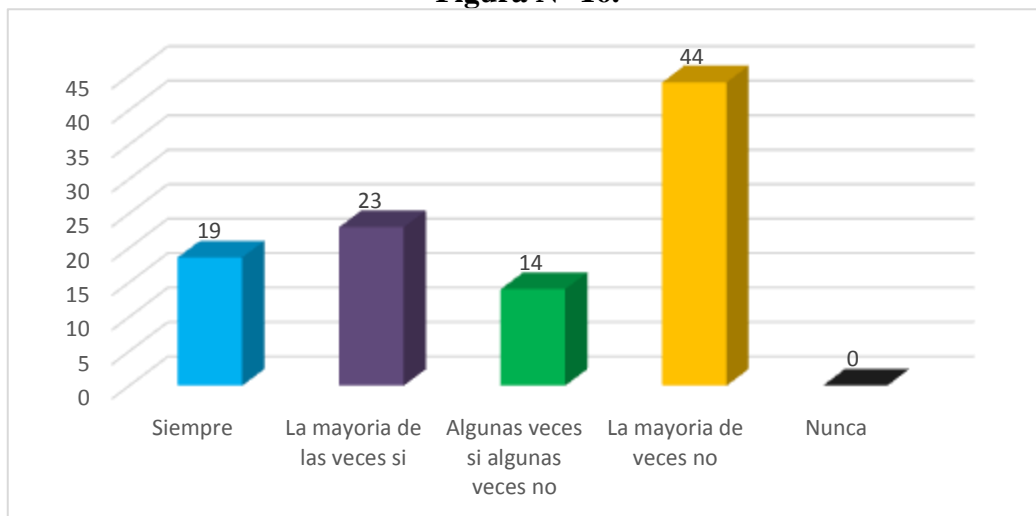
Pregunta N°16 ¿El personal del restaurante escucha con atención cualquier duda?

Valoración	N	%
Siempre	8	19%
La mayoría de las veces si	10	23%
Algunas veces si algunas veces no	6	14%
La mayoría de veces no	19	44%
Nunca	0	0%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 16.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°16 ¿El personal del restaurante escucha con atención cualquier duda?

Interpretación:

El 44% de los encuestados la mayoría de veces no el personal no escucha con atención cualquier duda el 23% de los encuestados la mayoría de veces si el personal del restaurante escucha con atención cualquier duda del cliente, el 19% de los encuestados siempre escuchan con atención cualquier duda, el 14 % de los encuestados algunas veces si algunas veces no escuchan con atención cualquier duda.

Tabla N° 19.

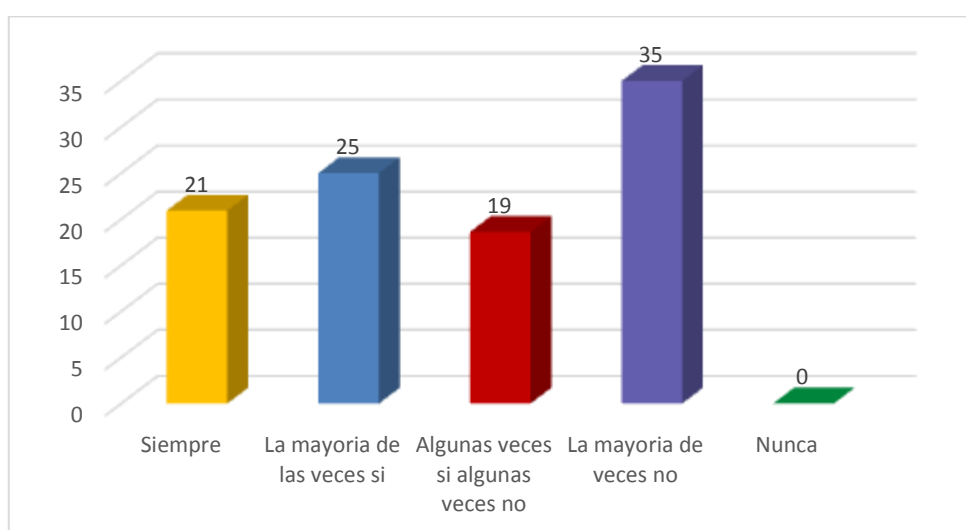
Pregunta N°17 ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder preguntas de los clientes?

Valoración	N	%
Siempre	9	21%
La mayoría de las veces si	11	25%
Algunas veces si algunas veces no	8	19%
La mayoría de veces no	15	35%
Nunca	0	0%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 17.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°17; El personal tiene conocimiento suficiente para responder preguntas de los clientes?

Interpretación:

El 35% de los encuestados la mayoría de veces su personal no tiene conocimientos suficientes para responder preguntas de los clientes, el 25% de los encuestados la mayoría de las veces su personal si tiene conocimientos para resolver preguntas de los clientes, 21% de los encuestados su personal siempre tiene conocimientos suficientes para responder preguntas de los clientes, el 19% de los encuestados alguna vez si algunas veces no su personal tiene conocimientos suficientes para responder preguntas .

5.1.6 De acuerdo al objetivo específico 6: Describir las características de la seguridad en los restaurantes.

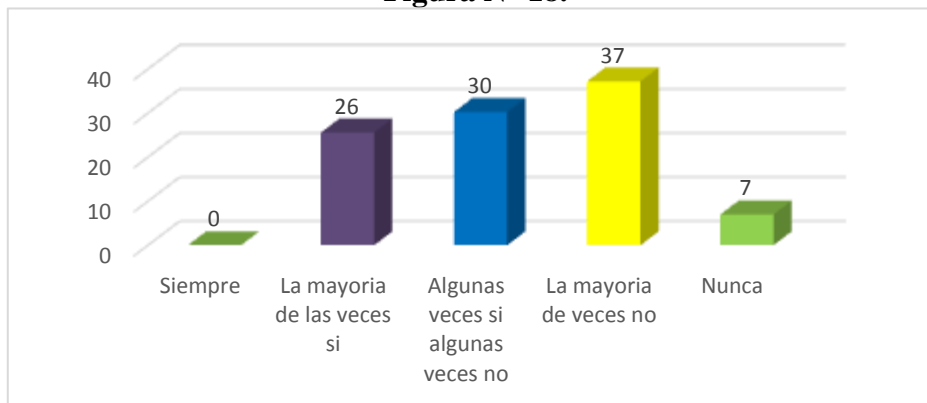
Tabla N° 20.

Pregunta N°18 ¿Considera adecuada las respuestas que brinda el personal al resolver dudas del cliente

Valoración	N	%
Siempre	0	0%
La mayoría de las veces si	11	26%
Algunas veces si algunas veces no	13	30%
La mayoría de veces no	16	37%
Nunca	3	7%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 18.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°18 ¿Considera adecuada las respuestas que brinda el personal al resolver dudas del cliente?

Interpretación:

El 37% de los encuestados la mayoría de veces no consideran adecuadas las respuestas que brinda el personal al resolver dudas del cliente, el 30% de los encuestados algunas veces si algunas veces no consideran adecuadas las respuestas que brindan el personal al resolver dudas del cliente, 26% de los encuestados la mayoría de veces si consideran adecuadas las respuestas que brindan el personal al resolver duda del cliente y el 7% de los encuestados nunca consideran adecuadas las respuestas que brinda el personal al resolver dudas de los clientes.

Tabla N° 21.

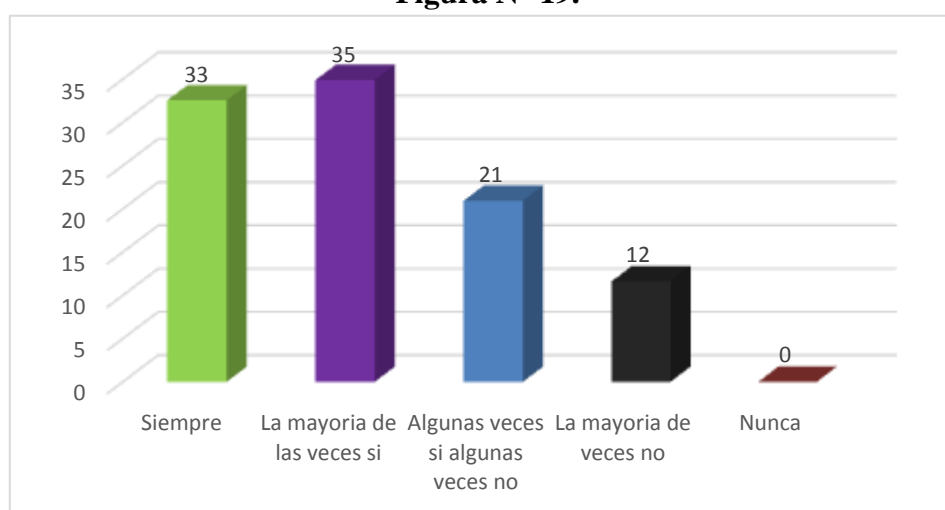
Pregunta N°19 ¿Las habilidades y destrezas del personal ayuda al crecimiento del restaurante?

Valoración	N	%
Siempre	14	33%
La mayoría de las veces si	15	35%
Algunas veces si algunas veces no	9	21%
La mayoría de veces no	5	12%
Nunca	0	0%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 19.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°19 ¿Las habilidades y destrezas del personal ayuda al crecimiento del restaurante?

Interpretación:

El 35% de los encuestados la mayoría de las veces si la habilidades y destrezas de los colaboradores ayuda al crecimiento del restaurante, el 33% de los encuestados siempre consideran que las habilidades y destrezas del personal ayudan al crecimiento del restaurante, 21% de los encuestados algunas veces si algunas veces no ayuda las habilidades y destrezas del personal al crecimiento del restaurante, el 12% de los colaboradores la mayoría de veces no consideran el crecimiento del restaurante por las habilidades y destrezas del personal.

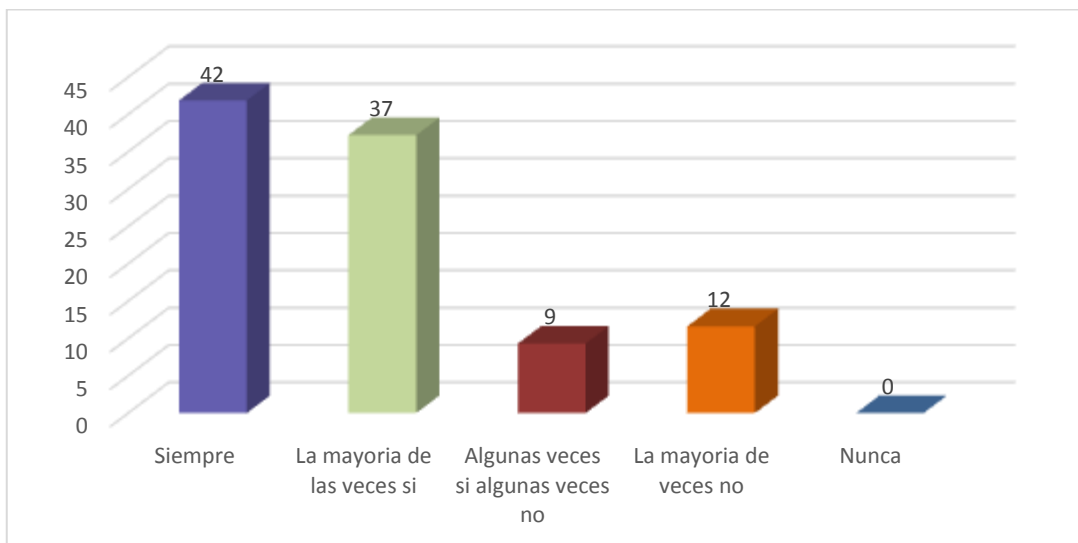
Tabla N° 22.

Pregunta N°20 ¿Considera importante generar credibilidad en el usuario?

Valoración	N	%
Siempre	18	42%
La mayoría de las veces si	16	37%
Algunas veces si algunas veces no	4	9%
La mayoría de veces no	5	12%
Nunca	0	0%
TOTAL	43	100%

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 20.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°20 ¿Considera importante generar credibilidad en el usuario?

Interpretación:

El 42% del encuestados siempre consideran importante generar credibilidad en los usuarios, el 37% de los encuestados la mayoría de las veces si consideran importante generar credibilidad en el usuario, el 12% de los encuestados la mayoría de veces no consideran importante generar credibilidad en el usuario, el 9 % de los encuestados algunas veces si algunas veces no consideran importante generar credibilidad en el usuario.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1 Análisis de resultados del objetivo específico 1: Describir las características de la incorporación en los restaurantes.

- Respecto a los resultados de nuestro objetivo específico 1, tomando en consideración al ítem: ¿Con que frecuencia recluta personal para su restaurante?, se menciona que el 35% de los encuestados, opinan que la mayoría de veces si recluta personal, el 30% siempre recluta, el 28% algunas veces si recluta personal no recluta personal, el 7% de los encuestados, 0% de los encuestados la mayoría de veces no recluta para su restaurante, donde (De la Cruz, 2009), señala que las empresas requieren en sus trabajadores el dominio de destrezas y habilidades, el buen nivel de conocimientos actualizados, los comportamientos y conductas adecuadas, las cuales estas generan en sus trabajadores mayores incrementos en la dimensión de incorporación en la gestión del talento humano.

5.2.2 Análisis de resultados del objetivo específico 2: Describir las características de la compensación en los restaurantes.

- Respecto a los resultados de nuestro objetivo específico 2, tomando en consideración al ítem: ¿La remuneración establecida para cada puesto es acorde a las funciones realizadas?, cuyos resultados indican que el 67% de los encuestados siempre fija las remuneraciones para cada puesto de acuerdo a las funciones que realiza el personal, 21% de los encuestados la mayoría de veces si establece la remuneración acorde a las funciones que realiza, y el 12 % algunas veces si algunas veces no establece las remuneraciones acorde a las funciones que realiza cada puesto, donde (De la Cruz, 2009), definitivamente son influidos por acciones de motivación y los diferentes programas de incentivos; por ejemplo, los reconocimientos individuales, la imparcialidad y transparencia en los ascensos y las promociones de los empleados y fundamentalmente los incentivos por productividad, cuyos incrementos se ven reflejados en la compensación de la gestión del talento humano.

5.2.3 Análisis de resultados del objetivo específico 3: Describir las características del desarrollo del personal en los restaurantes.

- En relación a los resultados del objetivo específico 3 , considerando el ítem : ¿Dentro del restaurante se promueve y planifica programas de capacitación?, donde los resultados obtenidos señalan que el 33% de los encuestados algunas veces si algunas veces no se promueven

programas de capacitación dentro del restaurante, el 28% de los encuestados la mayoría de veces no promueven programas de capacitación, 21% de los encuestados la mayoría de veces si promueve y planifica programas de capacitación y el 9% de los encuestados siempre o nunca promueven programas de capacitación (Puyen & Farfan, 2017), concluye que uno de los factores que se evalúan en la actualidad es el incremento de la calidad del servicio reforzando la profesionalización de los servicios prestados (personal altamente capacitado) y el trato individualizado al cliente; de este modo a través de este trato individual se pueden detectar de forma más minuciosa las necesidades específicas de cada cliente, lo cual nos da a entender que las capacitaciones son importantes en el desarrollo del personal , ya que a mayores niveles del desarrollo de personal mejoran en la gestión del talento humano.

5.2.4 Análisis de resultados del objetivo específico 4: Describir las características de la confiabilidad en los restaurantes.

- De acuerdo a los resultados presentados de nuestro objetivo específico 4, se consideró el ítem: ¿El restaurante concluye el servicio en el tiempo prometido?, cuyos resultados indican que el 40% de los encuestados la mayoría de veces no concluye el servicio en el tiempo prometido, el 26% de los encuestados la mayoría de veces si concluye el servicio en el tiempo prometido, 19% de los encuestados nunca concluyen el servicio en el tiempo promedio, 9% de los encuestados algunas veces si algunas veces no concluye el servicio en

el tiempo promedió, 7% de los encuestados siempre concluye el servicio en el tiempo promedio, donde (Arapa, 2017), resalta que las habilidades interpersonales así como las destrezas de los colaboradores, son primordiales, especialmente con aquellos que están en contacto permanente con los consumidores, ya que estos atienden los aspectos afectivos de los clientes consumidores; con rapidez y centrarse en los requerimientos, mostrar dedicación y concentración en la información y demás atenciones con el único propósito de satisfacción en sus requerimientos, lo que entregar un servicio en el tiempo adecuado satisface más al cliente e incrementa la confianza hacia el restaurante, lo que esto refleja un mejor desempeño laboral de sus trabajadores.

5.2.5 Análisis de resultados del objetivo específico 5: Describir las características de la empatía en los restaurantes.

- De acuerdo a los resultados presentados de nuestro objetivo específico 5, se consideró el ítem: ¿El personal del restaurante escucha con atención cualquier duda?, cuyos resultados mostraron que el 44% de los encuestados la mayoría de veces el personal no escucha con atención cualquier duda, el 23% de los encuestados la mayoría de veces si el personal del restaurante escucha con atención cualquier duda del cliente, el 19% de los encuestados siempre escuchan con atención cualquier duda, el 14 % de los encuestados algunas veces si algunas veces no escuchan con atención cualquier duda, lo que (Puyen & Farfan, 2017), señala que es recomendable generar un

reclutamiento interno, practicar una comunicación abierta y participativa y una atención adecuada a las necesidades más personales del talento humano, ya que tener un buen trato con el cliente en relación a las quejas que presentan, ya que la empatía de los trabajadores hacia sus clientes, evidencian un buen desempeño laboral

5.2.6 Análisis de resultados del objetivo específico 6: Describir las características de la seguridad en los restaurantes.

- De acuerdo a los resultados presentados de nuestro objetivo específico 6, se consideró el ítem: ¿Considera importante generar credibilidad en el usuario?, el cual se menciona que el 42% del encuestados siempre consideran importante generar credibilidad en los usuarios, el 37% de los encuestados la mayoría de las veces si consideran importante generar credibilidad en el usuario, el 12% de los encuestados la mayoría de veces no consideran importante generar credibilidad en el usuario, el 9 % de los encuestados algunas veces si algunas veces no consideran importante generar credibilidad en el usuario, de acuerdo a lo mencionado por (Puyen & Farfan, 2017), la gestión del talento humano es un factor crítico a la hora de mantener una ventaja competitiva y tener éxito en el mercado; por lo que se recomienda generar un reclutamiento interno, practicar una comunicación abierta y participativa y una atención adecuada a las necesidades más personales del talento humano. Además que (Perez, 2014) resalta que la una buen agestión del talento humano, en base a las competencias,

da mejores resultados para ellos mismos lo que por ende mejoran en el desempeño de los trabajadores.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

6.1.1. Respecto al objetivo específico 1: Describir las características de la incorporación en los restaurantes.

- Se concluye de acuerdo a la perspectiva de los dueños de los restaurantes del distrito de Ayacucho que el 35% de los encuestados, opinan que la mayoría de veces si recluta personal, el 30% siempre recluta, el 28% algunas veces si recluta personal no recluta personal, el 7% de los encuestados, 0% de los encuestados la mayoría de veces no recluta para su restaurante, esto da a entender que la incorporación para los trabajadores de los restaurantes del distrito de Ayacucho si reclutan personal para así mejorar en la gestión del talento humano.

6.1.2. Respecto al objetivo específico 2: Describir las características de la compensación en los restaurantes del distrito de Ayacucho, 2018.

- Se concluye de acuerdo a la perspectiva de los dueños de los restaurantes del distrito de Ayacucho que el 67% de los encuestados siempre fija las remuneraciones para cada puesto de acuerdo a las funciones que realiza el personal, 21% de los encuestados la mayoría de veces si establece la remuneración acorde a las funciones que realiza, y el 12 % algunas veces si algunas veces no establece las remuneraciones acorde a las funciones que realiza cada puesto, esto indica que la compensación para los trabajadores de los restaurantes del distrito de Ayacucho siempre fijan las remuneraciones para cada

puesto de acuerdo a las funciones que realiza el personal, para así mejorar en la gestión del talento humano.

6.1.3. Respecto al objetivo específico 3: Describir las características del desarrollo del personal en los restaurantes del distrito de Ayacucho, 2018.

- Se concluye de acuerdo a la perspectiva de los dueños de los restaurantes del distrito de Ayacucho que el 33% de los encuestados algunas veces si algunas veces no se promueven programas de capacitación dentro del restaurante, el 28% de los encuestados la mayoría de veces no promueven programas de capacitación, 21% de los encuestados la mayoría de veces si promueve y planifica programas de capacitación y el 9% de los encuestados siempre o nunca promueven programas de capacitación, esto indica que el desarrollo del personal en los trabajadores de los restaurantes del distrito de Ayacucho algunas veces si algunas veces no se promueve programas de capacitación dentro del restaurante, ya que si se promueven de mejor manera estos programas estos se reflejan en mejoras en la gestión del talento humano.

6.1.4. Respecto al objetivo específico 4: Describir las características de la confiabilidad en los restaurantes del distrito de Ayacucho, 2018.

- Se concluye de acuerdo a la perspectiva de los dueños de los restaurantes del distrito de Ayacucho que el 40% de los encuestados la mayoría de veces no concluye el servicio en el tiempo prometido, el 26% de los encuestados la mayoría de veces si concluye el servicio en

el tiempo prometido, 19% de los encuestados nunca concluyen el servicio en el tiempo promedio, 9% de los encuestados algunas veces si algunas veces no concluye el servicio en el tiempo promedió, 7% de los encuestados siempre concluye el servicio en el tiempo promedio, esto indica que la confiabilidad en los trabajadores de los restaurantes del distrito de Ayacucho la mayoría de veces no concluyen en el tiempo de servicio, ya que si se brinda una buena atención en el tiempo adecuados, esta refleja mejoras en el desempeño laboral.

6.1.5. Respecto al objetivo específico 5: Describir las características de la empatía en los restaurantes del distrito de Ayacucho, 2018.

- Se concluye de acuerdo a la perspectiva de los dueños de los restaurantes del distrito de Ayacucho que el 44% de los encuestados la mayoría de veces el personal no escucha con atención cualquier duda, el 23% de los encuestados la mayoría de veces si el personal del restaurante escucha con atención cualquier duda del cliente, el 19% de los encuestados siempre escuchan con atención cualquier duda, el 14 % de los encuestados algunas veces si algunas veces no escuchan con atención cualquier duda, esto indica que la empatía en los trabajadores de los restaurantes del distrito de Ayacucho la mayoría de veces el personal no escucha a los clientes ante presencias de quejas y dudas, ya que si el personal atiende correctamente en la quejas y dudas de los clientes, esta mejora en el desempeño laboral de los trabajadores de los restaurantes.

6.1.6. Respecto al objetivo específico 6: Describir las características de la seguridad en los restaurantes del distrito de Ayacucho, 2018.

- Se concluye de acuerdo a la perspectiva de los dueños de los restaurantes del distrito de Ayacucho que el 42% del encuestados siempre consideran importante generar credibilidad en los usuarios, el 37% de los encuestados la mayoría de las veces si consideran importante generar credibilidad en el usuario, el 12% de los encuestados la mayoría de veces no consideran importante generar credibilidad en el usuario, el 9 % de los encuestados algunas veces si algunas veces no consideran importante generar credibilidad en el usuario, esto indica que la seguridad en los trabajadores de los restaurantes del distrito de Ayacucho consideran importante generar credibilidad en los usuarios, ya que si esto se realiza adecuadamente, se mejora el desempeño laboral de los trabajadores.

6.2. Recomendaciones

- Se recomienda a los dueños de los restaurantes del distrito de Ayacucho, mejorar en el proceso de reclutamiento del personal, para mejorar la situación actual de la incorporación del personal en este tipo de servicios. **(Objetivo específico 1)**
- Se recomienda a los dueños de los restaurantes del distrito de Ayacucho, mejorar en los aspectos de la remuneración establecida para cada puesto acorde a las funciones realizadas y así mejorar en la compensación que se les hacen a los trabajadores de los restaurantes. **(Objetivo específico 2)**

- Se recomienda a los dueños de los restaurantes del distrito de Ayacucho, promover y planificar programas capacitación de una manera adecuada, para así mejorar en el desarrollo del personal en los restaurantes. **(Objetivo específico 3)**
- Se recomienda a los dueños de los restaurantes del distrito de Ayacucho, mejorar en los tiempos de entrega de los diversos platos que se sirven en los restaurantes, para así mejorar en la confiabilidad en los restaurantes. **(Objetivo específico 4)**
- Se recomienda a los dueños de los restaurantes del distrito de Ayacucho, mejorar en la atención cuando un cliente presenta alguna queja o duda en relación al servicio que brindan, para así mejorar en la empatía de los restaurantes. **(Objetivo específico 5)**
- Se recomienda a los dueños de los restaurantes del distrito de Ayacucho, mejorar en la credibilidad de los usuarios de los restaurantes, para así mejorar en aspectos de la seguridad cuando brindan el servicio en los restaurantes. **(Objetivo específico 6)**

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

(s.f.).

Acosta, M. (2017). *Gestion deL talento humano y calidad de servicio de la empresa inversiones Hinostroza S.A.C.* Huanuco: Distrito de Amarilis.

Arapa, S. (2017). *Calidad de servicios e influencia en la satisfaccion de clientes en los restaurantes de la ciudad de ayacucho.* Ayacucho: Universidad San Cristobal de Huamanga.

Araujo , M., & Leal Guerra, M. (2007). *Inteligencia Emocional Y Desempeño Laboral en las Instituciones de Educacion Supeior Publica.* Centro de Investigacion de Ciencias Administrativas y Gerenciales.

Chiavemato, I. (2002). *Gestion del talento humano* (primera ed.). Mexico: McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (2000). *Administracion de Recursos Humanos* (Quinta ed.). Mexico: McGRAW-HILL Interamericana S.A.

Chiavenato, I. (2007). *Administracion de Recursos Humanos* (octava ed.). Mexico: Mac Graw - Hill.

Chiavenato, I. (2009). *Gestion del Talento Humano tercera edicion* (tercera ed.). Mexico: McGraw-hil.

Cronin, J. T. (1992). *Measurind service quality. A re-examination and extension.:* Journal of Marketing.

De Cenzo, D. A., & Robbins, S. P. (1999). *Gestion de Recursos Humanos David A. De Cenzo, Stephen P.Robbins.* Nuevo York: Limusa Wiley.

De la Cruz, C. (2009). *La nueva gestion del poetencial humano y su evaluacion de desempeño en las instituciones financieras de huamanga.* Ayacucho: Universidad Nacional San Cristobal de Huamanga.

Delgado Gonzalez, S., & Ventura, B. E. (2011). *Administracion de Recursos Humanos* (cuarta ed.). Madrid: Paraninfo.

Fernandez Aguado, J. (2008). *Dirigir personas en la empresa* (Primera ed.). Madrid: Ediciones Piramide.

Goldman Zuloaga, K. (15 de Julio de 2014). *Variables que afectan el desempeño laboral .* Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/variables-que-afectan-el-desempeno-laboral/>

Gronroos, C. (1994). *Marketing y gestion de servicios:la gestion de los momentos de la verdad y la competencias en los servicios .* Madrid: Diaz de Santos .

- Hernandez,R; Fernandez, C & Baptista, P. (2014). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: McGrawHill.
- Ibañez Machico, M. (2011). *Gestion del talento humano en la empresa* . Lima: San Marcos E.I.R.L.
- Koontz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2004). *Administracion una Perspectiva Global y Empresarial* (Decimocuarta ed.). Mexico: Mc Graw-Hill.
- Manrique, N. (2015). *El contro interno y su incidencia en la gestion de recursos humanos en el hotel*. Huaraz: Pastaruri.
- Oliver, R. L. (1980). *A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions*. Journal of Marketing research.
- Osorio, J. (2015). *gestion del talento humano y la calidad de servicio en el Minimarket Adonay del Distrito de Andahuaylas*. Andahuaylas: Universidad Nacional Jose Maria Arguedas.
- Parasuraman, A., Bery, I., & Zeithml, V. (1991). *einement and reassessment of th SERVQUAL scale*.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V.; Berry, L. (1994). *Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality*. Journal of Marketing.
- Perez, G. (2014). *La gestion del talento humano y su incidencia en la calidad del servicio al cliente en la cooperativa de ahorro y credito san francisco Ltda*. Ecuador: tesis de pregrado.
- Pinedo, & Quispe. (2017). *La gestion del talento humano y su influencia en lamotivacion en los colaboradores administrativos e la empresa Petrex S.A*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Puyen, N., & Farfan, S. (2017). *gestion del talento humano y la calidad del sevicio en hoteles tres estrellas del distrito de zorritos*. Lima: Universidad Nacional de Tumbes.
- Sanchez, F. (1993). *Tecnicas de administracion de recursos humanos*. Mexico: Limusa.
- Urquia, R. A. (2016). *Gestion del talento humano y calidad del servicio en el centro de salud Villa Victoria Porvenir Surquillo*. Lima: Universidad Cesar Vallejos.
- Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Vallejo , L. M. (2015). *Gestion del talento humano*. Riobamba, Ecuador: La Caracola Editores.
- Vasquez, A. (2009). *Gestion del Talento Humano* . Caracas : Recursos Humanos .

ANEXO

ANEXO N° 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACION

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	INDICADORES	ITEM	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE INDEPENDIENTE Gestión del talento humano	Corresponde a buscar siempre que el factor humano brinde sus mejores características profesionales y laborales a la empresa, mejorando así su eficiencia para alcanzar ciertas metas laborales	Son prácticas necesario para dirigir al talento humano, tales como el reclutamiento, la selección, la formación, la remuneración y destacar aquellas personas con un gran potencial, para ser retenidos y convertirlos en pilares de la empresa	Incorporación del personal	Proceso utilizado para diseñar las actividades que las personas realizarán en la empresa.	Reclutamiento del personal Selección del personal Inducción del personal	1 - 4	Escala tipo Likert 1. Siempre 2. La mayoría de veces si 3. Algunas veces si algunas veces no 4. La mayoría de veces no 5. Nunca
			Compensación del personal	Procesos utilizados para crear condiciones ambientales y psicológicas satisfactorias para las actividades de las personas,	Remuneración del personal Incentivos del personal Motivación del personal.	5 - 8	
			Desarrollo del personal	Proceso empleado para capacitar e incrementar el desarrollo profesional y personal de los empleados.	Capacitación del personal Desempeño del personal Supervisión del personal	9 - 11	
VARIABLE DEPENDIENTE Calidad del servicio	Proviene principalmente de la satisfacción de las necesidades y expectativas que tiene el cliente frente a una empresa.	Satisfacer plenamente las necesidades y expectativas del cliente	Confiabilidad del servicio	Habilidades de prestar el servicio promedio de forma precisa	Rapidez en el servicio Eficiencia del servicio	12- 14	
			Empatía del servicio	Atención individualizada que se ofrece a cada cliente	Accesibilidad en el servicio Comunicación en el servicio Comprensión en el servicio	15 - 17	
			Seguridad del servicio	Conocimientos del servicio prestado y cortesía de los empleados así como sus habilidades para transmitir credibilidad y confianza al cliente	Conocimiento del servicio Habilidades del servicio Credibilidad del servicio	18 – 20	

ANEXO N°2 ENCUESTA



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DUEÑOS O ADMINISTRADORES

Señor(a) administrador

La presente encuesta es anónima, y forma parte de un trabajo de investigación titulada **“GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y CALIDAD DE SERVICIOS EN LOS RESTAURANTES DEL DISTRITO DE AYACUCHO 2018”** que tiene por finalidad recolectar información, se le ruega responder con total sinceridad.

INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta se presenta un grupo de características sobre gestión del talento humano y calidad de servicios; cada una de ellas va seguida de cinco alternativas de respuesta que debe marcar; alternativas que usted crea por conveniente, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

ESCALA DE VALORACION				
SIEMPRE	LA MAYORIA DE LAS VECES SI	ALGUNAS VECES SI ALGUNAS VECES NO	LA MAYORIA DE VECES NO	NUNCA
1	2	3	4	5

N°	ÍTEMS	VALORACION				
VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTION DEL TALENTO HUMANO						
	Dimensión 1: Incorporación del personal (reclutamiento, selección , inducción)					
1	¿Con que frecuencia recluta personal para su restaurante?	1	2	3	4	5
2	¿Existe pruebas de selección para ocupar un puesto de trabajo?	1	2	3	4	5
3	¿El restaurante cuenta con manual de funciones?	1	2	3	4	5
4	¿Usted guía los procedimientos o funciones para el desarrollo de las actividades en los puestos asignados?	1	2	3	4	5
	Dimensión 2: Compensación del personal (remuneración, incentivos, motivación, comunicación)					
5	¿La remuneración establecida para cada puesto es acorde a las funciones realizadas?	1	2	3	4	5
6	¿El restaurante diseña programas de incentivos para el personal que cumpla las metas establecidas o las llegue a superar?	1	2	3	4	5
7	¿Usted diseña estímulos para motivar al personal del restaurante?	1	2	3	4	5
8	¿Realiza reuniones con los trabajadores para conocer sus dificultades?	1	2	3	4	5

Dimensión 3: Desarrollo del personal (capacitación, desempeño, supervisión)						
9	¿Dentro del restaurante se promueve y planifica programas de capacitación?	1	2	3	4	5
10	¿Evalúa al personal periódicamente para medir el desempeño en sus funciones?	1	2	3	4	5
11	¿El restaurante posee una base de datos para La supervisión del personal?	1	2	3	4	5

VARIABLE DEPENDIENTE: CALIDAD EN SERVICIOS						
Dimensión 1: confiabilidad del servicio(rapidez en el servicio , eficiencia)						
12	¿El restaurante concluye el servicio en el tiempo prometido?	1	2	3	4	5
13	¿El cliente valora su eficiente servicio?	1	2	3	4	5
14	¿Cuando un cliente tiene un problema con respecto al servicio usted interviene para solucionarlo?	1	2	3	4	5
Dimensión 2: Empatía del servicio(accesibilidad, comunicación y comprensión con el cliente)						
15	¿Qué tan importante considera prestar una atención personalizada?	1	2	3	4	5
16	¿El personal del restaurante escucha con atención cualquier duda?	1	2	3	4	5
17	¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder preguntas de los clientes?	1	2	3	4	5
Dimensión 3: seguridad del servicio (conocimiento, habilidades y credibilidad)						
18	¿Considera adecuada las respuestas que brinda el personal al resolver dudas del cliente?	1	2	3	4	5
19	¿Las habilidades y destrezas del personal ayuda al crecimiento del restaurante?	1	2	3	4	5
20	¿Considera importante generar credibilidad en el usuario?	1	2	3	4	5

GRACIAS POR SU GENTIL COLABORACIÓN

ANEXO N° 3: Encuesta Aplicada



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DUEÑOS O ADMINISTRADORES

Señor(a) administrador

La presente encuesta es anónima, y forma parte de un trabajo de investigación titulada "GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y CALIDAD DE SERVICIOS EN LOS RESTAURANTES DEL DISTRITO DE AYACUCHO 2018" que tiene por finalidad recolectar información, se le ruega responder con total sinceridad.

INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta se presenta un grupo de características sobre gestión del talento humano y calidad de servicios; cada una de ellas va seguida de cinco alternativas de respuesta que debe marcar; alternativas que usted crea por conveniente, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

ESCALA DE VALORACION				
SIEMPRE	LA MAYORIA DE LAS VECES SI	ALGUNAS VECES SI ALGUNAS VECES NO	LA MAYORIA DE VECES NO	NUNCA
1	2	3	4	5

N°	ÍTEMS	VALORACION				
VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTION DEL TALENTO HUMANO						
Dimensión 1: Incorporación del personal (reclutamiento, selección , Inducción)						
1	¿Con que frecuencia recluta personal para su restaurante?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
2	¿Existe pruebas de selección para ocupar un puesto de trabajo?	<input checked="" type="checkbox"/>	2	3	4	5
3	¿El restaurante cuenta con manual de funciones?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
4	¿Usted guía los procedimientos o funciones para el desarrollo de las actividades en los puestos asignados?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
Dimensión 2: Compensación del personal (remuneración, incentivos, motivación, comunicación)						
5	¿La remuneración establecida para cada puesto es acorde a las funciones realizadas?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
6	¿El restaurante diseña programas de incentivos para el personal que cumpla las metas establecidas o las llegue a superar?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
7	¿Usted diseña estímulos para motivar al personal del restaurante?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
8	¿Realiza reuniones con los trabajadores para conocer sus dificultades?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
Dimensión 3: Desarrollo del personal (capacitación, desempeño, supervisión)						
9	¿Dentro del restaurante se promueve y planifica programas de capacitación?	<input checked="" type="checkbox"/>	2	3	4	5
10	¿Evalúa al personal periódicamente para medir el desempeño en sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>	2	3	4	5
11	¿El restaurante posee una base de datos para La supervisión del personal?	<input checked="" type="checkbox"/>	2	3	4	5

VARIABLE DEPENDIENTE: CALIDAD EN SERVICIOS					
	Dimensión 1: confiabilidad del servicio (rapidez en el servicio, eficiencia)				
12	¿El restaurante concluye el servicio en el tiempo prometido?	1	2	3	4 5
13	¿El cliente valora su eficiente servicio?	1	2	3	4 5
14	¿Cuando un cliente tiene un problema con respecto al servicio usted interviene para solucionarlo?	1	2	3	4 5
	Dimensión 2: Empatía del servicio (accesibilidad, comunicación y comprensión con el cliente)				
15	¿Qué tan importante considera prestar una atención personalizada?	1	2	3	4 5
16	¿El personal del restaurante escucha con atención cualquier duda?	1	2	3	4 5
17	¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder preguntas de los clientes?	1	2	3	4 5
	Dimensión 3: seguridad del servicio (conocimiento, habilidades y credibilidad)				
18	¿Considera adecuada las respuestas que brinda el personal al resolver dudas del cliente?	1	2	3	4 5
19	¿Las habilidades y destrezas del personal ayuda al crecimiento del restaurante?	1	2	3	4 5
20	¿Considera importante generar credibilidad en el usuario?	1	2	3	4 5

GRACIAS POR SU GENTIL COLABORACIÓN

Gabriela Pittaco Ochoa

