



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Influencia de La Gestión del Talento Humano en la Fidelización de  
los Clientes del Sector Hotelero del Distrito Huanchaco – Trujillo  
2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Licenciado en Administración**

**Autores:**

Reyes Aroca, Anthony Josseph ([orcid.org/ 0000-0003-1137-4721](https://orcid.org/0000-0003-1137-4721))

Villalobos Sanchez, Liz Ines ([orcid.org/0000-0003-3474-0747](https://orcid.org/0000-0003-3474-0747))

**Asesores:**

Mg. Cedron Medina, Carlos Alberto ([orcid.org/0000-0002-4025-764](https://orcid.org/0000-0002-4025-764))

Mba. Pinglo Bazan, Miguel Elias ([orcid.org/0000-0001-7130-0156](https://orcid.org/0000-0001-7130-0156))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO – PERÚ

2023

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo a mis padres Éytel Américo Villalobos Vargas y Gloria Marleny Sánchez Florián, quienes siempre confiaron en mí y estuvieron presentes durante el transcurso de toda mi vida universitaria brindándome su apoyo de manera incondicional.

***Liz Villalobos***

## **DEDICATORIA**

Este logro es para Teresa Aroca Flores y Lorenzo Rodríguez Caballero, quienes fueron pilares importantes para la culminación de mi carrera universitaria, brindándome confianza y confort en cada paso dado y por dar.

***Anthony Reyes***

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradezco a mis padres, quienes me apoyaron y motivaron a lo largo de esta trayectoria universitaria brindándome todos los medios para lograrlo.

Gracias a mi casa de estudios, la Universidad César Vallejo, por haberme formado durante estos cinco años y a las personas que fueron partícipes de este proceso ya que hoy en día se ve reflejado en la culminación de mi paso por la universidad; y por supuesto, gracias a Dios por darme la salud y fortaleza.

***Liz Villalobos***

Gracias a Dios por darme salud, paciencia, responsabilidad y conocimientos para poder culminar eficazmente este largo camino recorrido en la universidad

Así mismo, agradezco a mis padres por brindarme la oportunidad de desarrollar una carrera universitaria y por siempre confiar en mis capacidades.

Por último, agradezco a la casa de estudios César Vallejo, por abrirme sus puertas a su prestigiosa universidad y brindar una excelente plana de docentes.

***Anthony Reyes***



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Declaratoria de Autenticidad de los Asesores**

Nosotros, CEDRON MEDINA CARLOS ALBERTO, PINGLO BAZAN MIGUEL ELIAS, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesores de Tesis titulada: "Influencia de La Gestión del Talento Humano y la Fidelización de los Clientes del Sector Hotelero del Distrito Huanchaco – Trujillo 2023", cuyos autores son VILLALOBOS SANCHEZ LIZ INES, REYES AROCA ANTHONY JOSSEPH, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 23 de Noviembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
CEDRON MEDINA CARLOS ALBERTO <b>DNI:</b> 18070929 <b>ORCID:</b> 0000-0002-4025-764X	Firmado electrónicamente por: CCEDRONM el 12-12-2023 16:54:33
PINGLO BAZAN MIGUEL ELIAS <b>DNI:</b> 40717454 <b>ORCID:</b> 0000-0001-7130-0156	Firmado electrónicamente por: MPINGLO el 10-12-2023 20:33:32



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

### Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, REYES AROCA ANTHONY JOSSEPH, VILLALOBOS SANCHEZ LIZ INES estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Influencia de La Gestión del Talento Humano y la Fidelización de los Clientes del Sector Hotelero del Distrito Huanchaco – Trujillo 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
VILLALOBOS SANCHEZ LIZ INES <b>DNI:</b> 75419209 <b>ORCID:</b> 0000-0003-3474-0747	Firmado electrónicamente por: LVILLALOBOSSA10 el 22-01-2024 12:04:32
REYES AROCA ANTHONY JOSSEPH <b>DNI:</b> 71989144 <b>ORCID:</b> 0000-003-1137-4721	Firmado electrónicamente por: AREYESAR27 el 17-01- 2024 10:36:43

## INDÍCE DE CONTENIDOS

CARÁTULA .....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
INDÍCE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	15
3.2. Variables y operacionalización.....	16
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis .....	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
3.5. Procedimientos.....	20
3.6. Método de análisis de datos.....	20
3.7. Aspectos éticos .....	20
IV. RESULTADOS .....	21
V. DISCUSIÓN.....	30
VI. CONCLUSIONES .....	33
VII. RECOMENDACIONES.....	34
REFERENCIAS .....	35
ANEXOS .....	43

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	: Pruebas de normalidad .....	21
Tabla 2	: Influencia de la Gestión del Talento Humano actitudinal en la Fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023 .....	22
Tabla 3	: Identificar la influencia de la Gestión del Talento Humano metodológica en la fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023.....	23
Tabla 4	: Identificar la influencia de la Gestión del Talento Humano competitiva en la Fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023.....	24
Tabla 5	: Influencia de la Gestión del Talento Humano en la Fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023 .....	25
Tabla 6	: La Gestión del Talento Humano Actitudinal influye significativamente en la Fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023.....	26
Tabla 7	: La Gestión del Talento Humano metodológica influye significativamente en la Fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023.....	27
Tabla 8	: La Gestión del Talento Humano competitiva influye significativamente en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023.....	28
Tabla 9	: Existe influencia entre la Gestión del Talento Humano y la Fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – trujillo 2023 .....	29
Tabla 10	: Matriz de operacionalización de las variables .....	43
Tabla 11	: Matriz de consistencia .....	44

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Instrumentos de investigación .....	46
Figura 2	Fichas validadas.....	48
Figura 3	Determinación de la confiabilidad de los instrumentos.....	53
Figura 4	Evidencias de aplicación de cuestionarios virtual.....	54



## RESUMEN

El objetivo en el que se enmarca la investigación es Determinar la influencia de la Gestión del Talento Humano en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023, para lo cual se utilizó un método cuantitativo, transversal, no experimental. Por último, después de analizar los datos se concluyó que la gestión del talento humano influye en la fidelización de los clientes en un 61.2%, demostrando la importancia que tiene esta sobre todo en un rubro en el cual está enfocado, que es el hotelero, puesto que tiene un contacto muy directo con el cliente.

**Palabras clave:** Huanchaco, Gestión del Talento Humano, Fidelización

## **ABSTRACT**

The objective of the research is to determine the influence of Human Talent Management on Customer Loyalty in the hotel sector of the Huanchaco – Trujillo 2023 district, for which a quantitative, transversal, non-experimental method was used. Finally, after analyzing the data, it was concluded that human talent management influences customer loyalty by 61.2%, demonstrating the importance of this, especially in an area in which it is focused, which is the hotel industry. since it has very direct contact with the client.

**Keywords:** Huanchaco, Human Talent Management, Loyalty

## I. INTRODUCCIÓN

Nuestro país Perú es uno de los más ricos tanto en cultura como en fauna marítima y terrenal, es por ello que, según la revista Andina. (2023) Huanchaco es el segundo lugar preferido por los turistas de otros países en la región la libertad. De esta manera su cultura latente y única, acompañado de su buena gastronomía y deportes como el surf, el paseo en los caballitos de totora y sus mágicas noches, la han convertido en un destino muy atractivo para los turistas, esto a su vez genera un tráfico fluido de turistas durante todo el año. Dicho tráfico se vio afectado temporalmente por la pandemia, hecho que ya se ha ido superando con el paso del tiempo.

La revista Comercio. (2022) indicó que para el año 2023 Huanchaco tiene previsto la llegada de al menos 25 mil personas, teniendo una capacidad del 100% de la reserva de sus hoteles. Partiendo desde ese punto, el sector hotelero en huanchaco tiene un verdadero reto para poder cumplir con la expectativa de todos los turistas. No obstante, se evidencia una notable escases del manejo del talento humano, generando una rotación de personal constante y la mala calificación por parte de los turistas hacia los hoteles.

Actualmente los estándares para un hotel que acoge a turistas extranjeros son muy elevados, estos exigen a personas capacitadas y altamente calificadas para su recepción como para cumplir con todos los servicios que requieran, hablamos de trabajadores que tengan al menos 2 idiomas y saber reconocer las necesidades de los clientes. Estas exigencias generan una notable rotación de personal que trae consigo horarios de trabajo muy irregulares. Por ello los dueños de los hoteles tienen que gestionar adecuadamente a sus trabajadores y enfocarse en una buena selección, capacitación, y retención del talento humano.

Actualmente, en el ambiente globalizado en el que nos encontramos podemos evidenciar que la gran mayoría de hoteles han priorizado ejecutar sus inversiones y estrategias en aspectos como el marketing digital o las finanzas para así potenciar

sus ganancias, dejando de lado al talento humano, por ello, la presente investigación ayudó a poder entender cuán importante es la GTH dentro de un hotel. Para que una empresa funcione correctamente, esta tiene que saber combinar sus recursos adecuadamente, en el rubro hotelero el capital humano es uno de los recursos más valiosos que puede existir, ya que estos protagonizan un rol fundamental al estar en contacto directo con los clientes(huéspedes), al entender esto podemos hacer énfasis en que es relevante que los hoteles enfoquen sus esfuerzos en saber y poder captar el recurso humano más idóneo, a su vez capacitar e incentivar su retención para evitar la rotación del personal, saber administrar correctamente esto significara el éxito o fracaso del hotel.

La presente investigación tuvo un grado elevado de conveniencia ya que estuvo enfocada en aportar en los conceptos de Gestión del Talento Humano y la Fidelización de los clientes que se desarrollaron en el distrito de Huanchaco-Trujillo, dichos conceptos son de suma importancia para el distrito ya que, considerando que entre sus actividades económicas principales se encuentran el comercio y comercio turístico, será de suma importancia desarrollar los presentes conceptos, a su vez serán de gran utilidad para los comercio y más específicamente para los hoteles de huanchaco.

Como se acaba de mencionar la investigación benefició específicamente a los 19 hoteles en los que se enmarca nuestro estudio, esto ayudó a que los hoteles puedan suministrar y gestionar correctamente su recurso humano y a la vez capacitándolos para poder fidelizar a los clientes. Esto generará que crezca el turismo en Huanchaco ya que los clientes o turistas estarán más tiempo, vendrán más seguido y harán recomendaciones por el cómodo alojamiento del distrito, potenciando el comercio.

La investigación buscó resolver el problema de la atención deficiente hacia los clientes (turistas) en diversos hoteles del distrito de huanchaco, bajo el desenvolvimiento del estudio se evidenciaron diferentes factores que influyen en una atención deficiente de los clientes por ello se buscó dar alternativas de solución. Como se mencionó anteriormente la investigación tiene valor teórico porque profundizó en los conceptos de Gestión del Talento Humano y la Fidelización de los clientes que se desarrollaron en el distrito de Huanchaco-Trujillo.

En lo metodológico podemos encontrar a nuestras dos variables: Gestión del talento Humano y La fidelización de los clientes.

A partir de ello se formuló la siguiente problemática ¿De qué manera influye la Gestión del Talento Humano en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023? Por otro lado, nuestro objetivo general fue Determinar la influencia de la Gestión del Talento Humano en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023. Mientras que los objetivos específicos son: Identificar la influencia de la Gestión del Talento Humano Actitudinal en la fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023; identificar la influencia de la Gestión del Talento Humano metodológica en la fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023 y por último, identificar la influencia de la Gestión del Talento Humano Competitiva en la fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023. En cuanto a la Hipótesis General fue: Existe influencia entre La Gestión del Talento Humano y la Fidelización de Los Clientes en el sector hotelero del distrito huanchaco – Trujillo 2023. Mientras que las hipótesis específicas fueron: La Gestión del Talento Humano Actitudinal influye significativamente en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo2023; la Gestión del Talento Humano metodológica influye significativamente en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo2023 y, por último, la Gestión del Talento Humano Competitiva influye significativamente en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo2023.

## II. MARCO TEÓRICO

Para enmarcar nuestra presente investigación, recurrimos a diferentes fuentes que compartieron una misma visión con nosotros, empezando por el ámbito internacional con los autores (Cubillos, Montealegro & Delgado, 2021) que tuvo por objetivo general en su artículo de investigación: Este estudio consistió en la caracterización e interpretación de las prácticas de GTH en microempresas del sector hotelero de la ciudad de Ibagué. Se empleó un estudio cuantitativo. El estudio concluyó que la centralización del control empresarial a nivel de C-suite, la influencia de los lazos familiares en el hecho de tomar decisiones para la organización y el "estilo único" empresarial dan forma a las prácticas de liderazgo humano en estas organizaciones. En artículo se puede resaltar que en la ciudad de Ibagué La Gestión del Talento humana estuvo más presente en los grandes hoteles que en los pequeños, es así que del total de 76 hoteles urbanos registrados 58 están catalogados como microempresas de los cuales tienen poco conocimiento del proceso de la GTH.

Por otro lado, el autor (Santana, 2022) en su investigación se planteó el objetivo general: Verificar si su personal está capacitado en cada área para detectar las señales clave que podrían estar obstaculizando el crecimiento comercial de su hotel. También se utilizó metodologías de entrevistas y encuestas. Resultados de la encuesta: Cuando se les preguntó si la gestión del talento está dirigida a mejorar el servicio al cliente, el 60% de los encuestados estuvo de acuerdo y el 30% no estuvo de acuerdo, esto resalta la importancia que una buena gestión de los recursos humanos indica un alto porcentaje.

Mientras tanto, (Bustos, 2023) en su investigación de posgrado. Con el Objetivo General: Propuesta de programa de desarrollo de recursos humanos para el departamento de recepción del hotel del Cantón Atacames, Ecuador. Utilizando una metodología cuantitativa, no experimental. En sus resultados obtuvieron un bajo nivel de conocimiento sobre el rubro hotelero, generando fallas en el desempeño por parte de los trabajadores y el manejo del talento humano por parte de los empleadores. Como conclusión obtuvieron: La necesidad de aumentar y mejorar el

nivel de conocimiento acerca de las funciones y desempeño del servicio de recepción y alojamiento, así como la GTH y la atención al cliente.

Los autores (Marinakou & Giousmpasoglou, 2019) en su artículo se plantearon un objetivo general: El propósito de este documento es proporcionar un concepto de talento y gestión de talento en la industria hotelera de 5 estrellas, que estuvo enfocado en las estrategias de retención de talento. Se utilizó una metodología cualitativa, realizando entrevistas a 4 hoteles de lujo (EE. UU., Reino Unido, Australia y Grecia). Concluyeron en que Los hoteles de lujo deben elegir prácticas de TH que se ajusten a la cultura organizacional con un enfoque en estrategias de retención adaptadas al individuo o grupos de individuos. Las oportunidades de ascenso, el compromiso de los empleados en TH y la planificación de la sucesión son valorados en la industria.

En tanto, (Garavan & Marie, 2021) en su artículo donde su objetivo general: Abordamos algunas de las complejidades evidentes en las organizaciones hoteleras en relación con la práctica de GETH, los tipos de problemas internos y externos de GETH que surgen y las implicaciones de investigación y práctica de buscar GTH en las organizaciones hoteleras. Con un enfoque cuantitativo. Como resultados obtuvieron que GTH es un tema de actualidad para las organizaciones hoteleras, independientemente de su tamaño, complejidad o ubicación geográfica.

Los autores (Gómez, Reyes & Ramos 2021) en el artículo científico nos dan una vista específica de los pros y contras que generó la pandemia sobre la GTH, tuvo por objetivo poder establecer retos del capital humano en época de pandemia. La investigación se desarrolló bajo un alcance descriptivo donde se focalizó el poder analizar el estado actual de la GT. La investigación concluye en que la IA utilizada en tiempos de pandemia para poder reclutar personal genera aspectos positivos en las empresas como la reducción de costos, rapidez de respuesta y aumento en la productividad. Este artículo científico se relaciona con mi variable de pendiente y ayudara a mi investigación mediante una vista general de los desafíos y retos a los que se enfrentaron las organizaciones en tiempo de Covid – 19.

En otra instancia los autores (Vera & Blanco, 2019) en su artículo hacen hincapié en la importancia de la GTH y la creación estrategias, herramientas y modelos que ayuden a sobrevivir competitivamente a las pymes en un mundo globalizado. Por lo cual, su objetivo es reconocer las necesidades de GTH existentes en las Pymes del sector de servicios en Colombia, de esta manera proponer un programa que ayude a las empresas a mejorar sus procesos internos y la concretización de sus objetivos. El enfoque utilizado por el artículo fue cuantitativo, priorizando un método descriptivo correlacional. Se observó que como resultado llegaron a que el 66.67% cuentan con un área de GTH, por lo tanto, el 33.33% no tienen dicha área. También se pudo encontrar las características y de las Pymes del sector de servicios en relación con GTH. Los autores concluyen en que es factible la aplicación de un modelo de GTH enfocado en la gestión del desarrollo de las Pymes en Barranquilla, Colombia. Este artículo ayudara a mi investigación en el lado conceptual, ya que propone un modelo para la GTH que potenciara aspectos en la industria hotelera, aspectos como el desarrollo y valoración organizacional y el reforzamiento en los procesos internos.

Enfocándonos en mi variable dependiente cito a el autor (Ramírez, 2020) quien mediante su trabajo de grado indica lo volátil que son los clientes actuales al momento de elegir un servicio o producto, ellos en su mayoría buscan el lugar que les ofrezca mayor comodidad y más económico posible, por otro lado a las empresas actual existen problemas latentes en la GTH, ya no solo se debe enfocar en la selección, contratación y capacitación del recurso humano, sino ahora se necesitan desarrollar estrategias para que los trabajadores estén preparados y sepan fidelizar a los clientes el mayor tiempo posible. Por ello la investigación se centra en estrategias de fidelización de los clientes, con la intención de motivar a los empleados mediante la compensación de sus condiciones de trabajo. Se encontró como resultado que el 77% de los empleados indican que su jefe no conoce sus necesidades, difiriendo con el funcionamiento y desarrollo de temas de logros y alineamientos para los objetivos. Se concluyó en que el Call Center emplea estrategias de fidelización a su fuerza laboral.

Este estudio aporta a mi investigación ya que se puntualiza lo importante que es gestionar y conocer estrategias de fidelización enfocados en los clientes, dichas



estrategias serán enseñadas y aprendidas por los empleados de las organizaciones, generando más valor sobre sus conocimientos, motivándolos e incentivándolos para su propio desarrollo y desarrollo organizacional.

El autor indonesio (Budianto, 2019) En su artículo científico cuyo propósito fue medir la influencia que tiene la calidad del servicio ofrecido en la lealtad por parte de los clientes del mercado moderno. Esto surge a partir de la creciente aparición de mercados modernos y a su vez de las exigencias que ellos clientes requieren para su fidelización con un producto o servicio. El método utilizado en el artículo fue cuantitativo. Donde se obtuvieron resultados como que la lealtad que puede tener un cliente hacia una marca o empresa es influenciada por la calidad del servicio que esta ofrece en un 38.30% y se hace resalta en que la calidad de servicios tiene un efecto positivo en los clientes. Este artículo ayuda teóricamente y cuantitativamente a mi investigación ya que evidencia lo importante que es la calidad de servicio para los clientes, ya que depende de este factor su fidelización en la empresa.

Por otra parte, (Islam, 2021) en su artículo estudian la responsabilidad social empresarial y su vínculo con el desempeño de las empresas. Su objetivo radica en identificar el nivel de influencia que posee la responsabilidad social corporativa en la lealtad del cliente. El artículo tiene un mecanismo subyacente, donde se encontró como resultado que las iniciativas de la responsabilidad social corporativa se asocian significativamente con la reputación, confianza y satisfacción del cliente. Concluyen en la importancia de las relaciones sociales y de responsabilidad como fundamento para formar empresas de éxito organizacional.

Dicho artículo aportara a mi investigación para medir que tanto influye en que un hotel tenga un alto grado de responsabilidad social para la fidelización de sus colaboradores.

En el aspecto nacional encontramos a (Chambilla, 2022) con su trabajo de investigación con el objetivo general de: Identificar la manera en cómo se gestiona el capital humano en la industria hotelera. Con una metodología integradora.

Obtuvieron como resultado que mantener al cliente interno satisfecho genera un nivel más alto de productividad, incrementando hasta en 2.5 veces el valor de la compañía. Concluyeron en existen semejanzas en las posiciones teóricas para definir el talento humano.

Por otra parte, (Figuroa, 2022) en su tesis con objetivo general: Determinando cómo la gestión de recursos humanos afecta el nivel de calidad del servicio ofrecido en el Hotel El Tumi, Huaraz – 2018. Con un enfoque cuantitativo, no experimental. Donde se concluyó La GTH incide en gran medida en la calidad del servicio del Hotel el Tumi, Huaraz - 2018, la organización sigue cuidando a sus colaboradores, los considera un socio estratégico para su buen desempeño y brinda servicios de calidad.

Por otro lado, (Villar, 2022) en su tesis desarrolla el objetivo general: Identificar el vínculo entre la GTH y la satisfacción en el trabajo en los hoteles y negocios SM del distrito de San Miguel de Lima, 2022. La investigación adopta un enfoque mixto. Como resultado se obtuvo que el coeficiente de correlación es de 0,990 y el valor de significancia es 0,01. Se concluyeron las siguientes premisas: Existe una fuerte asociación positiva entre la GTH y la satisfacción en el trabajo en hoteles SM. Se encontraron correlaciones positivas entre las variables y las dimensiones de la encuesta, lo que sugiere que las estrategias y actividades, desde el reclutamiento hasta la retención de empleados, son fundamentales para la motivación de los empleados.

El autor (Parra & Rodriguez, 2022) en su artículo enfocado en el sector salud del país esta investigación estudia al Talento humano del Hospital Nacional Guillermo Almenara y la calidad de servicio que ejercen los colaboradores sobre los pacientes. Por ello tiene como objetivo medir la incidencia sobre la GTH en la calidad de servicio. La investigación utilizó un estudio cuantitativo no experimental. Se llegó al resultado que se reafirma la influencia de GTH en la calidad de servicio. Este artículo aportará a mi investigación ya que contiene información de interés sobre mis dimensiones.

Mientras tanto, (Espinoza, 2020). Menciona en su tesis doctoral que su objetivo es poder determinar la relación existente en la GTH y el turismo en los hoteles de Churín, con un enfoque de investigación cuantitativo y un diseño de investigación que fue no experimental. Se concluyó que existe una relación significativa entre la GTH y el Turismo.

Desde otra perspectiva, (Mera, 2021) menciona en su investigación que para dar un buen servicio antes se tiene que capacitar a los trabajadores, de esa manera conseguiremos que nuestros clientes estén satisfechos con el servicio recibido. Por ello, su objetivo radica en evidenciar la relación existente entre la GTH y el nivel de calidad de servicio en la compañía telefónica del Perú, por lo tanto, la investigación fue descriptiva, donde se llegó al resultado que un 72.5% del personal manejan un nivel intermedio de GTH, el 22.5% restante contienen un nivel alto. Mientras que el 90% de trabajadores contienen un nivel regular en calidad de servicio, el 10% restante tiene un nivel alto. Por último, se llega a la conclusión que existe una relación positiva entre la GTH y la calidad que se ofrece con el servicio. Esta tesis es de una de las más interesantes e importantes para la investigación que estamos realizando ya que brinda un punto de vista de la GTH y la calidad de servicio contemplada desde una organización telefónica, los datos servirán como referencia para mi variable dependiente y mi dimensión Calidad de servicio.

Desde un enfoque conceptual la autora Sara. (2020). En su artículo nos explica que la estabilidad de las empresas se ubica en el poder de posicionamiento de estas, por lo cual es importante mantener un grado elevado de fidelización de los clientes, si se logra lo contrario la empresa también tiene que estar en condiciones de retener al cliente. De esta manera el objetivo es ofrecer a los lectores bases teóricas y académicas sobre la fidelización y retención del cliente.

Este artículo ayudará a mi investigación proporcionando bases teóricas importantes para entender a fondo mi variable fidelización de los clientes.

Por otro lado, (Sunrey, 2020) En su trabajo de suficiencia profesional estudia aspectos internos y externos que se encuentran en diversos departamentos del hotel. El objetivo puntualiza en proponer un plan de estrategia de fidelización para

los clientes externos. Para eso el trabajo se dirige a lograr una mejora en la calidad que se ofrece en el servicio. Se obtuvo como conclusión que existe una relación positiva entre el marketing relacional y la fidelización de los clientes en el hotel villa de Valverde.

Mientras que, (Chiroque, 2022) en su tesis menciona que la industria hotelera genera un gran impacto de crecimiento económico en las sociedades, por lo siguiente su objetivo se basa en poder encontrar los factores de éxito que generan la fidelización del cliente en un hotel de 4 estrellas Chiclayo. Teniendo una investigación descriptiva, donde se llegó al resultado que el 59% de los clientes están satisfechos con el servicio recibido en el hotel. Por lo tanto, se concluyó que los clientes del hotel se encuentran fidelizados respecto al servicio que reciben. Esta tesis proporcionara diversos puntos, conceptos y estadísticas que servirán como ejemplo para nuestra investigación.

En el ámbito local citamos al autor (Cornejo, 2021) En su tesis que tuvo por objetivo el poder dictar el nivel de relación existente entre la GTH y la Calidad de Servicio del gimnasio Conquer Athletics. En el proyecto se desarrolló un estudio cuantitativo y un tipo de diseño no experimental. Mediante los resultados se evidenció que hay una relación positiva moderada fuerte entre las dos variables. Se llegó a la conclusión que una correcta GTH mejora el nivel de calidad que se ofrece en el servicio por parte de los trabajadores hacia los clientes. Esta tesis es muy importante ya que tuvo relación con nuestra variable independiente GTH y nuestra dimensión Calidad de Servicio vista desde un rubro distinto, aunque muy parecido en el servicio que ofrecen. A su vez nos enseñó cómo funcionan ambas variables y su complementación.

Por otro lado, el autor (BOCANEGRA & LEÓN, 2022) Mediante su tesis se trazó el objetivo de poder determinar el nivel de relación que hay entre la GTH y la calidad de servicio en la empresa Ópticas Innovalens. El proyecto optó por un estudio no experimental con un diseño transversal y se llegó al resultado resaltante que indica que la calidad de servicio depende un 91.7% a la GTH. Por ello se concluye en que las dos variables tienen relación. Dicho de otra forma, la GTH influye en la Calidad de Servicio.

(Castillo, 2022) Que en su tesis se propuso medir las relaciones entre el nivel de calidad de servicio ofrecido y la satisfacción por parte del cliente. Mientras tanto, se clasifica a la investigación como no experimenta con el diseño transeccional correlacional, teniendo una muestra de 161 clientes de un hotel. Se llegó al resultado que, efectivamente, existe una relación de manera significativa con respecto a la calidad del servicio ofrecido y la satisfacción del cliente en el hotel Pullman de Trujillo. Se concluyó que los clientes del hotel valoran mucho el servicio para que puedan sentirse satisfechos.

Después de revisar nuestros antecedentes, ahora nos enfocaremos en nuestras bases teóricas empezando por la variable independiente que es la gestión del talento humano.

TALENTO HUMANO: Diaz. (2017) indica que El talento humano hace referencia a las habilidades, características y aptitudes con las que cuenta una persona, que se desarrolla en base a diversas situaciones que puedan encontrar en su lugar de trabajo. Es por ello que el talento humano tiene que ser valorado, es el único recurso que podemos mantener, y aumentar más su valor con el paso del tiempo.

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO: Chiavenato. (2007) Señala que la GTH son todas las políticas y las prácticas que ayudan a administrar los aspectos existentes del rol de liderazgo y a su vez con la correcta gestión del capital humano de una organización, como la parte del reclutamiento, la capacitación, la selección, la compensación y los métodos usados para evaluar el desempeño. Con esto, el Dr. Chiavenato enfatizó la importancia que se le da al máximo cargo de la empresa ya que es el encargado de supervisar todo el proceso de la sección, lo que significa el buen desempeño futuro de la organización.

Por otro lado, Edgar. (2004) menciona que la GTH es un enfoque estratégico que tiene como objetivo que la organización logre un aumento de su valor consecutivo, mediante un conjunto de acciones enfocadas al nivel de conocimiento, capacidades y habilidades para obtener buenos resultados. Es así que el Dr. Edgar mediante sus estudios logro reconocer que una mejor GTH repercute en más beneficios para

la empresa, por ello se tiene que priorizar mantener a los empleados correctamente capacitados y motivados para evitar la rotación de personal, en el entorno actual y competitivo en el cual nos desarrollamos se tiene que dar el valor necesario al recurso humano ya que estos son piezas importantes en la estructura organizacional.

Segun Toledo. (2018) La gestion del talento humano tiene como base 2 puntos de vistas principales. La primera esta enfocada en poder identificar y potenciar las habilidades de los colaboradores, mientras que la segunda esta en hacer que los colaboradores se alinien con los objetivos y metas de la organización.

Para Castro Mori & Delgado Bardales. (2020) los colaboradores son los pilares principales de las organizaciones, por lo tanto, las empresas deben enfocar sus esfuerzos en mantener al talento humano bien capacitado y motivado, de esta manera se vera reflejado temas como la productividad, clima laboral y rotacion del personal.

Por último, (MONDY, 2005). Confirma que la forma de gestionar el capital humano consiste en usar a los colaboradores como piezas clave para la concertación de objetivos empresariales. De esta manera Wayne nos comparte este concepto que menciona lo relevante que es para las organizaciones la buena GTH, ya que sin esta la empresa tendría muchas dificultades al momento de desarrollar sus tareas diarias. Mediante se invierta más en el capital humano, estos harán notar las recompensas ya que los habrás convertido en trabajadores más completos, profesionales y seguros en la toma de sus decisiones reflejándose de manera directa en la mejora de la productividad y buen desempeño dentro de la industria hotelera y empresarial en general.

Hemos podido percatarnos que el GTH es un proceso de suma importancia en las organizaciones, principalmente GTH se divide en tres dimensiones: 1. Actitudinal. 2. Metodológica 3. Competitiva.

Ahora nos enfocaremos en nuestra variable dependiente que es el fidelizar de los clientes.

La fidelización de los clientes ocasiona menos gastos en publicidad, ya que una persona que ya conoce un bien o servicio es más propenso a volver a comprar a comparación de un cliente nuevo. Hernández. (2020). De esta manera se precisa que la fidelización consiste en hacer que el usuario pueda volver a consumir o comprar un producto o servicio y lo siga haciendo con el paso del tiempo, al lograr aquello, estaremos generando muchos beneficios para la empresa ya que esta ahorrará recursos que podrá utilizar en reforzar otros factores de la organización. Por ello cuando se habla de fidelización se puede tomar dos enfoques, la primera es que los clientes sigan consumiendo con el paso del tiempo y la segunda busca incrementar las ventas.

Para SYDLE. (2022) La fidelización se centra en los clientes que ya han consumido un producto o servicio y están interesados en volver a consumir por la experiencia agradable que se llevaron. Por esto, los clientes elegirán tu empresa a pesar de que existen diversidad de empresas que ofrecen lo mismo. Enfocándonos en el rubro hotelero, la experiencia que los hoteles tiene que brindar a sus clientes debe ser única, mágica e inolvidable. De esta manera se podrá prolongar el periodo de estadía de los huéspedes, generando más consumo y por defecto más ganancias en la empresa.

El autor Fonseca. (2018) menciona que las empresas enfocan sus esfuerzos en obtener nuevos clientes y pocas empresas crean estrategias para retenerlos y fidelizarlos, un cliente fidelizado genera múltiples beneficios para la empresa como mejorar la reputación, facilita la introducción de nuevos productos o servicios y genera recomendación para la obtención de nuevos clientes.

Entonces podemos resaltar que la fidelización del cliente es punto clave para las empresas ya que de esta forma podrás sacar ventaja por sobre tus competidores, imponiendo presencia en el mercado. En un estudio realizado por NIELSEN. (2012) obtuvieron que el 92% de personas extranjeras prefieren recomendaciones de familiares o amigos por encima de cualquier tipo de publicidad. Este porcentaje nos da a entender que tenemos que dar más importancia a la fidelización y retención de nuestros clientes que en la búsqueda de nuevos, ya que se pudo evidenciar que nuestros clientes más fieles pueden publicitar la empresa sin ningún costo mediante sus recomendaciones.

Cuando hablamos del sector hotelero podemos percatarnos que dicho sector maneja un sistema de recomendaciones de hoteles mediante el cual el cliente puede percatarse que hoteles tienen una mejor servicio, recepción y atención al cliente. Para ello los hoteles tendrán que gestionar correctamente a su talento humano ya que depende de cómo realicen su trabajo para el aumento de las recomendaciones de los clientes.

La variable dependiente Fidelización de Los Clientes se divide en dos dimensiones, la satisfacción y la calidad.



### **III. METODOLOGÍA**

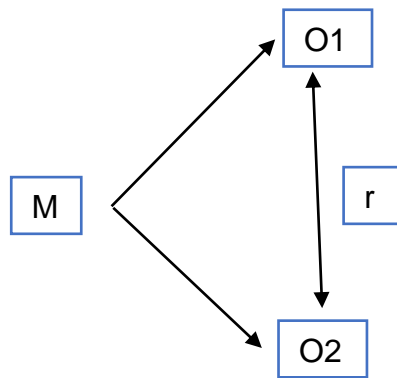
#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

##### **3.1.1. Tipo de investigación**

Para la investigación que se está llevando a cabo se decidió utilizar el tipo de investigación cuantitativa. HERNÁNDEZ. (2014) refiere al tipo de investigación cuantitativa como un procedimiento objetivo en donde mediante mediciones numéricas y análisis estadístico se llega a contrastar las hipótesis previamente planteadas. Por otro lado, Taylor y Bogdan (1982) consideran que este tipo de investigación como aquella que produce datos que son descriptivos y que salen de las propias personas de manera hablada o escrita y la conducta que se puede ver.

##### **3.1.2. Diseño de investigación**

Para el presente proyecto que se está elaborando se decidió utilizar el diseño de investigación transversal, no experimental. Para Hernández. (2014) nos explica que el diseño de investigación no experimental se basa en estudios en donde las variables no se manipulan, del mismo modo sola mente se observa el individuo en su habitud natural para después poder analizarlo. De la misma manera nos lo señalan Pedhazur y Schmelkin (1991), ya que indican que los experimentos que son cuasi-experimentos y aquellos que no son experimentos se diferencian por la presencia de la manipulación de la variable independiente y la aleatorización. El estudio también es transversal ya que nos ayudara a recolectar, procesar y analizar datos sobre la GTH y la Fidelización de Los Clientes, por lo tanto, es correlacional debido a que se busca medir una relación estadística que hay entre mis 2 variables.



Leyenda:

M: empleados de hoteles de Huanchaco

O1: GTH

O2: Fidelización de Los Clientes

r: Relación entre las variables

### 3.2. Variables y operacionalización

- **Definición conceptual:**

**V1:** Gestión del Talento Humano:

Edgar. (2004) mencionó que la GTH es un enfoque estratégico que tiene como objetivo que la organización logre un aumento de su valor consecutivo, mediante un conjunto de acciones enfocadas al nivel de conocimiento, capacidades y habilidades para obtener buenos resultados. Chiavenato (2009), nos afirma que la GTH refiere a todas las políticas y prácticas necesarias para direccionar cargos de alto rango con personas, creando procesos de reclutamiento y selección.

**V2:** Fidelización de los clientes:

Según el autor Guadarrama Tavira & Rosales Estrada (2015). La Fidelización de los Clientes consiste en que los clientes o consumidores permanezcan en las empresas el más tiempo posible y siga consumiendo en ella.

- **Definición operacional:**

**V1:** Gestión del Talento Humano:

Para la operacionalización de la variable independiente gestión del talento humano se utilizará las dimensiones; actitudinal, metodología y competencias.

**V2:** Fidelización de los clientes:

Para la operacionalización de la variable dependiente fidelización de los clientes se utilizaron las dimensiones satisfacción y calidad.

- **Indicadores:**

**V1:** Liderazgo, toma de decisiones, Trabajo en equipo, Relaciones interpersonales, Predisposición, Estrategias, Objetivos, Innovación, Selección, Organización, Recursos, Conocimientos y Productividad.

**V2:** Experiencia, Competencia, Atención, Calidad de atención, calidad de servicios e Instalaciones e infraestructura.

- **Escala de medición:**

La escala elegida para las dos variables es de tipo ordinal.

### **3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis**

#### **3.3.1. Población:**

De acuerdo con el autor Arias (2006, p.81) la población se define como un conjunto finito o infinito de elementos que poseen atribuciones en común para ser investigadas; esta es determinada por la problemática y los objetivos de estudio.

La población para nuestra investigación se constituye por los 80 empleados de 19 hoteles del balneario de huanchaco inscritos en el directorio de hoteles del Gobierno Regional La Libertad.

- **Criterios de selección:**

Criterios de inclusión:

- Los trabajadores de los hoteles que estén inscritos en el directorio de hoteles del Gobierno Regional La Libertad.

Criterios de exclusión

- Hoteles que no estén inscritos en el directorio de hoteles del Gobierno Regional La Libertad.

### **3.3.2. Muestra**

De acuerdo con Tamayo y Tamayo (2006) nos dicen que en una investigación es conocido como muestra al conjunto de operaciones que se llevan a cabo para hacer el estudio de la distribución de ciertos caracteres en totalidad con una población universal o colectiva a partir de la técnica de la observación de una parte de la población que ha sido tomada en consideración.

Después de delimitar nuestra población se optó por trabajar con una muestra por conveniencia de 80 empleados de los 19 hoteles de huanchaco.

### **3.3.3. Muestreo**

Arias (2006, p.83) especifica que el muestreo es el proceso de determinar la probabilidad de que cada elemento esté en la muestra.

El método de muestreo utilizado en este estudio es el método de muestreo no probabilístico mediante el método de conveniencia

### **3.3.4. Unidad de análisis:**

Según Tamayo (2012) la unidad de análisis tiene que ver con la entidad mayor o lo más representativo de lo que viene a ser el objeto específico de un estudio en una medición. Este desea identificar a qué o quién es el objeto de interés en una investigación.

En nuestro caso, la unidad de análisis es un empleado de los 19 hoteles seleccionados.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.4.1. Técnicas**

Para Hernández S. (2014) las técnicas de investigación son aquellas herramientas y procedimientos que están disponibles para un investigador en la que este puede obtener información y conocimientos de interés para la investigación.

La técnica empleada para nuestro estudio es la encuesta, ya que mediante esta se medirá la opinión y conocimiento de los empleados de hoteles de huanchaco sobre aspectos relacionados a la GTH y la fidelización de los clientes.

#### **3.4.2. Instrumento de recolección de datos**

De acuerdo con Palella y Martins (2017) los instrumentos usados para recolectar los datos son cualquier recurso del cual el investigador pueda valerse para llevar a cabo el procedimiento de recolección de información.

Por otro lado, nuestro instrumento para recolectar los datos seleccionado será el cuestionario, este consta de una serie de preguntas claramente formuladas para que el encuestado pueda entenderla, dicho cuestionario es de tipo Likert y está diseñado en Google Forms.

#### **3.4.3. Validez y confiabilidad del instrumento**

##### **Validez:**

Se validó los instrumentos de GTH y fidelización de los clientes mediante el juicio de expertos del tema.

Los expertos encargados de validar los instrumentos relacionados a las dos variables de GTH y Fidelización de los clientes fueron:

- Mg. Miguel Angel G. Otoya Arrese
- Prf. Jimmy rolando Trujillo
- Mg. Marco Antonio Chávez Bocchio

**Confiabilidad:**

Para la confiabilidad de la investigación se empleó el cálculo estadístico de Alfa de Cronbach mediante una prueba piloto de 30 empleados de los hoteles encuestados en huanchaco. Después de obtener la base de datos se realizó el cálculo obteniendo un valor de 0.825 de confiabilidad.

**3.5. Procedimientos**

Para el avance de esta investigación, partimos analizando el sector hotelero del distrito de Huanchaco en la ciudad de la eterna primavera, Trujillo; a raíz de ello, se pudo identificar el problema de estudio que consiste en medir la influye la GTH en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023. Después de ello se determinó los objetivos e hipótesis para después determinar la población y muestra que estudiaremos. Por último, se establecieron técnicas e instrumentos que ayudara la recolección de datos.

**3.6. Método de análisis de datos**

El método utilizado para analizar los datos fue estadístico descriptivo, por el cual se analizaron las tablas obtenidas después de procesar los datos. Así mismo, el método inferencial se utilizó para las pruebas de normalidad.

**3.7. Aspectos éticos**

Mediante se creó el proyecto, se tuvieron en cuenta los códigos de ética que establece la Declaración de Helsinki y sus reglamentos. Los criterios que se incluyeron para la realización de las encuestas fueron: Que estas sean realizadas a trabajadores a partir de los 18 años, que trabajen en el rubro con el que se está trabajando en el proyecto, a los cuales se les explicará previamente cómo será usada la información para que estén correctamente informados.

En cuanto a información tomada de otros autores, todos estos están respectivamente citados y referenciados en la parte referencial de la investigación.

#### IV. RESULTADOS

##### ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA

Después de tabular toda nuestra información obtenida mediante las 80 encuestas aplicadas a trabajadores del sector hotelero de Huanchaco, obtuvimos los siguientes resultados sobre la prueba de normalidad de los datos.

**TABLA 1**

*Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
ACTITUDINAL	,171	80	,000	,886	80	,000
METODOLÓGICAS	,113	80	,013	,963	80	,022
COMPETITIVA	,147	80	,000	,893	80	,000
GESTIÓN DEL TALENTO	,220	80	,000	,863	80	,000
HUMANO						
SATISFACCIÓN	,192	80	,000	,897	80	,000
COMPETITIVA	,213	80	,000	,873	80	,000
FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES	,185	80	,000	,894	80	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

##### INTERPRETACIÓN:

Se aplicó la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov ya que tenemos una muestra  $\geq 80$ . Después de interpretar la significación se toma como decisión trabajar bajo las pruebas no paramétricas o no normales ya que, la significación de nuestras variables y dimensiones es  $\leq 0.05$ .

Consecutivamente se empleó el Rho de Spearman que dio respuesta a nuestros objetivos específicos y objetivo general, donde se obtuvieron los siguientes resultados:

**TABLA 2 :**

*Influencia De La Gestión Del Talento Humano Actitudinal En La Fidelización De Los Clientes En El Sector Hotelero Del Distrito Huanchaco – Trujillo 2023*

			ACTITUDI NAL	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES
Rho de Spear man	ACTITUDINAL	Coeficiente de correlación	1,000	,576**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES	Coeficiente de correlación	,576**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

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

#### INTERPRETACIÓN:

OE1: La gestión del talento humano actitudinal influye en un 38.6% en la fidelización de los clientes, además su correlación es moderada y altamente significativa.



**TABLA 3**

*Identificar La Influencia De La Gestión Del Talento Humano Metodológica En La Fidelización De Los Clientes En El Sector Hotelero Del Distrito Huanchaco – Trujillo 2023*

			METODOLÓGICAS	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES
Rho de Spearman	METODOLÓGICAS	Coeficiente de correlación	1,000	,584**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES	N	80	80
		Coeficiente de correlación	,584**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.	
	N	80	80	

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

#### INTERPRETACIÓN:

OE2: La gestión del talento humano metodológica influye en un 43% en la fidelización de los clientes, además su correlación es moderada y altamente significativa.

**TABLA 4:**

*Identificar La Influencia De La Gestión Del Talento Humano Competitiva En La Fidelización De Los Clientes En El Sector Hotelero Del Distrito Huanchaco – Trujillo 2023*

		COMPETITIVA	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES
Rho de Spearman	COMPETITIVA	Coeficiente de correlación	,507**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	80
	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES	Coeficiente de correlación	,507**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	80

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

#### INTERPRETACIÓN:

OE3: La gestión del talento humano competitiva influye en un 48.2% en la fidelización de los clientes, además su correlación es moderada y altamente significativa.

**TABLA 5**

*Influencia De La Gestión Del Talento Humano En La Fidelización De Los Clientes En El Sector Hotelero Del Distrito Huanchaco – Trujillo 2023*

			GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES
Rho de Spearman	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	Coeficiente de correlación	1,000	,663**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES	Coeficiente de correlación	,663**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

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

#### INTERPRETACIÓN:

Se llego al resultado sobre nuestro objetivo genera que: La gestión del talento humano influye en un 61.2% en la fidelización de los clientes, además tiene una correlación moderada de 0.663 y una significancia bilateral de 0.000 por lo tanto, es altamente significativa.

Por otro lado, con respecto a nuestras hipótesis planteadas se aceptaron siguiendo las siguientes condiciones:

**TABLA 6**

*La Gestión Del Talento Humano Actitudinal Influye Significativamente En La Fidelización De Los Clientes En El Sector Hotelero Del Distrito Huanchaco – Trujillo 2023*

			ACTITUDI NAL	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES
		Coeficiente de correlación	1,000	,576**
Rho	ACTITUDINA	Sig. (bilateral)	.	,000
de	L	N	80	80
Spear	FIDELIZACIÓ	Coeficiente de correlación	,576**	1,000
man	N DE LOS	Sig. (bilateral)	,000	.
	CLIENTES	N	80	80

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

#### INTERPRETACIÓN:

Se acepta la HE1. Por lo tanto, La Gestión del Talento Humano Actitudinal influye significativamente en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023, se aceptó debido a que se obtuvo un coeficiente de correlación moderada de 0.576.

**TABLA 7**

*La Gestión Del Talento Humano Metodológica Influye Significativamente En La Fidelización De Los Clientes En El Sector Hotelero Del Distrito Huanchaco – Trujillo 2023*

			METODOLÓGICAS	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES
Rho de Spearman	METODOLÓGICAS	Coeficiente de correlación	1,000	,584**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES	N	80	80
		Coeficiente de correlación	,584**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.	
	N	80	80	

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

#### INTERPRETACIÓN:

La HE2: La Gestión del Talento Humano metodológica influye significativamente en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023, es aceptada porque se obtuvo una coeficiencia de correlación moderada de 0.584.

**TABLA 8**

La Gestión Del Talento Humano Competitiva Influye Significativamente En La Fidelización De Los Clientes En El Sector Hotelero Del Distrito Huanchaco – Trujillo 2023

			COMPETITIVA	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES
Rho de Spearman	COMPETITIVA	Coeficiente de correlación	1,000	,507**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES	Coeficiente de correlación	,507**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

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

#### INTERPRETACIÓN:

por último, la HE3: La Gestión del Talento Humano Competitiva influye significativamente en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023; es aceptada ya que obtuvimos una coeficiencia de correlación moderada de 0.507.

**TABLA 9**

*Existe Influencia Entre La Gestión Del Talento Humano Y La Fidelización De Los Clientes En El Sector Hotelero Del Distrito Huanchaco – Trujillo 2023*

			GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES
Rho de Spearman	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	Coeficiente de correlación	1,000	,663**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES	Coeficiente de correlación	,663**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

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

Nuestra hipótesis general es aceptada, por lo tanto, Existe influencia entre La GTH y la Fidelización de Los Clientes en el sector hotelero del distrito huanchaco – Trujillo 2023, esto se comprueba gracias a que la coeficiencia de correlación moderada de 0.663. por otro lado, el p valor que fue calculado es de 0.000, que es un valor menor que 0.01 ( $0.000 < 0.01$ ), debido a ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

## V. DISCUSIÓN

En nuestra investigación, hemos logrado obtener resultados importantes que aportan una nueva perspectiva sobre la gestión del talento humano y su relación con la fidelización de los clientes. Nuestro estudio reveló que la Gestión del talento humano actitudinal ejerce una influencia significativa en la fidelización de los clientes, estimada en un 38.6%. Esta cifra, aunque no abrumadora, demuestra que la manera en que una organización gestiona y cultiva las actitudes de su personal puede tener un impacto tangible en la retención y lealtad de sus clientes. En contraste, el antecedente presentado por Cubillos Calderón, Montealegre González y Delgado Cortés en 2021 abordó la GTH en un contexto diferente: las microempresas del sector hotelero en la ciudad de Ibagué. Su investigación se centró en la caracterización y la interpretación de las prácticas de GTH en este entorno particular. Uno de los hallazgos interesantes de su estudio fue que la GTH estaba más presente en los grandes hoteles que en los pequeños, con la mayoría de las microempresas mostrando un escaso conocimiento del proceso de GTH. Esta disparidad en la aplicación y el conocimiento de la gestión del talento humano podría tener implicaciones significativas para la eficacia de las prácticas de liderazgo en las microempresas.

En cuanto al objetivo general sobre determinar la influencia de la GTH en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023, se obtuvo que esta influye en un 61.2% de acuerdo con las encuestas realizadas. Esto lo confirma Cornejo Fhon (2021) en su tesis que tuvo como objetivo poder determinar la relación existente entre la GTH y la calidad de servicio del gimnasio; mediante el cual se estableció que, una correcta GTH mejora la calidad de servicio que ejercen los trabajadores a los clientes y como consecuencia estos se fidelizan. Por otro lado, de acuerdo con Bocanegra Pérez y León Alva (2022), en su estudio donde planteo poder determinar la relación que hay entre la GTH y la calidad de servicio, se obtuvo que esta depende en un 91.7% de la GTH, lo cual, en el estudio realizado por Castillo (2022) confirma que los clientes de un hotel valoran mucho el servicio para que puedan sentirse satisfechos y que de esa manera se puedan fidelizar. Al comparar nuestros resultados con el antecedente,



podemos apreciar que ambos estudios abordan aspectos diferentes de la gestión del talento humano. Mientras que nuestro estudio se centra en la influencia de la GTH actitudinal en la fidelización de clientes en un contexto general, el antecedente se enfoca en las prácticas de GTH en microempresas hoteleras en una ubicación específica. Sin embargo, ambos aportan información valiosa para la comprensión de la GTH y su importancia en diversos entornos organizacionales. La relación encontrada en nuestra investigación entre la GTH actitudinal y la fidelización de los clientes sugiere que las empresas deberían prestar más atención a la actitud de su personal como un factor clave en la satisfacción del cliente, mientras que el antecedente resalta la importancia de adaptar las prácticas de GTH según el tamaño y el contexto de la organización.

En cuanto al objetivo específico de identificar la influencia de la Gestión del Talento Humano Actitudinal en la fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023. Se obtuvo que esta influye en un 38.6%, lo cual se afirma con el estudio realizado por el autor Budianto (2019), infiriendo que la fidelidad del usuario es influenciada por la calidad de servicio en un 38.3% y que esta tiene un efecto positivo en los clientes.

Con respecto al OE de identificar la influencia de la GTH metodológica en la fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023. Se obtuvo que esta influye en solo un 43%, en contraste con el resultado obtenido de Vera Barboza y Blanco Ariza (2019) que obtuvieron un 66%, concluyendo que la aplicación de un modelo de GTH enfocado en la gestión del desarrollo de las Pymes ayuda a fidelizar a los clientes ya que estos se sienten más satisfechos cuando una empresa es bien conducida.

Para el objetivo específico de identificar la influencia de la GTH Competitiva en la fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023, se obtuvo que esta influye en solo un 48.2%, o sea que su influencia es de manera moderada. Sunrey (2020) nos confirma esto gracias a su estudio llegando

a la conclusión de que existe una relación positiva entre la competencia del marketing relacional y la fidelización de los clientes en el hotel Villa Valverde.

## VI. CONCLUSIONES

- Se concluyó que la gestión del talento humano influye en la fidelización de los clientes es de un 61.2%, demostrando la importancia que tiene esta sobre todo en un rubro en el cual está enmarcado, que es el hotelero, puesto que tiene un contacto muy directo con el cliente.
- Se concluyó que la gestión del talento humano actitudinal influye en un 38.6% en la fidelización de los clientes, demostrando una cifra importante para tener en cuenta y que los indicadores de esta dimensión como el liderazgo, la toma de decisiones, el trabajo en equipo y las relaciones interpersonales juegan un papel fundamental en la construcción de la fidelización y confianza con el cliente.
- Se concluyó que la gestión del talento humano metodológica influye en un 43% en la fidelización de los clientes, demostrando ser una de las dimensiones más importantes ya que esta tiene que ver más con el plan, las estrategias y objetivos de la empresa.
- Se concluyó que la gestión del talento humano competitiva influye en un 48.2% en la fidelización de los clientes, es la dimensión más destacada en este aspecto debido a que corresponde a los conocimientos, recursos, productividad y experiencia que se tiene para darle al cliente la mejor atención y que este esté satisfecho.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Se recomienda para las empresas pertenecientes al rubro hotelero de Huanchaco que, se involucre más con sus empleados, brindándoles herramientas para que su conocimiento se esté expandiendo constantemente, herramientas como talleres o capacitaciones enfocadas en el fortalecimiento de sus habilidades y gestionar mejores recursos para una atención de calidad, que genere poder influenciar a un mayor grado sobre los clientes.

Por otro lado, partiendo desde la dimensión actitudinal su influencia en la fidelización de los clientes es baja, por lo que se recomienda a los hoteles de huanchaco incentivar en sus empleados aspectos como fortalecimiento del trabajo en equipo, generar oportunidades de toma de decisiones, incentivar las relaciones interpersonales y liderazgo.

Centrándonos en la dimensión metodológica también tiene una influencia baja en la fidelización de los clientes, por ello, se recomienda a las empresas del sector hotelero de huanchaco que trace estrategias y objetivos con la finalidad de poder estructurar un eficiente proceso de selección del personal, mediante este se evaluarán diversos factores que los posibles empleados puedan aportar para el fortalecimiento de la fidelización de los clientes.

Por último, la dimensión competitiva también cuenta con una influencia baja en la fidelización de los clientes, por lo tanto, se recomienda que el sector hotelero de Huanchaco emplee técnicas para aumentar su nivel competitivo, empelando recursos y conocimientos de su entorno para una mayor influencia sobre la fidelización de los clientes.

## REFERENCIAS

- Abarca Sánchez, Y., Barreto Rivera, U., Barreto Jara, O., & Díaz Ugarte, J. L. (junio de 2022). *Fidelización y retención de clientes en una empresa líder de telecomunicaciones en Perú*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890655>
- ANALÍTICA, G. (2022). *EVALUACION DE DESEMPEÑO LABORAL*. Obtenido de GH ANALÍTICA: <https://ghanalitica.com/>
- Andina. (18 de Febrero de 2023). *AGENCIA DE NOTICIAS PERUANAS*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-huanchaco-es-segundo-destino-de-libertad-preferido-turistas-785425.aspx>
- Antonio, E. H. (2020). *Gestión del talento humano y turismo en las empresas hoteleras de Ahora Churín, 2019*. Obtenido de UCV Repositorio digital institucional: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/49282>
- Barroeta, R. (2023). *MEFE y MEFI, herramientas para análisis estratégico*. Obtenido de MEFE y MEFI, herramientas para análisis estratégico: <https://milagrosruizbarroeta.com/mefe-y-mefi-herramientas-para-analisis-estrategico/#:~:text=Una%20Matriz%20de%20evaluaci%C3%B3n%20del,%20legal%20tecnol%C3%B3gica%20y%20competitiva.>
- Beltrón, C. O. (2022). *Diagnóstico situacional para la gestión estratégica de la Asociación Asopapropie en Membrillo, Ecuador*. Obtenido de REVISTA ECA SINERGIA: <https://www.redalyc.org/journal/5885/588572826006/588572826006.pdf>

Benites Guillén, M., & Santa Cruz Terán, F. F. (SEPTIEMBRE de 2023).  
*COMPETENCIA INVESTIGATIVA PARA EL DESARROLLO SOCIAL: UN  
RETO PARA LA EDUCACIÓN.* Obtenido de CONRADO:  
file:///C:/Users/USER/Downloads/document%20(6).pdf

BOCANEGRA PÉREZ, S. Y., & LEÓN ALVA, F. (2022). *LA GESTIÓN DEL  
TALENTO HUMANO Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO  
EN LA EMPRESA OPTICA INNOVALENS, TRUJILLO – 2021.* Obtenido de  
Repositorio de Tesis UPAO:  
<http://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/9072>

Budianto, A. (2019). *Customer Loyalty: Quality of Service.* Obtenido de Journal of  
Management Review:  
<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview/article/view/1808>

Bustos, B. A. (17 de 04 de 2023). *Repositorio Digital UTN.* Obtenido de  
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/13782#>

Castillo, E. d. (15 de 12 de 2022). *CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL  
CLIENTE DEL HOTEL PULLMAN, TRUJILLO, 2021.* Obtenido de  
Repositorio Institucional UPN:  
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/33242>

Castro Mori, K. O., & Delgado Bardales, J. M. (2020). *Revista Ciencia Latina.*  
Obtenido de Gestión del talento humano en el desempeño laboral:  
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/107>

Chambilla Cabrera, B. G. (11 de julio de 2022). *Repositorio academico UPC.*  
Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/660797>

Chiavenato, I. (2007). *GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO*. TERCERA EDICIÓN.

Obtenido de  
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1143/1/Chiavenato-Talento%20humano%203ra%20ed.pdf>

CHIROQUE, L. M. (2022). *FACTORES DE ÉXITO QUE DETERMINA LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DE UN HOTEL DE 4 ESTRELLAS*.

Obtenido de Repositorio de tesis USAT:  
<https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/4848>

Comercio, E. (12 de 31 de 2022). *El Comercio*. Obtenido de

<https://elcomercio.pe/peru/ano-nuevo-2023-playas-del-norte-y-sur-del-peru-se-alistan-para-recibir-a-banistas-nochevieja-feliz-ano-2023-verano-2023-huanchaco-paracas-noticia/?ref=ecr>

Cornejo Fhon, K. P. (2021). *La gestión del talento humano y la calidad del servicio del gimnasio Conquer Athletics En El Año 2021 Trujillo – Perú*. Obtenido de

UCV repositorio digital institucional:  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/80196>

CRISTOPHER, S. C. (2022). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO*. Obtenido

de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/13514>

Cubillos Calderón, C. H., Montealegre González, J. V., & Delgado Cortés, A. (10 de

05 de 2021). *SCIELO*. Obtenido de  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762020000100223](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762020000100223)

Delgado Nery De Vita, Y. M., & Alfonso Mendoza, R. R. (2019). *Competencias Investigativas del Docente Construidas durante la Formación Universitaria*.

Obtenido de REVISTA SCIENTIFIC :  
[https://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista\\_Scientific/article/view/370](https://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/370)

Diaz, R. M. (2017). *Repositorio UNPRG*. Obtenido de  
<https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8385/BC-4785%20ESPINOZA%20DIAZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Edgar, E. A. (2004). *DESARROLLO ORGANIZACIONAL*. 1. Obtenido de  
<https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2010/04/desarrollo-organizacional-comunicacion-organizacional-1.pdf>

ESPINOSA, R. (2020). *Marketing Mix (4Ps): qué es, definición y ejemplos*. Obtenido de <https://robertoespinosa.es/marketing-mix-las-4ps-2/>

Espinoza, V. P. (2019). *UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA*. Obtenido de  
[http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/5307/TESIS\\_Z-EVALLOS%20ESPINOZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano,eficientes%20en%20la%20organizaci%C3%B3n%20y](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/5307/TESIS_Z-EVALLOS%20ESPINOZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano,eficientes%20en%20la%20organizaci%C3%B3n%20y)

Fonseca, J. J. (2018). *UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA*. Obtenido de  
Fidelización de Clientes como Estrategia de Rentabilidad en Empresas Comercializadoras:  
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/20768/TrianaFonsecaJhonJairo2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



Garavan, T., Matthews Smith, G., & Marie Gill, A. (27 de julio de 2021). *Emerald Insight*. Obtenido de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/978-1-80071-306-220211002/full/html>

Gómez Fuertes, A., Reyes Pérez, M. D., & Ramos Farroñán, E. (OCTUBRE de 2021). *DESAFÍOS DE LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN TIEMPOS DE PANDEMIA COVID 19*. Obtenido de SCOPUS: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85121270678&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=e043347e45de834311ba0715cb14e0a7&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS-KEY%28gestion+del+talento+humano%29&sl=41&sessionSearchId=e043347e45de834311ba0715cb14e0a7>

Guadarrama Tavira, E., & Rosales Estrada, E. (2015). *MARKETING RELACIONAL: VALOR, SATISFACCIÓN, LEALTAD Y RETENCIÓN DEL CLIENTE. ANÁLISIS Y REFLEXIÓN TEÓRICA*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87041161004>

HERNÁNDEZ, R. S. (2014). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. 6ta edición.

Hernández, S. D. (20 de 10 de 2020). *La Fidelización del Cliente y Retención del Cliente: Tendencia que se Exige Hoy en Día*. Obtenido de Artículos originales: <file:///C:/Users/USER/Downloads/65131.pdf>

Inca Parra, J. A., & Rodriguez Lucas, F. (junio de 2022). *Talento humano y calidad de un servicio hospitalario peruano*. Obtenido de Sinergias Educativas : <https://mail.sinergiaseducativas.mx/index.php/revista/article/view/318>

Islam, T., Islam, R., Hameed Pitaf, A., Xiaobei , L., Rehmani , M., Irfan, M., & Shujaat Mubarak, M. (25 de ENERO de 2021). *The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust*. Obtenido de SCIENCE DIRECT: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352550919304944>

Marinakou, E., & Giousmpasoglou, C. (24 de julio de 2019). *International magazine of contemporary hotel management*. Obtenido de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-10-2018-0862/full/html>

MONDY, W. (2005). *Administración de recursos humanos*. DECIMOPRIMERA EDICIÓN. Obtenido de [http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Personal/\[PD\]%20Libros%20-%20Administracion%20de%20Recursos%20Humanos%201.pdf](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Personal/[PD]%20Libros%20-%20Administracion%20de%20Recursos%20Humanos%201.pdf)

NIELSEN. (2012). *NIELSEN*. Obtenido de <https://www.nielsen.com/es/insights/2012/consumer-trust-in-online-social-and-mobile-advertising-grows/>

Odón, F. A. (2006). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.

PETER, F. C. (2022). *Repositorio UAP*. Obtenido de <https://repositorio.uap.edu.pe/handle/20.500.12990/10525>

RAMIREZ, E. C. (2020). *ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN PARA EL CLIENTE INTERNO DE UN CALL CENTER DE UNA ENTIDAD FINANCIERA.*

Obtenido de Universidad EAN:

<https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/9872>

Sara, P. H. (20 de octubre de 2020). *La Fidelización del Cliente y Retención del Cliente: Tendencia que se Exige Hoy en Día.* Obtenido de Revistas de

Investigacion UNMSM:

<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/articloe/view/18935>

SUNREY, M. S. (2020). *ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN PARA EL CLIENTE EXTERNO DELHOTEL VILLA DE VALVERDE EN ICA, PERÚ.* Obtenido de

UAP: <https://repositorio.uap.edu.pe/handle/20.500.12990/10914>

SYDLE. (11 de 04 de 2022). Obtenido de SYDLE ONE:

<https://www.sydle.com/es/blog/fidelizacion-de-clientes-620c2402e45de05ff620a016>

Toledo, L. C. (2018). *Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo.* Obtenido de La gestión del talento humano como estrategia empresarial:

[https://mail.upagu.edu.pe/files\\_ojs/journals/27/articles/614/submission/review/614-133-2215-1-4-20190131.pdf](https://mail.upagu.edu.pe/files_ojs/journals/27/articles/614/submission/review/614-133-2215-1-4-20190131.pdf)

Vera Barbosa, A., & Blanco Ariza, A. B. (diciembre de 2019). *Modelo para la gestión del talento humano en las pymes del sector servicios de Barranquilla,*

*Colombia.* Obtenido de SCOPUS:

<https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0->

85075083829&origin=resultslist&sort=plf-  
f&src=s&sid=e043347e45de834311ba0715cb14e0a7&sot=b&sdt=b&s=TIT  
LE-ABS-  
KEY%28la+AND+gesti%C3%B3n+AND+del+AND+talento+AND+humano  
%29&sl=41&sessionSearchId=e043347e45d

Villar Diaz, V. N. (2022). *Repositorio digital institucional UCV*. Obtenido de  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/105731>

Willman, M. C. (2021). *GESTION DEL TALENTO HUMANO Y LA CALIDAD DE  
SERVICIO DE LA COMPAÑIA TELEFÓNICA DEL PERÚ EN EL DISTRITO  
DE CHICLAYO 2021*. Obtenido de USS:  
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8698>

Zevallos Espinoza, V. P. (2019). *GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y  
COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN EL PERSONAL DE LA  
INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARTICULAR SANTA ISABEL DE PUEBLO  
LIBRE*. Obtenido de UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA:  
[http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/5307/TESIS\\_Z  
EVALLOS%20ESPINOZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20ge  
sti%C3%B3n%20del%20talento%20humano,eficientes%20en%20la%20or  
ganizaci%C3%B3n%20y](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/5307/TESIS_Z<br/>EVALLOS%20ESPINOZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20ge<br/>sti%C3%B3n%20del%20talento%20humano,eficientes%20en%20la%20or<br/>ganizaci%C3%B3n%20y)

## ANEXOS

### ANEXO 1: TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

**TABLA 10** *Matriz de operacionalización de las variables*

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala
Variable independiente: Gestión del talento humano	(Edgar, 2004) menciona que la GTH es un enfoque estratégico que tiene como objetivo que la organización logre un aumento de su valor consecutivo, mediante un conjunto de acciones enfocadas al nivel de conocimiento, capacidades y habilidades para obtener buenos resultados.	La gestión del talento humano es un método utilizado por las empresas como soporte y se divide en las dimensiones; actitudinal, metodología y competencias.	Actitudinal	Liderazgo	ordinal
				Toma de decisiones	
				Trabajo en equipo	
				Relaciones interpersonales	
				Predisposición	
			Metodológica	Estrategias	ordinal
				Objetivos	
				Innovación	
				Selección	
				Organización	
Variable dependiente: Fidelización de los Clientes	Consiste en que los huéspedes permanezcan en las empresas y siga consumiendo en ella. (Guadarrama Tavira & Rosales Estrada, 2015)	Para la operacionalización de la variable dependiente Fidelización de los Clientes se utilizará la dimensión satisfacción y calidad. (Abarca Sánchez, Barreto Rivera, Barreto Jara, & Díaz Ugarte, 2022).	Competitiva	Recursos	ordinal
				Conocimientos	
				Productividad	
				Experiencia	
				Competencia	
			Satisfacción	Atención	ordinal
				Calidad de atención	
				Calidad de servicios	
				Instalaciones	
				infraestructura	
Calidad					

## ANEXO 2: TABLA DE CONSISTENCIA

**TABLA 11** *Matriz de consistencia*

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
	<p>GENERALES</p> <p>Determinar la influencia de la Gestión del Talento Humano en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023</p>	<p>Existe influencia entre La Gestión del Talento Humano y la Fidelización de Los Clientes en el sector hotelero del distrito huanchaco – Trujillo 2023</p>
	<p>ESPECIFICOS</p> <p>Identificar la influencia de la Gestión del Talento Humano Actitudinal en la fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023.</p>	<p>La Gestión del Talento Humano Actitudinal influye significativamente en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo2023.</p>
¿De qué manera influye la Gestión del Talento Humano en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023?	<p>Identificar la influencia de la Gestión del Talento Humano metodológica en la fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023.</p>	<p>La Gestión del Talento Humano metodológica influye significativamente en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo2023.</p>
	<p>Identificar la influencia de la Gestión del Talento Humano Competitiva en la fidelización de los clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023.</p>	<p>La Gestión del Talento Humano Competitiva influye significativamente en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023.</p>

## **ANEXO 3: CONSENTIMIENTO INFORMADO E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **CONSENTIMIENTO INFORMADO \***

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: Influencia de la Gestión del Talento Humano en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023

Investigador(es): Reyes Aroca Anthony Joseph y Villalobos Sánchez Liz Inéz.

#### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Influencia de la Gestión del Talento Humano en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023”, cuyo objetivo es Determinar la influencia de la Gestión del Talento Humano en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus Trujillo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Mediante nuestra investigación recolectaremos y desarrollaremos información valiosa sobre la influencia de la Gestión del Talento Humano en la Fidelización de los Clientes que podrá ser usado por el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023.

#### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Influencia de la Gestión del Talento Humano en la Fidelización de los Clientes en el sector hotelero del distrito Huanchaco – Trujillo 2023”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se realizará en modalidad virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

#### **Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

#### **Riesgo (principio de no maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

#### **Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra

índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador(es): Reyes Aroca Anthony Josseph areyesar27@ucvvirtual.edu.pe o Villalobos Sánchez Liz Inéz lvillalobossa10@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Pinglo Bazan Miguel Elias mpinglo@ucvvirtual.edu.pe

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

Nombre y apellidos:

Fecha y hora:

*[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google].*

\* Obligatorio a partir de los 18 años

**FIGURA 1 Instrumentos de investigación**

<b>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</b>					
<b>ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION</b>					
<b>FICHA DE ENCUESTA</b>					
ESTIMADO(a):					
Mediante el presente cuestionario, se presentará una serie de preguntas de mucha importancia ya que contribuirá a una investigación de tipo académica, que busca establecer la relación entre las variables GESTION DEL TALENTO HUMANO y LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES. Toda información será confidencial.					
De la misma manera se requiere su <b>consentimiento informado</b> para poder aplicarle el instrumento de investigación. En ese sentido agradeceré marcar el siguiente recuadro en señal de conformidad:					
Declaro estar informado de la aplicación de la siguiente encuesta y en señal de conformidad marco con una x el casillero:					
Estoy de acuerdo		<input type="checkbox"/>			
No estoy de acuerdo		<input type="checkbox"/>			
<b>TIEMPO DE DURACIÓN: 10 MINUTOS</b>					
<b>INSTRUCCIONES</b>					
ESCALA DE VALORACIÓN	1	2	3	4	5
	NUNCA	CASI NUNCA	AVECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE



V1. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO				OPCIÓN DE RESPUESTA				
				1	2	3	4	5
Dimensión	Indicador	N°	Ítems	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Actitudinal	Liderazgo	1	¿El hotel incentiva la capacitación de los colaboradores para liderar?					
	Toma de decisiones	2	¿En sus actividades cotidianas se le delega la toma de decisiones?					
	Trabajo en equipo	3	¿En el hotel se fomenta el trabajo en equipo de sus colaboradores?					
	Relaciones interpersonales	4	¿En el hotel son recompensadas las buenas relaciones entre colaboradores, clientes y personal administrativo?					
	Predisposición	5	¿Para realizar sus funciones se tiene que tener un carácter firme?					
Metodológica	Estrategias	6	¿El hotel establece estrategias para mejorar el clima laboral?					
	Objetivos	7	¿Los colaboradores conocen los objetivos organizacionales?					
	Innovación	8	¿En su área de trabajo se estimula la innovación al momento de solucionar inconvenientes de los trabajadores?					
	Selección	9	¿Los encargados de la sección del personal contratan con criterio a los colaboradores más aptos para el puesto?					
Competitiva	Organización	10	¿El hotel se fomenta la utilización de estrategias psicológicas, como la motivación y las expectativas de crecimiento profesional?					
	Recursos	11	¿El hotel verifica si sus colaboradores están calificados y cuentan con los recursos adecuados para relacionarse con sus compañeros?					
	Conocimientos	12	¿Los colaboradores reconocen y seleccionan el conocimiento adecuado para brindar un buen servicio?					
	Productividad	13	¿Los colaboradores del hotel están capacitados para brindar un servicio de calidad?					

V2. FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES				OPCIÓN DE RESPUESTA				
				1	2	3	4	5
Dimensión	Indicador	N°	Ítems	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Satisfacción	Experiencia	1	¿El hotel brinda una buena experiencia para sus clientes?					
	Competencia	2	¿El hotel incentivo al desarrollo de nuevas competencias en sus trabajadores para la fidelización de sus clientes?					
	Atención	3	¿En el hotel se generan estrategias para la correcta atención al cliente?					
Competitiva	Calidad de atención	4	¿Considera que su superior le capacita correctamente para brindar un servicio de calidad en la atención a los clientes?					
	Calidad de servicios	5	¿Considera que su superior le capacita correctamente para brindar un servicio de calidad?					
	Instalaciones e Infraestructura	6	¿Considera que el hotel cuenta con las instalaciones e infraestructura adecuado para brindar un buen servicio?					

MUCHAS GRACIAS

## ANEXO 4: FICHAS DE VALIDACIÓN FIRMADAS

FIGURA 2 Fichas validadas



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez, Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Influencia de La Gestión del Talento Humano en la Fidelización de los Clientes del Sector Hotelero del Distrito Huanchaco – Trujillo 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de este sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombres y Apellidos del juez:</b>	Miguel Angel G. Otoya Arrese		
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Doctor ( )	
<b>Área de formación académica:</b>	Clinica ( )	Social ( )	
	Educativa ( )	Organizacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )	
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docente de la Escuela Profesional de Administración		
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo		
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )		
	Más de 5 años ( <input checked="" type="checkbox"/> )		



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Variable del instrumento:** Gestión del talento humano.

• Primera dimensión: Actitudinal

Indicadores	Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Liderazgo	1	4	4	4	
Toma de decisiones	2	4	4	4	
Trabajo en equipo	3	4	4	4	
Relaciones interpersonales	4	4	4	4	
Predisposición	5	4	4	4	

• Segunda dimensión: Metodológica

Indicadores	Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Estrategias	6	4	4	4	
Objetivos	7	4	4	4	
Innovación	8	4	4	4	
Selección	9	4	4	4	

• Tercera dimensión: Competitiva

Indicadores	Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Organización	10	4	4	4	
Recursos	11	4	4	4	
Conocimientos	12	4	4	4	
Productividad	13	4	4	4	

**Variable del instrumento:** Fidelización de los clientes

• Primera dimensión: Satisfacción

Indicadores	Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Experiencia	1	4	4	4	
Competencia	2	4	4	4	
Atención	3	4	4	4	

• Segunda dimensión: Calidad

Indicadores	Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Calidad de atención	4	4	4	4	



Calidad de servicios	5	4	4	4	
Instalaciones e Infraestructura	6	4	4	4	

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Luukkainen, 1999, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.



## Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Influencia de La Gestión del Talento Humano y la Fidelización de los Clientes del Sector Hotelero del Distrito Huanchaco – Trujillo 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombres y Apellidos del juez:</b>	Marco Antonio Chávez Bocchio	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Doctor ( <input type="checkbox"/> )
<b>Área de formación académica:</b>	Clinica ( <input type="checkbox"/> )	Social ( <input type="checkbox"/> )
	Educativa ( <input type="checkbox"/> )	Organizacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docente de la Escuela Profesional de Administración	
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo	
<b>Tiempo de experiencia profesional el área:</b>	2 a 4 años ( <input type="checkbox"/> )	Más de 5 años ( <input checked="" type="checkbox"/> )

**Variable del instrumento:** Gestión del talento humano.

- Primera dimensión: Actitudinal

Indicadores	Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Liderazgo	1	4	4	4	
Toma de decisiones	2	4	4	4	
Trabajo en equipo	3	4	4	4	
Relaciones interpersonales	4	4	4	4	
Predisposición	5	4	4	4	

- Segunda dimensión: Metodológica

Indicadores	Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Estrategias	6	4	4	4	
Objetivos	7	4	4	4	
Innovación	8	4	4	4	
Selección	9	4	4	4	

- Tercera dimensión: Competitiva

Indicadores	Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Organización	10	4	4	4	
Recursos	11	4	4	4	
Conocimientos	12	4	4	4	
Productividad	13	4	4	4	

**Variable del instrumento:** Fidelización de los clientes

- Primera dimensión: Satisfacción

Indicadores	Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Experiencia	1	4	4	4	
Competencia	2	4	4	4	
Atención	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: Calidad

Indicadores	Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Calidad de atención	4	4	4	4	

Calidad de servicios	5	4	4	4	
Instalaciones e Infraestructura	6	4	4	4	



.....  
Mg. Marco Antonio Chávez Bocchio  
DNI N° 40616026

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Influencia de La Gestión del Talento Humano y la Fidelización de los Clientes del Sector Hotelero del Distrito Huanchaco – Trujillo 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.



### Datos generales del juez

<b>Nombres y Apellidos del juez:</b>	Jimmy Rolando Trujillo	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( )	Organizacional ( <b>X</b> )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docente de la Escuela Profesional de Administración	
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )	Más de 5 años ( <b>X</b> )

**Variable del instrumento:** Gestión del talento humano.

- Primera dimensión: Actitudinal



Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Liderazgo	1	4	4	4	
Toma de decisiones	2	4	4	4	
Trabajo en equipo	3	4	4	4	
Relaciones interpersonales	4	4	4	4	
Predisposición	5	4	4	4	

- Segunda dimensión: Metodológica

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Estrategias	6	4	4	4	
Objetivos	7	4	4	4	
Innovación	8	4	4	4	
Selección	9	4	4	4	

- Tercera dimensión: Competitiva

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Organización	10	4	4	4	
Recursos	11	4	4	4	
Conocimientos	12	4	4	4	
Productividad	13	4	4	4	

**Variable del instrumento:** Fidelización de los clientes

- Primera dimensión: Satisfacción

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Experiencia	1	4	4	4	
Competencia	2	4	4	4	
Atención	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: Calidad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Calidad de atención	4	4	4	4	

Calidad de servicios	5	4	4	4	
Instalaciones e Infraestructura	6	4	4	4	



Mg. Jimmy Rolando Trujillo

(Grado, Nombres y Apellidos del juez)  
DNI N° 22674970

**ANEXO 5:**

**FIGURA 3** *Determinación de la confiabilidad de los instrumentos*

	V1. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO													V2. FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES						
sujeeto	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11	ítem 12	ítem 13	ítem 14	ítem 15	ítem 16	ítem 17	ítem 18	ítem 19	total
1	2	3	5	5	4	5	5	1	4	4	5	1	2	2	2	2	2	2	1	57
2	3	4	5	3	4	5	5	1	3	3	3	4	4	2	3	3	2	3	1	61
3	3	5	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	5	5	4	4	63
4	5	2	2	4	2	3	3	2	4	3	4	4	5	3	2	3	2	3	3	59
5	2	5	4	2	4	2	4	2	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	3	59
6	3	4	4	4	2	3	3	1	5	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	61
7	3	2	2	5	5	3	2	2	2	3	4	4	2	2	2	5	4	5	4	61
8	3	3	3	2	3	4	2	3	4	3	3	3	4	5	2	5	5	2	2	61
9	3	5	2	3	2	5	2	2	5	4	5	3	2	2	2	4	5	2	4	62
10	3	3	5	3	2	2	5	2	2	3	2	4	2	4	5	4	4	5	2	62
11	5	4	4	3	5	4	2	4	5	2	5	4	2	4	2	2	5	2	5	69
12	2	2	4	2	2	3	2	2	2	5	5	4	5	4	3	3	4	5	2	61
13	4	4	2	3	5	2	4	2	5	2	2	4	2	3	5	2	3	2	5	61
14	5	5	5	4	5	5	2	3	2	2	4	4	5	5	5	4	4	3	2	74
15	2	4	5	2	4	3	4	2	4	4	4	5	2	5	5	4	4	2	5	70
16	2	5	2	5	5	2	4	2	2	2	2	5	2	4	5	2	2	4	2	59
17	3	2	5	4	5	4	5	2	5	2	5	2	4	5	5	2	5	4	5	74
18	3	4	5	5	4	4	4	1	5	2	2	4	4	5	5	5	5	4	5	76
19	3	4	5	3	5	4	5	2	5	4	5	2	4	5	4	2	5	4	5	76
20	5	3	5	4	4	3	4	3	4	4	2	5	5	5	4	5	4	5	4	78
21	5	5	4	4	4	4	5	2	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	81
22	5	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	83
23	5	5	4	2	4	5	4	2	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	80
24	5	5	4	4	5	5	4	2	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	4	82
25	5	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	86
26	5	5	4	4	5	5	4	11	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	90
27	5	4	4	4	5	4	5	2	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	80
28	3	3	4	4	5	5	4	2	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	77
29	3	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	86
30	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	92
Varianzas	1.35555556	1.09888889	1.09888889	1.01	1.16555556	1.16	1.20555556	3.04888889	1.09	1.11555556	1.24888889	0.95666667	1.56555556	1.29	1.24555556	1.16	1.00555556	1.07666667	1.74333333	112.898889

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

$\alpha$ : Alfa de Cronbach  
 $k$ : Número de ítems  
 $V_i$ : Varianza de cada ítem  
 $V_t$ : Varianza del total

**k= 19**  
**v1= 24.64111111**  
**v2= 112.8988889**  
  
**a= 0.825**

## ANEXO 6:

### FIGURA 4 EVIDENCIAS DE APLICACIÓN DE CUESTIONARIOS VIRTUAL

Preguntas Respuestas 80 Configuración

## Influencia de La Gestión del Talento Humano y la Fidelización de los Clientes del Sector Hotelero del Distrito Huanchaco – Trujillo 2023

Mediante el presente cuestionario, se presentará una serie de preguntas de mucha importancia, ya que contribuirá a una investigación de tipo académica, que busca establecer la relación entre las variables GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO y LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES. Toda información será confidencial.

### V1. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO \*

1. ¿El hotel incentiva la capacitación de los colaboradores para liderar?

- 1. NUNCA
- 2. CASI NUNCA
- 3. A VECES
- 4. CASI SIEMPRE



2. ¿En sus actividades cotidianas se le delega la toma de decisiones? \*

- 1. NUNCA
- 2. CASI NUNCA
- 3. A VECES
- 4. CASI SIEMPRE
- 5. SIEMPRE

3. ¿En el hotel se fomenta el trabajo en equipo de sus colaboradores? \*

- 1. NUNCA
- 2. CASI NUNCA
- 3. A VECES

4. ¿En el hotel son recompensadas las buenas relaciones entre colaboradores, clientes y personal administrativo? \*

- 1. NUNCA
- 2. CASI NUNCA
- 3. A VECES
- 4. CASI SIEMPRE
- 5. SIEMPRE

5. ¿Para realizar sus funciones se tiene que tener un carácter firme? \*

- 1. NUNCA
- 2. CASI NUNCA
- 3. A VECES

## ANEXO 7: Prueba de normalidad de datos

<b>Pruebas de normalidad</b>						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
ACTITUDINAL	,171	80	,000	,886	80	,000
METODOLÓGICAS	,113	80	,013	,963	80	,022
COMPETITIVA	,147	80	,000	,893	80	,000
GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	,220	80	,000	,863	80	,000
SATISFACCIÓN	,192	80	,000	,897	80	,000
COMPETITIVA	,213	80	,000	,873	80	,000
FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES	,185	80	,000	,894	80	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

### INTERPRETACIÓN:

Se aplicó la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov ya que tenemos una muestra  $\geq 80$ . Después de interpretar la significación se toma como decisión trabajar bajo las pruebas no paramétricas o no normales ya que, la significación de nuestras variables y dimensiones es  $\leq 0.05$ .

## **ANEXO 8: Ficha técnica de las variables**

### **Ficha técnica de la variable 1: Gestión del Talento Humano**

Técnica: encuesta

Instrumento: cuestionario

Autor: Zevallos Espinoza. (2019)

Ámbito de aplicación: A 80 empleados de 19 hoteles de huanchaco

Tiempo de aplicación: aproximadamente 10 min.

Administración: directa e individual

Significación: La variable principal contiene 3 dimensiones, de 13 indicadores y 13 Ítems en su totalidad. Se tiene por objetivo analizar aspectos relacionados a la GTH en los empleados.

Dimensiones: actitudinal, metodológica y competitiva.

Evaluación: se evaluará mediante la escala de Likert: (1) nunca (2) casi nunca (3) a veces (4) casi siempre (5) siempre.

### **Ficha técnica de la variable 1: fidelización de los clientes**

Técnica: La encuesta

Instrumento: El cuestionario

Autora: Abarca Sánchez. (2022)

Ámbito de su aplicación: A 80 empleados de 19 hoteles de huanchaco

Tiempo de aplicación: aproximadamente 10 min.

Administración: Presencial

Significación: La variable secundaria contiene 2 dimensiones, de 6 indicadores y 6 Ítems en total. Tiene por objetivo analizar el conocimiento de los trabajadores respecto a la fidelización de los clientes.

Dimensiones: satisfacción y calidad

Evaluación: se evaluará mediante la escala de Likert: (1) nunca (2) casi nunca (3) a veces (4) casi siempre (5) siempre.