



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

Gestión del talento humano basado en competencias y satisfacción
al cliente

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios

AUTOR:

Bravo Chacón, David Hugo (ORCID: 0000-0001-7885-5349)

ASESORA:

Dra. Fernández Otoy, Fiorela Anaí (ORCID: 0000-0003-0971-335X)

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión empresarial y productividad

CHICLAYO – PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mis hijas Ariana y Fabiana que me inspiran cada día a salir adelante, mejorar como persona y profesional. A mi esposa Janny que motiva mi camino para alcanzar nuevas metas en la vida.

A mi madre Olga por la formación y valores que me inculco e hicieron de mí una buena persona y profesional. A mi familia por el gran apoyo incondicional en todo momento

David Hugo.

AGRADECIMIENTO

A mi asesora la Dra. Fernández Otoyá, Fiorela Anaí, por brindarme su tiempo, paciencia y comprensión durante todo el proceso de elaboración, para poder culminar y presentar esta tesis para optar el Grado de Magister en Administración de Empresas.

A los ejecutivos de la Tienda por departamentos Saga Falabella, por otorgarme las facilidades requeridas en las instalaciones para el desarrollo de la presente investigación

David Hugo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	15
3.2. Variables y operacionalización.....	16
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.5. Procedimientos	18
3.6. Método de análisis de datos	19
3.7. Aspectos éticos.....	19
IV. RESULTADOS.....	20
V. DISCUSIÓN	34
VI. CONCLUSIONES	37

VII. RECOMENDACIONES.....	38
REFERENCIAS.....	39
ANEXOS.....	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estadística de fiabilidad.....	18
Tabla 2. Correlación de la gestión del talento por competencias y la satisfacción del cliente	20
Tabla 3. Correlación del conocimiento y la satisfacción del cliente	20
Tabla 4. Correlación de las habilidades y la satisfacción del cliente.....	21
Tabla 5. Correlación de las capacidades y la satisfacción del cliente	21
Tabla 6. Correlación de la motivación y la satisfacción del cliente.....	22
Tabla 7. Correlación de las actitudes y la satisfacción del cliente	22
Tabla 8. Conocimientos de la gestión del talento por competencias.....	23
Tabla 9. Habilidades de la gestión del talento por competencias	24
Tabla 10. Capacidades de la gestión del talento por competencias.....	24
Tabla 11. Motivación de la gestión del talento por competencias.....	25
Tabla 12. Actitudes de la gestión del talento por competencias	26
Tabla 13. Análisis normalidad de la información recolectada	27
Tabla 14. Prueba hipótesis general -Chi cuadrado	28
Tabla 15. Prueba de hipótesis especifica uno- Chi cuadrado	29
Tabla 16. Prueba de hipótesis especifica dos- Chi cuadrado	30
Tabla 17. Prueba de hipótesis especifica tres - Chi cuadrado	31
Tabla 18. Prueba de hipótesis especifica cuatro -Chi cuadrado.....	32
Tabla 19. Prueba de hipótesis especifica cinco - Chi cuadrado.....	33
Tabla 20. Matriz de operacionalización gestión del talento humano.....	43
Tabla 21. Matriz de operacionalización satisfacción al cliente.....	43
Tabla 22. Matriz de consistencia de un proyecto de investigación científica.....	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fórmula de muestra poblaciones finitas	17
--	----

RESUMEN

El trabajo de investigación presenta por objetivo general determinar la relación que existe entre la gestión del talento humano según competencias y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021. Para determinar la relación se aplicaron cuestionarios desarrollados y validados. El diseño es no experimental, correlacional tipo básica. La muestra de 357 clientes.

Con la finalidad de recolectar la información se aplicó un cuestionario de 42 preguntas, la confiabilidad del instrumento en su totalidad según Alfa de Cronbach es de 0.876. Existe una relación positiva la gestión del talento humano según competencias y la satisfacción del cliente entre el clima organizacional y desempeño laboral (0.398), a un nivel de significancia $p=0,00 < 0,05$; se acepta la hipótesis alternativa: Existe una relación directa entre la gestión del talento humano según competencias y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021

Palabras Clave: Gestión del talento humano, Competencias, Satisfacción al cliente.

ABSTRACT

The general objective of the research work is to determine the relationship that exists between the management of human talent according to competencies and customer satisfaction of the department store Saga Flabella, 2021. To determine the relationship, developed and validated questionnaires were applied. The design is non-experimental, basic type correlational. The sample of 357 clients.

In order to collect the information, a questionnaire of 42 questions was applied, the reliability of the instrument as a whole according to Cronbach's Alpha is 0.876. There is a positive relationship between human talent management according to competencies and customer satisfaction between organizational climate and work performance (0.398), at a level of significance $p = 0.00 < 0.05$; The alternative hypothesis is accepted: There is a direct relationship between the management of human talent according to competencies and customer satisfaction of the Saga Flabella department store, 2021

Keywords: Human talent management, Competencies, Customer satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

La globalización requiere servicios y productos de una calidad superior a los existentes y ofertados por las empresas emergentes de América del Sur y el Caribe. Por ello, algunos países pertenecientes a la región han implementado cambios en sus políticas económicas para avanzar hacia una sociedad del conocimiento (Williams y Viglierchio, 2015). Para que una organización empresarial participe en un mundo global y en constante cambio, debe implementar una política de gestión del talento que responda a las necesidades y desafíos de los mercados en los que opera.

A pesar del considerable crecimiento de la literatura sobre gestión, el sector del talento requiere investigación para apoyar la estandarización de sus modelos de gestión (Maldonado y Manrique, 2017). Estos requisitos están diseñados para crear y mantener una ventaja competitiva y para crecer y mantenerse a largo plazo en relación con otras organizaciones. El principal recurso de que disponen las organizaciones empresariales es el talento humano, cuyas habilidades y cualidades se cree que aportan vida, movimiento y actividad a cualquier organización empresarial.

Una organización está formada por personas y depende de las personas para lograr sus objetivos y lograr su misión y visión. Uno es un vehículo que nos ayuda a lograr nuestras metas personales al compartir nuestra vida diaria, nuestros esfuerzos y nuestra paciencia (Vallejo, 2016). Por tanto, la gestión del talento humano es una forma de supervivencia y éxito de una organización en un mundo competitivo y en constante cambio (Chiavenato, 2007).

Teniendo en cuenta los nuevos enfoques y modelos de gestión del talento, se sabe que la buena gestión es un factor importante en una organización, ya que ofrece claras ventajas en el servicio al cliente. Contratar a las personas adecuadas requiere un proceso selección y desarrollo de las personas necesarias para formar un equipo competitivo (Vallejo, 2016). El desarrollo organizacional está asociado con una gestión y gobernanza eficaz

del talento, así como con la implementación de tecnología y el crecimiento organizacional (Pardo y Díaz, 2014)

En el desarrollo de la administración moderna, la formación puede entenderse como uno de los procesos de formación del talento para promover la adquisición y mejora de habilidades, competencias, actitudes y conocimientos sobre la actividad profesional (Pardo y Díaz, 2014). La rotación de personal es un aspecto crítico en una organización, pues el crecimiento o decrecimiento de los clientes se encuentra afectado por la atención que les brindan; por otra parte, los clientes generan un lazo de confianza con rostros familiares que les brindan un trato personalizado (Gonzales, et al, 2019).

La gestión de personas con talento es una forma de configurar estructuras de formación para mejorar la eficiencia del trabajo mediante una adaptación óptima a los cambios del entorno (Brunet y Catalin, 2016). Conduce a una declaración de que la gestión por competencias debe guiar a las personas a participar activamente en la formación a través de un entorno de progreso organizacional y confianza (Santacruz, et al, 2019).

Las organizaciones se encuentran en un entorno muy volátil e incierto que requiere un enfoque claro en el impacto de las habilidades percibidas y el desarrollo del valor del equipo son características fundamentales del capital humano (García, et al, 2014). En el contexto de la gestión de competencias, la elaboración de un perfil de puesto es importante ya que promueve y facilita el sentido de adaptación del individuo a la función laboral (Santacruz, et al, 2019). Cada análisis le permite desarrollar un plan de carrera basado en el desempeño de los empleados, los estándares organizacionales y las necesidades ambientales (Sandoval, et al, 2012).

Por otro lado, cualquier actividad comercial tiene la última medida para evaluar la satisfacción del usuario al brindar servicios de alta calidad, y el término calidad tiene muchos significados y es difícil de medir (Acosta, 2017). Las empresas apuestan por la formación y perfeccionamiento de los

trabajadores, para incrementar la producción y la eficiencia en el trabajo, la gestión de los recursos, contribuyendo a la rentabilidad.

Las acciones de los empleados de cada organización tienen un impacto interno y externo en la misma. Dentro de la empresa, las personas son aquellas que forman parte de un ambiente de trabajo basado en el comportamiento, cultura, clima y funciones que deben cumplir para lograr los objetivos de la empresa. Asimismo, externamente, el ambiente laboral en el que se desempeñan probablemente repercutirá en el cliente, llegando a satisfacer sus necesidades y deseos, posibilitando así un beneficio común. Cuando se ofrecen uno o más servicios al consumidor en combinación con productos físicos, la calidad del servicio también puede ser importante para determinar la satisfacción del cliente (Valarie, 2009).

La calidad del servicio es el resultado de la apreciación, de los consumidores, los cuales confrontan sus expectativas en relación a las percepciones de un servicio o producto. En definitiva, las medidas de calidad se basan en la diferencia entre lo que el comprador espera y lo que verdaderamente recibe por parte de la empresa (Matsumoto, 2014). Hace unos años, la calidad del servicio empezó a competir de forma muy feroz. En esta competencia, la satisfacción del cliente es primordial y la calidad del servicio se refleja como la ventaja competitiva de una organización (Alvarez y Rivera, 2018).

Esto ha facilitado que las organizaciones busquen estrategias que satisfagan las expectativas de sus compradores como una forma de lograr la sostenibilidad organizacional a través de cambios constantes en el mercado (Pérez, 2006). Los clientes de hoy son usuarios con un conocimiento profundo del producto, por lo que prestan más atención a las beneficios y atributos más sutiles de los bienes y servicios que consumen.

Romero y Chávez (2015), mencionan para una adecuada gestión del talento los proveedores de servicios, es aún más importante desarrollar una estrategia que permita liderar el proceso de retención de clientes (Sulisworo y Maniquiz, 2012). La calidad juega un papel importante. Sin embargo, la entrega del servicio es complicada porque depende en gran medida del tiempo de entrega. La lealtad del cliente es la clave para un negocio exitoso en un mercado altamente competitivo. Las empresas necesitan encontrar formas de mejorarlo y mantenerlo a largo plazo. La calidad del servicio y la satisfacción del cliente son fundamentales

La satisfacción del cliente es el objetivo básico de las compañías que buscan relaciones duraderas con sus consumidores y ahora se considera la principal prioridad de los conglomerados empresariales (Ngo y Nguyen, 2016). De manera similar, administrar el desempeño de los atributos del servicio puede mejorar la satisfacción del cliente. No todas las propiedades juegan el mismo papel, por lo que es importante conocer el impacto en el rendimiento (Sulisworo y Maniquiz, 2012).

La evolución de la mentalidad de marketing ha llevado a las empresas a pensar de forma relacional y a centrarse más en los comentarios de los clientes al definir estrategias promocionales. En otras palabras, lo más importante ahora es la percepción del cliente y las relaciones con el cliente (Castejón, 2016).

La gestión del talento humano es el aspecto crítico y el valor estratégico central que permite a las organizaciones empresariales alcanzar su éxito y también lograr la satisfacción del cliente en función de lo que hacen las personas y cómo lo hacen. El rol estratégico en evolución de la gestión de los recursos humanos es el mecanismo que consiente la transformación cultural en las organizaciones de hoy.

En tienda departamental Saga Falabella los empleados son los principales responsables de lograr la satisfacción del cliente al estar en

contacto constante con ellos, se considera que la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente son complementarios y se encuentran relacionados en cada ocasión. El cliente es cada vez más exigente, por eso las empresas tienen que poner en marcha estrategias para captar una gran parte del mercado, se esfuerzan y ven recompensados al tener un cliente satisfecho que se vuelve fiel a la marca. Por tanto, en base a factores analizados internamente, se encuentra que la gestión del talento necesita ser mejorada ya que afecta el desempeño de los empleados y reduce aspectos como la satisfacción laboral, productividad. Esto se refleja en el desempeño laboral y por lo tanto en la satisfacción del cliente.

Igualmente posterior al análisis se estableció y formulo el problema general de investigación ¿Qué relación existe entre la gestión del talento humano según competencias y la satisfacción del cliente en la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021?.El trabajo encuentra su justificación debido a que tienda por departamentos es una institución privada que se esfuerza por mantener estándares de calidad en los servicios para sus clientes, es importante poder analizar el efecto de la misma en la satisfacción de sus clientes. Una vez finalizada esta investigación, cada área de la tienda departamental podrá implementar planes de mejora de la gestión del talento para mejorar la motivación, la productividad y el desempeño.

Se establecido el objetivo general el cual propone determinar la relación que existe entre la gestión del talento humano según competencias y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021. Asimismo, se han señalado objetivos específicos: que es determinar la relación existente en cada una las dimensiones de la gestión del talento humano según competencias y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella- Cajamarca, 2021. Así mismo la hipótesis general se expresa de la siguiente manera: Existe una relación directa entre la gestión del talento humano según competencias y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

La temática del presente trabajo de investigación permite ser abordada a través investigaciones previas que se realizaron a un nivel internacional, nacional y local:

Hernández y Santamaría (2018), concluyen que el modelo de gestión se centraliza en el perfeccionamiento de destrezas organizativas y puestos clave. Esta investigación es importante porque se basa en un modelo de capacidad general y se basa en procesos metodológicos específicos para el desarrollo de cada subsistema propuesto, tales como fases, fases, actividades y objetivos, varios propósitos, métodos y técnicas que permiten el logro y el control de los objetivos.

Santacruz et al., (2019) en su estudio consideran que es importante destacar que el cambio organizacional implica la gestión de recursos humanos basada en evaluaciones del desempeño basadas según sus condiciones laborales y las habilidades profesionales. Se concluye que las organizaciones textiles necesitan fortalecer su enfoque estratégico de los modelos de gestión de capacidades para promover la competitividad. Este estudio contribuye a la investigación de por qué las organizaciones del departamento textil necesitan implementar modelos de gestión del talento.

Castilla (2013), en su estudio se ha descubierto un nuevo estándar RR. HH se refiere a informes elaborados previamente por la gerencia. Concluye que la gestión del talento debe integrarse en la estrategia empresarial, tanto en la determinación como en la priorización de recursos y acciones estratégicas. Esta investigación contribuye a la investigación porque la gestión del talento es un proceso continuo y debe seguirse para un desarrollo adecuado.

Álvarez (2012), en su estudio se determinó que existe un indicador de calidad de servicio de 1,27, podemos determinar que la percepción del cliente es menor de lo esperado. Se concluye que la satisfacción del cliente depende de la apariencia, fiscalidad, movilidad y comodidad de la instalación. El estudio contribuye porque ayuda a identificar que la infraestructura de una organización juega un papel fundamental en la búsqueda de la satisfacción del cliente y en brindar credibilidad y empatía a sus clientes.

Morales (2018), mencionan que la gestión del capital humano y la satisfacción del usuario se correlacionan significativamente porque el valor del coeficiente de correlación es 0,7, que es menor que el error de estimación (0,01) cuando el valor p es cero. Se concluyó que dichos controles eran inadecuados y que nadie estaba satisfecho con el servicio recibido, especialmente en lo que respecta a las derivaciones y los equipos y materiales de pruebas de diagnóstico. Este estudio contribuye porque la importancia de la gestión de los recursos humanos en las instituciones públicas es irrelevante y carece de la creatividad y la innovación de los altos funcionarios de las agencias estatales.

Intriago Manzaba (2018) en su estudio mencionan que el entorno profesional, las circunstancias laborales y los niveles de incentivos se consideran bajos. Se puede concluir que estos aspectos tienen un impacto razonablemente bajo en las capacidades generales, específicas y de gestión del personal directivo. Este estudio contribuye al determinar la importancia del desarrollo de las habilidades cognitivas de los colaboradores, lo que posibilita la creación de un clima laboral favorable que posibilite la convivencia empresarial.

Anaya y Paredes (2015) en sus estudio establecieron como resultado, que metodo VC pudo identificar y adaptar a las personas adecuadas para desempeñarse en esa cultura cultura empresarial en asociación con RR.HH. El estudio concluye que es necesario implementar un plan de mejora con un alto nivel de contribución de los miembros del equipo y los gerentes. Este estudio contribuye al desarrollo del estudio al determinar que si reduce los conflictos y facilitan las buenas condiciones de trabajo se puede lograr una adecuada satisfacicicon del cliente.

Marcillo (2014), en su investigación, finalmente obtuvo un conjunto de constructos teóricos que surgen directamente de los datos proporcionados por los sujetos sobre los comportamientos y eventos que configuran su realidad cotidiana. Se concluye que la gestión de recursos humanos en los organismos públicos es altamente sensible al concepto de personas gestionadas por los organismos públicos y a la filosofía de gestión que se practica. Este estudio contribuye a la investigación porque tiene en cuenta la plantilla desarrollada como herramienta de mejora de la gestión en el ámbito de la gestión del talento.

Roncal (2018), su investigación reveló que el entorno laboral de AFP Horizonte es rutinario y dificulta que la empresa desarrolle una organización eficaz. La conclusión que AFP Horizonte Cajamarca actualmente tiene un ambiente laboral normal por falta de trabajo en equipo, inclusión, individualismo y falta de formación suficiente. La tesis contribuye a la investigación al establecer la importancia de los programas de capacitación de empleados a largo plazo que mejoran significativamente las capacidades de los empleados de la empresa

Por otro lado, esta investigación se sustenta en las teorías que se le consideran como base científica de la tesis. Para comprender la jerarquía de la gestión del talento, es necesario conocer los conceptos básicos y sus elementos relacionados. Según un concepto desarrollado por académicos, la gestión del talento humano por competencias es la siguiente:

En palabras de Chiavenato (2019), son un conjunto de políticas y prácticas esenciales que abordan aspectos de gestión relacionados con las personas y los recursos, como la incorporación, la elección, la formación, la indemnización y la valoración del trabajo (p,60). Igualmente, Jerico (2008), considera que la gestión del talento se define como el proceso de identificar, atraer, capacitar y retener personas talentosas en su organización.

Principales objetivos

Los individuos son el mayor activo de un sistema empresarial. Las organizaciones exitosas registran que el crecimiento, la prosperidad y la continuidad solo pueden sostenerse si se puede maximizar el retorno de la inversión de todos los socios, especialmente los empleados (Chiavenato, 2019).

En palabras de Chiavenato (2019), el propósito primordial de la gestión del talento humano es ayudar a la organización a lograr sus metas, hacerla competitiva, brindar empleados capacitados y motivados a la organización y brindar satisfacción a los empleados en el lugar de trabajo. Mejorar, gestionar el cambio de dirección y establecer políticas éticas.

Proceso

Según Chiavenato (2019), la gestión del talento humano incluye la adquisición de personas, la aplicación de las personas, la recompensa de las personas, el desarrollo de las personas, la retención de personas y la evaluación de las personas. La relevancia del adecuado proceso de selección de talento; este proceso en particular es muy simple, con o sin el éxito del negocio. Porque es el responsable de integrar en sí mismo los talentos humanos más idóneos (Armas Ortega et al., 2017).

Según refiere Alles (2007), La gestión de recursos humanos se refiere a las capacidades integrales de las relaciones laborales: contratación y

selección de empleados, mantenimiento de relaciones contractuales, legales, formación, orientación y desarrollo de habilidades o competencias, desarrollo profesional.

La Gestión Humana en el contexto de la Calidad

Independientemente de las operaciones de la organización, la calidad es el principal activo más valioso para empleadores y clientes. Se supone que la calidad empodera a los clientes y los hace felices (Llanos, 2015). Por lo tanto, la calidad hoy en día es una parte esencial de una organización, y son las personas las que deben implementar la calidad en todo lo que hacen dentro de la organización (Armas et al., 2017)

Proceso de planeación estratégica en la gestión del talento por competencias

La planificación estratégica se delimita como el proceder organizacional en un mundo versátil. Las estrategias se rigen por la misión, la visión de futuro y los objetivos clave de la organización (Chiavenato, et al, 2007). En palabras de Kotler y Armstrong (2012), mencionan que la planificación estratégica es un proceso de gestión que logra y mantiene una correspondencia efectiva entre las metas, las habilidades y los recursos de una organización y sus cambiantes oportunidades de mercado.

Evaluación de desempeño

En palabras de Chiavenato (2017), el cual refiere que es una evaluación sistemática del desempeño y el potencial de crecimiento futuro de cada persona en un puesto. La evaluación es el proceso de inspirar o evaluar los valores, la excelencia y las cualidades de una persona. Igualmente. Ayala (2016) afirma que la evaluación del desempeño es el estudio del régimen de evaluación de los empleados de manera justa, ordenada y objetiva.

En resumen, las evaluaciones de desempeño ayudan a las organizaciones a comunicar la adopción de políticas y programas para desarrollar e impulsar el trabajo y mejorar la gestión, la toma de decisiones y la gestión de recursos. También establece una mejor coordinación y aumenta la moral de los empleados.

Competencias laborales

La capacidad del recurso humano proviene de la fundamentación teórica realizada por Organización Internacional del Trabajo (OIT) y es promovida por los gobiernos de diferentes países y por diferentes organismos internacionales (Alles, 2007).

Definición de competencia laboral: es la capacidad real para realizar una actividad profesional bien definida. Las habilidades profesionales son verdaderas habilidades comprobadas, no las probabilidades de un trabajo exitoso (CEPAL, 2008). Las habilidades son rasgos de personalidad que conducen a comportamientos que producen un desempeño laboral exitoso. Cada puesto de trabajo presenta diferentes características, dificultades y exigencias, en las diferentes empresas y el tipo de mercado (Alles, 2007).

La administración por Competencias

Este es un esquema de gestión que admite a una organización a linear al área administrativa con los objetivos (estratégicos) de la organización. Como puede ver, cada organización tiene una estrategia diferente. Por tanto, las habilidades son diferentes en cada caso (Alles, 2007).

Clasificación de las competencias laborales

En palabras de Gallego (2007) menciona que los tres aspectos fundamentales relacionados con la competencia en el trabajo son los conocimientos técnicos y de gestión, las habilidades innatas o

consecuencias de la experiencia y el aprendizaje, las habilidades, actitudes, comportamientos y atributos de personalidad y valores.

Perfeccionamiento de las competencias laborales

En palabras de Hoshi (2008), las habilidades profesionales se desarrollan al realizar el cargo en sí. Esta primera etapa se llama etapa de conciencia. Este es el paso más importante en el esfuerzo espiritual, ya que es necesario aprender y mantener una gran cantidad de información. Con el tiempo, el aprendizaje se integró y el trabajo fue más fluido. El desempeño tiende a mejorar el rendimiento y reducir los errores y el tiempo que lleva completar las tareas. Esta segunda etapa se denomina fase de práctica (Flores, 2017).

Según menciona Gallego (2007), si bien las competencias, como hemos visto hasta ahora, son aquellas que permiten el valor agregado de los procesos de una organización, es importante aclarar que se considera que no todas las competencias se pueden desarrollar, por lo que las habilidades básicas han sido identificadas por el durante el proceso de contratación, entre las que tenemos: características de personalidad, autoconcepto, valores y otras cosas, no fingir, porque tradicionalmente se cree que a través de programas de formación se pueden lograr cambios en estos aspectos.

Para comprender la jerarquía de la satisfacción del cliente, analizaremos la idea básica. De acuerdo con los conceptos desarrollados por los académicos, los cuales son: La percepción y evaluación del cliente del producto / servicio recibido, la satisfacción general y todos los factores de calidad son parámetros de evaluación (Bruni, 2017).

Asimismo, Kotler y Armstrong (2012), definen a la satisfacción como el grado del estado de ánimo de un cliente, que es el resultado de analizar y comparar los beneficios percibidos de un producto con sus expectativas. En el caso de la Organización Internacional de Normalización, considera que

la satisfacción del cliente se define como la percepción que tiene el cliente en relación a que el producto cumpla con sus necesidades previas (ISO, 2005).

Según Chiavenato(2007), consideran que la satisfacción del cliente debe ser proporcional al desempeño de la organización y las expectativas del cliente. De manera similar, afirma que el control de calidad puede ayudar a los clientes, sus necesidades y cómo pueden mejorar la satisfacción del cliente. Fidelizar a los clientes y atraer nuevos clientes.

La importancia de la satisfacción del cliente

Según Hayes (2002), la satisfacción del cliente se convierte en un activo de la empresa, ya que es probable que los clientes satisfechos reutilicen su servicio o producto y vuelvan a comprar el producto o servicio allí. Desde esta perspectiva, la satisfacción puede influir en la intención de recompra. El primero es el hecho de que, si el cliente está satisfecho, esta satisfacción reduce la incertidumbre en los resultados.

Percepción de la satisfacción del cliente

Hayes (2002), los estudios de satisfacción del cliente tienden a abordarse desde dos perspectivas diferentes, ya sea desde el punto de vista del cliente o desde la perspectiva de la organización que realiza el análisis. Teoría de la equidad: La satisfacción ocurre cuando una parte en particular cree que el nivel de resultados logrados en un proceso está razonablemente equilibrado con su contribución al proceso, como el costo, el tiempo y los esfuerzos (Hayes, 2002). Teoría de la atribución de causalidad, esto explica cómo los clientes ven los resultados de sus compras en términos de éxito o fracaso (Hayes, 2002).

Evaluación de la satisfacción del cliente

Servqual adopta el enfoque más esgrimido para calcular la calidad del servicio y siempre busca comparar las expectativas del cliente con la percepción del cliente sobre el servicio realmente prestado antes de cumplir con el servicio (Martín, 2018). Este modelo fue adoptado de un estudio de 1985 de Parasuraman, Zeithaml y Berry. Inicialmente, este modelo incluía 10 aspectos de la calidad del servicio: confiabilidad, capacidad de respuesta, capacidades, accesibilidad, cortesía, comunicación, confiabilidad, confidencialidad, conocimientos del cliente y tangibles (Martín, 2018). El modelo Servqual incorpora cinco dimensiones para medir la calidad del servicio. Fiabilidad: la capacidad de realizar los servicios prometidos de forma fiable y cuidadosa. En resumen, la empresa efectúa sus ofertas en términos de entrega, prestación de servicios, resolución de problemas y precios (Zeithaml, Valiere, 2009).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación.

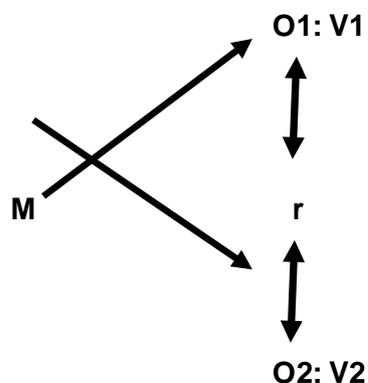
Tipo de investigación

El objetivo de la investigación pura o básica es recopilar información y construir nuevos conocimientos sobre la base de información ya existente (Lozada, 2014).

Diseño de la investigación

Los estudios de correlación son un tipo de estudio no empírico en el que los investigadores miden dos variables y establecen una relación estadística entre ellas (Lozada, 2014). La investigación cuantitativa es un método estructurado para recopilar y analizar datos de una variedad de fuentes (Lozada, 2014). No experimental, hecho intencionalmente sin maniobrar las variables, se basa básicamente en la reflexión de fenómenos que ocurren en esos contextos (Lozada, 2014).

Diagrama de la investigación



En el cual:

- **Muestra:** clientes de la tienda por departamentos (**M**)
- Gestión del talento por competencias: **Variable (1)**.
- Satisfacción del cliente: **Variable (2)**.
- Relación (**r**)

3.2. Variables y operacionalización

- **Independiente(X): Gestión del talento humano por competencias**

Definición conceptual: Un conjunto de políticas y prácticas necesarias para abordar los aspectos de gestión relacionados con el personal y los recursos (como reclutamiento, selección, capacitación, compensación y evaluación del desempeño) (Chiavenato, 2019)

Definición operacional: La gestión del talento o del capital humano es un proceso organizativo integrado diseñado para atraer, gestionar, formar, motivar y retener a los empleados.

- **Variable Dependiente(Y): Satisfacción del cliente**

Definición conceptual: Comportamiento observable de los empleados en el logro de los objetivos de la organización (Chiavenato, 2017).

Definición operacional: La satisfacción del cliente es una expresión que se esgrime siempre en la teoría del marketing. Esta es una métrica para medir los productos y servicios de una empresa que cumplen o superan las expectativas de sus clientes

Igualmente, la matriz de operacionalización de variables de estudio se localiza en anexos, donde se identifica el problema general, objetivos y las hipótesis de la investigación.

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.

Población: De acuerdo a Hernández, *Fernández y Baptista*, (2018) la población se describe al universo en consideración, donde se explica sus características y generalidades. La población de la investigación según

reportes de afluencia a la tienda incluye a 5.000 clientes durante el periodo de recolección de información.

Muestreo: la muestra de la investigación fue determinada a través del muestreo probabilístico. Igualmente, se aplicará la fórmula de población finita para conocer el total de la población en análisis. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Figura 1.

Fórmula de muestra poblaciones finitas

$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$	<p>Igualmente:</p> <p>N = 5000 clientes</p> <p>n = muestra</p> <p>Z = nivel de confianza (1.96)</p> <p>P= probabilidad de éxito 0.5</p> <p>Q= probabilidad de fracaso 0.5</p>
<p>Desarrollo de fórmula estadística:</p>	
$n = \frac{(1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5) \times (5000)}{(0.05^2) (5000) + (1.96^2) \times (0.5) \times (0.5)}$	
<p>n = 357 clientes</p>	

La muestra de la investigación está conformada por 357 clientes de la tienda por departamentos.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En relación a la técnica utilizada para la recolección de la información es la encuesta. La encuesta es una técnica que se realiza aplicando un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas brindan información sobre actitudes y opiniones (Lozada, 2014).

Valides: El cuestionario propuesto fue previamente validado en la investigación: “*Gestión del talento humano para la satisfacción del cliente en la empresa ESAZE SAC*”, posteriormente fue adaptado según las necesidades de la investigación. El instrumento de medición que se utilizara en esta investigación es una encuesta, y el análisis se realizó a través de la escala LIKERT “que es: Totalmente insatisfecho(1);Insatisfecho(2); Ni satisfecho ni insatisfecho(3);Generalmente satisfecho(4);Totalmente satisfecho(5).

Confiabilidad: El coeficiente alfa de Cronbach es un factor que se utiliza para medir la confiabilidad de una escala de medición. Con respecto a la confiabilidad del cuestionario, conformado por 42 preguntas, según las dimensiones de las variables de estudio.

Tabla 1.

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,876	42

La escala del coeficiente de fiabilidad fue de 0.876; los resultados se consideran confiables según la escala de calificación. El coeficiente determinado es superior a 0,60 y se considera que el instrumento es completamente eficaz.

3.5. Procedimientos

Para la obtención de la información a analizar y su recolección primeramente se presentó la documentación necesaria en la empresa que es de estudio de investigación, luego se procedió a la elaboración del cuestionario el cual será el instrumento de la recolección de datos, la cual está conformada por 42 preguntas y se aplicó a los 357 clientes determinados.

Para el análisis de la parte estadística se efectuará mediante técnicas como las tablas de frecuencia con los datos porcentuales, además de gráficos para observar la distribución de datos de acuerdo a los niveles de indicadores, la sistematización, el procesamiento y análisis de datos se realizará utilizando programas estadísticos. Igualmente se utilizará la prueba de Rho de Spearman para confirmar que las variables de estudio sean independientes entre sí.

3.6. Análisis de estadístico de la información

En palabras de Queirós et al. (2017), señala que el análisis de datos es la realización de actividades que un estudiante del tratado debe orientar para alcanzar un objetivo científico. En este estudio se utilizaron dos técnicas importantes, como la estadística descriptiva y el análisis inferencial.

3.7. Aspectos éticos de la investigación

El estudio se realiza con precisión, honestidad y buena fe, garantizando los derechos fundamentales de todos los involucrados. El soporte a los resultados de la investigación también se incluye en los procedimientos, protocolos, herramientas utilizadas y aprobadas por los expertos, materiales utilizados, datos de experimentos y observaciones registradas, de modo que los resultados obtenidos estén garantizados de manera realista.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis estadístico de las variables de estudio

En relación al objetivo general.

Tabla 2.

Correlación de la gestión del talento por competencias y la satisfacción del cliente

		Gestión del talento	Satisfacción al cliente
Gestión de talento	Coeficiente de correlación	1,000	,398**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	357	357
Satisfacción al cliente	Coeficiente de correlación	,398**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	357	357

Se determino que existe una correlación positiva moderada (0.398) entre las variables de estudio.

En concordancia al objetivo específico uno:

Tabla 3.

Correlación del conocimiento y la satisfacción del cliente

		Satisfacción al cliente	Conocimientos
Satisfacción al cliente	Coeficiente de correlación	1,000	,367**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	357	357
Conocimientos	Coeficiente de correlación	,367**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	357	357

Se determino que existe una correlación positiva moderada (0.367) entre las variables de estudio.

En concordancia al objetivo específico dos:

Tabla 4.

Correlación de las habilidades y la satisfacción del cliente

		Satisfacción al cliente	Habilidades
Satisfacción al cliente	Coeficiente de correlación	1,000	,195**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	357	357
Habilidades	Coeficiente de correlación	,195**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	357	357

Se determino que existe una correlación positiva baja (0.195) entre las variables de estudio.

En concordancia al objetivo específico tres:

Tabla 5.

Correlación de las capacidades y la satisfacción del cliente

		Satisfacción al cliente	Capacidades
Satisfacción al cliente	Coeficiente de correlación	1,000	,270**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	357	357
Capacidades	Coeficiente de correlación	,270**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	357	357

Se determino que existe una correlación positiva moderada (0.270) entre las variables de estudio.

En concordancia al objetivo específico cuatro:

Tabla 6.

Correlación de la motivación y la satisfacción del cliente

		Satisfacción	Motivación
Satisfacción	Coeficiente de correlación	1,000	,279**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	357	357
Motivación	Coeficiente de correlación	,279**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	357	357

Se determino que existe una correlación positiva moderada (0.279) entre dos variables de estudio.

En concordancia al objetivo cinco:

Tabla 7.

Correlación de las actitudes y la satisfacción del cliente

		Satisfacción	Actitudes
Satisfacción	Coeficiente de correlación	1,000	,272**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	357	357
Actitudes	Coeficiente de correlación	,272**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	357	357

Se determino que existe una correlación positiva moderada (0.272) entre las variables de estudio.

La siguiente tabla proporciona un desglose detallado de cada aspecto que conforma la gestión del talento por habilidades y características del mismo que existe en la tienda departamental.

Tabla 8.

Conocimientos de la gestión del talento por competencias

Pregunta	Dimensión Conocimientos				
	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Siempre.
Conozco toda la información acerca de mis funciones.	8.1	19.3	22.1	40.3	10.1
Identifico las prioridades de la empresa y aporto a ello.	6.2	29.7	29.4	21.0	13.7
Integro la información que obtengo en la empresa y aporto lo mejor de mí.	4.5	26.3	24.4	37.3	7.6
Tengo la capacidad para compartir todo lo que conozco.	4.5	24.1	34.7	30.0	6.7
%	5.8	24.9	27.7	32.1	9.5

Como se observa en la tabla anterior un 32% de los trabajadores encuestados considera que frecuentemente cuenta con la capacidad de compartir su conocimiento en las actividades que desempeña, un 27% menciona que siempre integra la información que obtiene en la empresa, un 25% menciona que raramente Identifica las prioridades de la empresa, un 10% siempre conoce toda la información acerca de sus funciones.

Tabla 9.

Habilidades de la gestión del talento por competencias

Pregunta	Dimensión habilidades				
	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Siempre.
Tolero el estrés en situaciones que se presenten	3.6	28.6	20.7	39.5	7.6
Me adapto a los cambios y busco la mejora de la empresa.	5.0	29.4	20.2	40.3	5.0
Planifico y organizo mis actividades laborales.	5.3	26.9	23.5	28.6	15.7
Me gusta trabajar en equipo.	4.8	28.3	26.9	35.6	4.5
%	4.7	28.3	22.8	36.0	8.2

Como se observa en la tabla anterior un 36% de los trabajadores encuestados considera que frecuentemente le gusta trabajar en equipo, un 29% menciona que raramente Planifica y organiza sus actividades laborales, un 23% menciona que ocasionalmente se adapta a los cambios, un 8% siempre Tolera el estrés en situaciones o conflictos.

Tabla 10.

Capacidades de la gestión del talento por competencias

Pregunta	Dimensión capacidades				
	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Siempre
Tengo un pensamiento y opinión crítico e imparcial	6.4	22.4	29.7	34.7	6.7
Tomo decisiones rápidas y oportunas	3.9	26.6	29.1	33.1	7.3
Tengo la capacidad de resolver problemas.	3.6	28.3	26.9	36.1	5.0
Trabajo como mediador en situaciones tensas o reuniones.	6.2	21.8	24.1	40.1	7.8
%	5.0	24.8	27.5	36.0	6.7

Como se observa en la tabla anterior un 36% de los trabajadores encuestados considera que frecuentemente presenta un pensamiento crítico e imparcial, un 28% menciona que ocasionalmente toma decisiones rápidas y oportunas, un 25% menciona que raramente tiene la capacidad de resolver problemas que no afecten a su área, un 7% siempre trabaja como mediador en situaciones tensas.

Tabla 11.

Motivación de la gestión del talento por competencias

Pregunta	Dimensión motivación				
	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Siempre
Se tiene en cuenta las necesidades de la organización y las personas para satisfacerlas ambas.	6.2	24.6	22.4	39.5	7.3
La empresa implementa premios y castigos para una adecuada evaluación del desempeño.	5.3	28.0	22.7	36.7	7.3
Soy flexible al cambio y doy lo mejor de mis labores.	6.7	30.8	23.5	24.6	14.3
Constantemente estoy en busca de mi superación laboral	7.3	29.1	28.9	29.7	5.0
%	6.4	28.2	24.4	32.6	8.5

Como se observa en la tabla anterior un 33% de los trabajadores encuestados considera que frecuentemente Se tiene en cuenta las necesidades de la organización y las personas, un 28% menciona que raramente la empresa implementa nuevos premios y castigos en el desempeño laboral, un 24% menciona que ocasionalmente es flexible al cambio, un 9 % siempre busca la superación laboral.

Tabla 12.

Actitudes de la gestión del talento por competencias

Pregunta	Dimensión actitudes				
	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Siempre.
Me relaciono bien con mis compañeros de trabajo.	7.3	29.1	28.9	29.7	5.0
Me identifico con la empresa y soy leal a mis principios.	6.7	30.8	23.5	24.6	14.3
A los trabajadores más destacados se les delega liderazgo o poder sobre sus compañeros.	6.2	21.8	24.1	40.1	7.8
La empresa asciende a los trabajadores de acuerdo al logro que tienen.	4.8	28.3	26.9	35.6	4.5
%	6.2	27.5	25.8	32.5	7.9

Como se observa en la tabla anterior un 33% de los trabajadores encuestados considera que frecuentemente se relaciona bien con mis compañeros de trabajo, un 28% menciona que raramente a los trabajadores más destacados se les delega liderazgo, un 26% menciona que ocasionalmente identifico con la empresa y soy leal a mis principios, un 8 % siempre la empresa asciende a los trabajadores de acuerdo al logro que tienen.

4.2. Prueba de normalidad de datos

La prueba de normalidad se utiliza para determinar si un conjunto de datos está modelado correctamente con una distribución normal y para calcular la probabilidad de que una variable aleatoria sea más pequeña que un conjunto de datos con una distribución normal. Para probar la hipótesis, se realizó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov. Por tanto, se propone la siguiente hipótesis para demostrar la normalidad (Ver anexo 7).

Ho: La información sobre gestión empresarial no proceden de una repartición normal.

H1: La información sobre gestión empresarial proceden de una repartición normal.

Tabla 13.

Análisis normalidad de la información recolectada

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión	,368	357	,000
Satisfacción	,453	357	,000
Conocimientos	,278	357	,000
Habilidades	,292	357	,000
Capacidades	,271	357	,000
Motivación	,292	357	,000
Actitudes	,289	357	,000

Se reflexiona la siguiente pauta para el fallo lógico: se rechaza la Ho cuando $p < 0.05$.; Asimismo se rechaza la H1 cuando $p > 0.05$.

Por lo tanto, de acuerdo con la prueba normal realizada por Kolmogorov-Smirnov, se puede concluir que los datos estadísticos muestran una distribución normal. Por tanto, se usó la prueba de chi-cuadrado con la finalidad de contrastar las hipótesis establecidas previamente.

4.3. Contrastación de hipótesis

4.3.1. Hipótesis general

Hipótesis Estadísticas

H1: Existe una relación directa entre la gestión del talento humano según competencias y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021.

Ho: No existe una relación directa entre la gestión del talento humano según competencias y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021.

Se reflexiona la siguiente pauta para el fallo lógico:

se rechaza la Ho cuando $p < 0.05$.

se rechaza la H1 cuando $p > 0.05$.

Tabla 14.

Prueba hipótesis general -Chi cuadrado

	Valor	df	Significancia bilateral
Chi-cuadrado de Pearson	85,302 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	66,838	4	,000
Asociación lineal por lineal	60,092	1	,000
N de casos válidos	357		

Como se observa en la tabla anterior se determinó el nivel de significancia bilateral, que siendo $p=0,00 < 0,05$; se acepta la hipótesis alternativa.

4.3.2. Hipótesis específica uno Hipótesis Estadísticas

H1: Existe una relación directa entre el conocimiento y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021.

Ho: No existe una relación directa entre el conocimiento y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021.

Se reflexiona la siguiente pauta para el fallo lógico:

se rechaza la Ho cuando $p < 0.05$.

se rechaza la H1 cuando $p > 0.05$.

Tabla 15.

Prueba de hipótesis específica uno- Chi cuadrado

	Valor	df	Significancia bilateral
Chi-cuadrado de Pearson	75,271 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	68,708	6	,000
Asociación lineal por lineal	48,755	1	,000
N de casos válidos	357		

Como se observa en la tabla anterior se determinó el nivel de significancia bilateral, que siendo $p=0,00 < 0,05$; se acepta la hipótesis alternativa.

4.3.3. Hipótesis específica dos

Hipótesis Estadísticas

H1: Existe una relación directa entre las habilidades y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021.

Ho: No existe una relación directa entre las habilidades y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021.

Se reflexiona la siguiente pauta para el fallo lógico:

se rechaza la Ho cuando $p < 0.05$.

se rechaza la H1 cuando $p > 0.05$.

Tabla 16.

Prueba de hipótesis específica dos- Chi cuadrado

	Valor	df	Significancia bilateral
Chi-cuadrado de Pearson	16,542 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	21,085	4	,000
Asociación lineal por lineal	15,655	1	,000
N de casos válidos	357		

Como se observa en la tabla anterior se determinó el nivel de significancia bilateral, que siendo $p=0,00 < 0,05$; se acepta la hipótesis alternativa.

4.3.3. Hipótesis específica tres

Hipótesis Estadísticas

H1: Existe una relación directa entre las capacidades y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021.

Ho: No existe una relación directa entre las capacidades y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021.

Se reflexiona la siguiente pauta para el fallo lógico:

se rechaza la Ho cuando $p < 0.05$.

se rechaza la H1 cuando $p > 0.05$.

Tabla 17.

Prueba de hipótesis específica tres - Chi cuadrado

	Valor	df	Significancia bilateral
Chi-cuadrado de Pearson	46,955 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	38,401	6	,000
Asociación lineal por lineal	28,852	1	,000
N de casos válidos	357		

Como se observa en la tabla anterior se determinó el nivel de significancia bilateral, que siendo $p=0,00 < 0,05$; se acepta la hipótesis alternativa.

4.3.4. Hipótesis específica cuatro

Hipótesis Estadísticas

H1: Existe una relación directa entre la motivación y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021.

Ho: No existe una relación directa entre la motivación y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021.

Se reflexiona la siguiente pauta para el fallo lógico:

se rechaza la Ho cuando $p < 0.05$.

se rechaza la H1 cuando $p > 0.05$.

Tabla 18.

Prueba de hipótesis específica cuatro -Chi cuadrado

	Valor	df	Significancia bilateral
Chi-cuadrado de Pearson	77,382 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	43,239	6	,000
Asociación lineal por lineal	34,115	1	,000
N de casos válidos	357		

Como se observa en la tabla anterior se determinó el nivel de significancia bilateral, que siendo $p=0,00 < 0,05$; se acepta la hipótesis alternativa.

4.3.4. Hipótesis específica cinco

Hipótesis Estadísticas

H1: Existe una relación directa entre las actitudes y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021.

Ho: No existe una relación directa entre las actitudes y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella, 2021.

Se reflexiona la siguiente pauta para el fallo lógico:

se rechaza la Ho cuando $p < 0.05$.

se rechaza la H1 cuando $p > 0.05$.

Tabla 19.

Prueba de hipótesis específica cinco - Chi cuadrado

	Valor	df	Significancia bilateral
Chi-cuadrado de Pearson	33,791 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	36,147	6	,000
Asociación lineal por lineal	28,226	1	,000
N de casos válidos	357		

Como se observa en la tabla anterior se determinó el nivel de significancia bilateral, que siendo $p=0,00 < 0,05$; se acepta la hipótesis alternativa.

V. DISCUSIÓN

Se considera que existe una relación positiva entre la gestión del talento humano según competencias y la satisfacción del cliente (0.398), A un nivel significancia bilateral $p=0,00 < 0,05$; se acepta la hipótesis alternativa. Estos resultados coinciden con los presentados por Morales (2018), Si determinamos que la gestión del capital humano y la satisfacción del usuario están significativamente correlacionados, el valor del coeficiente de correlación es 0.447 y el valor p es menor que el error estimado (0.01). La importancia de la gestión del recurso humano por competencias en las instituciones del estado se encuentra ajena a la realidad y no existe ni creatividad ni innovación de los principales funcionarios de la entidad del estado, lo que limita el desarrollo operativo de dicha institución.

Se coincide con los resultados propuestos por Hernández y Santamaría (2018), que a través del desarrollo de las competencias y de los puestos claves las organizaciones mediante la evaluación de actividades, objetivos y técnicas permiten mejorar la gestión del talento humano. En la actualidad la compañía presenta la capacidad de mejora en el desarrollo del capital humano, los resultados hacen referencia que un 36% de los colaboradores encuestados le gusta trabajar en equipo, un 29% raramente planifica y organiza sus actividades laborales, un 23% ocasionalmente se adapta a los cambios, un 8% tolera el estrés en situaciones o conflictos.

Se coincide con Santacruz et al., (2019), las organizaciones necesitan fortalecer su enfoque estratégico de los modelos de gestión de capacidad para aumentar su competitividad. En correspondencia a las dimensiones de la gestión del talento humano por competencias y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella- Cajamarca, La satisfacción presenta un coeficiente de correlación positivo (0.367). El conocimiento presenta un coeficiente de correlación positivo (0.195). Asimismo, en relación a las capacidades muestra un coeficiente de correlación positivo (0.270); la

motivación exhibe un coeficiente de correlación positivo (0.272) y las capacidades muestran un coeficiente de correlación positivo (0.279). Asimismo, estos factores están relacionados a lo propuesto por Chiavenato (2019), que la gestión del talento humano pretende proporcionar empleados capacitados y motivados a la organización, lo que a su vez aumenta la satisfacción de los empleados con el trabajo

Se coincide con Castilla (2013), que propone que la gestión del talento es un proceso continuo y debe seguirse para que se realice correctamente. La infraestructura organizacional juega un papel fundamental en la búsqueda de la satisfacción del cliente. Es la infraestructura que nos permite brindar credibilidad y empatía a nuestros clientes (Álvarez,2012). Asimismo, un 33% frecuentemente se relaciona bien con mis compañeros de trabajo, un 28% menciona que raramente a los trabajadores más destacados se les delega liderazgo, un 26% menciona que ocasionalmente identifico con la empresa y soy leal a mis principios, un 8 % siempre la empresa asciende a los trabajadores de acuerdo al logro que tienen.

Se coincide con Intriago (2018) la importancia de desarrollar las capacidades cognitivas y competencias en los colaboradores, permiten poder generar un buen ambiente de trabajo permite una convivencia armoniosa. Asimismo, Anaya y Paredes (2015) mencionan que generando buenas condiciones de trabajo, una comunicación permanente se disminuyen los conflictos. La calidad, la actividad de una organización, se ha convertido en un recurso valioso tanto para los empleadores como para los clientes. Creemos que la calidad da razón a los clientes y los hace felices (Llanos,2015).

Se coincide con Marcillo (2014), que las competencias laborales que se desarrollan al ser una herramienta que permite la mejora de la gestión al área de recursos humanos. La importancia de un sistema de capacitación permanente para los colaboradores incrementa significativamente las competencias de ellos colaboradores de la empresa (Roncal,2018). Asimismo,

un 32% de los trabajadores encuestados considera que frecuentemente cuenta con la capacidad de compartir su conocimiento en las actividades que desempeña, un 27% menciona que siempre integra la información que obtiene en la empresa, un 25% menciona que raramente identifica las prioridades de la empresa, un 10% siempre conoce toda la información acerca de sus funciones.

Las organizaciones exitosas reconocen que el crecimiento, la prosperidad y la continuidad solo pueden sostenerse si se puede optimizar el proceso de gestión del talento (Chiavenato, 2019). En relación a lo mencionado por Kotler y Armstrong (2012), se coincide con lo propuesto sobre la adecuación del proceso de gestión del talento humano. Chiavenato (2017) considera que una revisión de desempeño, es la evaluación sistemática de las características del desempeño laboral de cada persona en ese rol y su potencial de crecimiento futuro (p,66).

La importancia de la satisfacción del cliente es ayudar a los clientes a comprender su potencial para futuras compras. Hacer que los clientes califiquen su satisfacción es una buena manera de ver si son clientes leales o defensores de la marca. La satisfacción no es sinónimo de lealtad. La lealtad significa que el éxito de una relación depende del largo plazo y está dispuesta a sacrificar los mejores intereses, al menos durante algún tiempo. Esto es más importante que las ganancias anteriores (Kotler, 2000).

VI. CONCLUSIONES

- La gestión del talento humano según competencias se relaciona directamente y significativamente con la satisfacción del cliente (0.398), se demuestra que cuando el $p=0,00$ es menor que 0,05 se admite la hipótesis alternativa.
- Se considera que el conocimiento en la gestión del talento humano según competencias se relaciona directamente y significativamente con la satisfacción del cliente (0.367), se demuestra que cuando el $p=0,00$ es menor que 0,05 se admite la hipótesis alternativa.
- Se estableció que las habilidades en la gestión del talento humano según competencias se relacionan directamente y significativamente con la satisfacción del cliente (0.195), se demuestra que cuando el $p=0,00$ es menor que 0,05 se admite la hipótesis alternativa.
- Se demostró que las capacidades en la gestión del talento humano según competencias se relacionan directamente y significativamente con la satisfacción del cliente (0.270), se demuestra que cuando el $p=0,00$ es menor que 0,05 se admite la hipótesis alternativa.
- Se concluye que la motivación en la gestión del talento humano según competencias se relaciona directamente y significativamente con la satisfacción del cliente (0.279), se demuestra que cuando el $p=0,00$ es menor que 0,05 se admite la hipótesis alternativa.
- Se considera que las actitudes en la gestión del talento humano según competencias se relacionan directamente y significativamente con la satisfacción del cliente (0.272), se demuestra que cuando el $p=0,00$ es menor que 0,05 se admite la hipótesis alternativa.

VII. RECOMENDACIONES

- A la dirección general de la empresa, desarrollar proceso de mejora continua durante la selección y capacitación de sus colaboradores en cada una de las áreas de la empresa, por lo tanto, analizar los procesos de selección es importante en la actualidad debido, a la digitalización y adaptación de las nuevas tecnologías.
- A la administración, mejorar el tipo de comunicación entre los responsables de las áreas correspondientes y sus colaboradores. Un adecuado desarrollo de la comunicación incitará la presencia de un clima organizacional amigable, que repercutirá la mejora de la atención al cliente.
- A jefe de área, potenciar el manejo de información de los colaboradores de las diferentes secciones de la tienda por departamentos, sobre los procesos que permitan incrementar la satisfacción del cliente.
- A la administración, la implementación de pausas activas, estas pausas se recomiendan con la finalidad aumentar la productividad de los colaboradores, estimular la creatividad durante el proceso de ventas, repercutiendo en una mejora de la actitud de los colaboradores hacia los clientes durante su atención.

REFERENCIAS

- Acosta, M. (2017). *Gestión del talento humano y calidad de servicio en la empresa inversiones HINOSTROZA S.A.C, distrito de amarilis - Huánuco*. 2017. Tesis de grado , Huánuco.
- Alles, M. (2007). *Gestión por competencias: el diccionario*. Gramica.
- Álvarez C. G. (2012). *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales*. Tesis de grado, Caracas.
- Álvarez, D. R.; Rivera, A. N. (2018). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire 2018*. Tesis de grado, Arequipa.
- Anaya, L., & Paredes, J. (2015). *Propuesta de mejora de clima organizacional a partir de la gestión del talento humano*. Universidad del Pacífico, Lima.
- Armas, Y., Llanos, M., & Traverso, P. (2017). *Gestión del talento humano y nuevos escenarios laborales*. (Segunda ed.). Samborondón.
- Ayala, S. (2016). *Red Global de conocimientos en Auditoría y Control Interno*. Recuperado el 15 de Octubre de 2016
- Brunet, I. & Catalin, L. (2016). El discurso por competencias: Una propuesta de clarificación conceptua. *Intangible Capital*, 12(4), 978-1005.
- Bruni, P. (2017). *La satisfacción del cliente*.
- Castejón, P. (2016). *La satisfacción del viajero 2.0: análisis de los comentarios para los hoteles de lujo*. Tesis doctoral , Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Castilla, A. (2013). *Optimización del talento en las organizaciones: Gestión por expectativas*. Tesis de grado, Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Psicología Social, Barcelona.
- CEPAL. (2008). *Centro Interamericano de Investigación y Documentación sobre Formación Profesional*. Obtenido de <https://dds.cepal.org/redesoc/ficha-red-actores?id=1012>
- Chiavenato, I. (2017). *Comportamiento Organizacional: La dinámica del éxito en las Organizaciones*. México: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2019). *Gestion Del Talento Humano. El Nuevo Papel De Los Recursos Humanos En Las Organizaciones* (Quinta ed.). Bogotá: Mc Graw-Hill.
- Chiavenato, I., Mascaró, P., & Roa, H. (2007). *Administración de recursos humanos El capital humano de las organizaciones* (Octava ed.). México: McGraw-Hill.

- Flores, C. (2017). *Competencia laboral y desempeño laboral de los trabajadores de la unicpalidad Provincial de Lamas. Período 2017*. Trujillo: 2018.
- Gallego, M. (2007). *Gestión humana basada en competencias*. Obtenido de <http://www.arearh.com/rrhh/Teoriadecompetencias.htm>
- García, N., Martín, F., & Sánchez, G. (2014). *Cuadernos de Gestión*.
- Gonzales, H., Herrera, L., Ramírez, S., & Varas, R. (2019). *La satisfacción laboral y su correlación con la intención de rotación de asesores comerciales de las instituciones microfinancieras*. Tesis de grado, Lima.
- Hayes, B. (2002). *Cómo medir la satisfacción del cliente*. España: Ediciones Gestión 2000.
- Hernández, V.; Santamaría, N. V. (2018). Modelo de gestión de talento humano por competencias de la ONG para la discapacidad fundación cuesta Holguín. 4-6.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la nvestigación*. (Sexta ed.). Mexico: McGraw-Hill.
- Hoshi, V. (2008). *Gestión del potencial humano*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Intriago, D. M. (2018). *Gestión del talento humano y el desarrollo de competencias profesionales en las Instituciones De Educación Superior, Zona 4 – Ecuador, periodo 2014- 2016*. Tesis de grado , Lima.
- ISO 9000. (2005). *Sistemas de gestión de la calidad- Fundamentos y vocabulario*.
- Jerico, P. (2008). *La nueva gestión del talento: construyendo compromiso*. Madrid: Pretince-Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson.
- Llanos, M. (215). El desarrollo del Bournout y la Calidad de Vida en el trabajo. *Congreso Internacional CLADEA*, 1-15.
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *III(2)*, 60-62.
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. Recuperado el 8 de Mayo de 2020, de www.dialnet.unirioja.es
- Maldonado, E. & Manrique, A. (2017). Gestión de talento humano basado en competencias: una perspectiva latinoamericana. *Revista Carácter*, 5(1), 1390.
- Marcillo, N. (2014). *Modelo de gestión por competencias para optimizar el redimiento del talento humano en los gobiernos autónomos descentralizados del Sur de Manabi*.

- Tesis de grado, Universidad Privada Antenor Orrego, Postgrado de ciencias económicas, Trujillo.
- Martín, J. (2018). *CEREM*. Recuperado el 12 de Julio de 2020, de <https://www.cerem.pe/blog/como-medir-tu-servicio-con-servqual>
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*(34), 181-209.
- Morales, E. (2018). *Gestión del capital humano y satisfacción del usuario del Seguro Social de Salud EsSalud, Huánuco-2018*. Tesis de grado, Huánuco.
- Moreno, J. (2012). *Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante la cabaña de Don Parce*. Tesis pregrado, Universidad de Piura, Piura. Recuperado el 23 de Junio de 2020, de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1648/AE_265.pdf
- Ngo, V. M.; Nguyen, H. (s.f.). The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector. *Journal of Competitiveness*, 8(2), 103-106.
- Pardo E., C., & Díaz, O. (2014). Desarrollo del talento humano como factor clave para el desarrollo organizacional, una visión desde los líderes de gestión humana en empresas de Bogotá D.C. *Suma de Negocios*, 5(11), 39-48.
- Pérez, V. (2006). *Calidad Total en la Atención Al Cliente Pautas para garantizar la Excelencia del Servicio* (Primera ed.). Vigo: Ideas propias.
- Queirós, A., Faria, D., & Almeida, F. (2017). *STRENGTHS AND LIMITATIONS OF QUALITATIVE AND QUANTITATIVE RESEARCH METHODS*. Portugal: European Journal of Education Studies.
- Romero, A.; Chávez, H. F. (2015). Evaluación de la satisfacción del cliente y de los costos de calidad del proceso de restauración en la hotelería. *Retos Turísticos*, 14(3), 5-10.
- Roncal, P. (2018). *El Clima Laboral Y Su Incidencia En El Desarrollo Organizacional De AFP Horizonte - Cajamarca, Periodo 2013*. Tesis de grado , Lima.
- Sandoval, F.; Montañó, N. M. & Ramos , E. (2012). Gestión de perfiles de cargos laborales basados en competencias. *Revista Venezolana de Gerencia*, 17(60), 660-675.
- Santacruz, L. C.; López, L. L; Morales, A. Y. (2019). Análisis de modelos de gestión por competencias como fomento a la competitividad en organizaciones del sector textil. *Universidad CES*.
- Sulisworo, D., & Maniquiz, N. (2012). Integrating Kano's Model and SERVQUAL to Improve. *Global Public Health*, 130-134.

- Valarie, Z. (2009). *Marketing de servicios* (Quinta ed.). México, D. F. Edición: 5a ed.: McGraw-Hill.
- Vallejo, L. M. (2016). *Gestión del talento humano*. Riobamba: La Caracola Editores.
- Williams, D., & Viglierchio, M. (2015). Relación entre el concepto “Sociedad del conocimiento” y la educación superior. *Revista de Ciencia Veterinaria*, 17(1), 125-135.
- Zeithaml, V. (2009). *Marketing de servicios* (Quinta ed.). México: Mc Graw Hill.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

Tabla 20.

Matriz de operacionalización gestión del talento humano

Variables	Definición	Definición operacional	Dimensiones	Ítems
Variable Independiente (X): gestión del talento humano	Un conjunto de políticas y prácticas necesarias para abordar los aspectos de gestión relacionados con el personal y los recursos (Chiavenato, 2019)	La gestión del talento o del capital humano es un proceso organizativo integrado diseñado para atraer, gestionar, formar, motivar y retener a los empleados	Conocimientos	Preguntas desde 1 a la 4
			Habilidades	Preguntas desde 5 a la 8
			Capacidades	Preguntas desde 9 a la 12
			Motivación	Preguntas desde 13 a la 17
			Actitudes	Preguntas desde 18 a la 21

Tabla 21. Matriz de operacionalización satisfacción al cliente

Variables	Definición	Definición operacional	Dimensiones	Ítems
Variable Independiente (X): Satisfacción al cliente	Comportamiento observable de los empleados en el logro de los objetivos de la organización (Chiavenato, 2017)	La satisfacción del cliente es una expresión que se esgrime siempre en la teoría del marketing. Esta es una métrica para medir los productos y servicios de una empresa que cumplen o superan las expectativas de sus clientes	Elementos tangibles	Preguntas desde 1 a la 4
			Capacidad de respuesta	Preguntas desde 5 a la 8
			Fiabilidad	Preguntas desde 9 a la 11
			Seguridad	Preguntas desde 12 a la 17
			Empatía	Preguntas desde 18 a la 21

Anexo 2. Matriz de consistencia

Tabla 22.

Matriz de consistencia de un proyecto de investigación científica

Problema general	Objetivo general	Hipótesis	Variables	Definición	Definición operacional	Dimensiones	Ítems
¿Qué relación existe entre la gestión del talento humano según competencias y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella-Cajamarca, 2020?	Determinar la relación que existe entre la gestión del talento humano según competencias y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella-Cajamarca, 2020.	Existe una relación directa entre la gestión del talento humano según competencias y la satisfacción del cliente de la tienda por departamentos Saga Falabella-Cajamarca, 2020	Variable Independiente (X): gestión del talento humano	Un conjunto de políticas y prácticas necesarias para abordar los aspectos de gestión relacionados con el personal y los recursos (Chiavenato, 2019)	La gestión del talento o del capital humano es un proceso organizativo integrado diseñado para atraer, gestionar, formar, motivar y retener a los empleados	Conocimientos	Preguntas desde 1 a la 4
			Variables			Definición	Definición operacional
Variable Independiente (X): Satisfacción al cliente	Comportamiento observable de los empleados en el logro de los objetivos de la organización (Chiavenato, 2017)	La satisfacción del cliente es una expresión que se esgrime siempre en la teoría del marketing. Esta es una métrica para medir los productos y servicios de una empresa que cumplen o superan las expectativas de sus clientes		Capacidades	Preguntas desde 9 a la 12		
			Dimensiones	Ítems	Motivación	Preguntas desde 13 a la 17	
Elementos tangibles	Preguntas desde 1 a la 4	Actitudes			Preguntas desde 18 a la 21		
		Capacidad de respuesta	Preguntas desde 5 a la 8	Fiabilidad	Preguntas desde 9 a la 11		
						Seguridad	Preguntas desde 12 a la 17
						Empatía	Preguntas desde 18 a la 21

Anexo 3. Instrumento para medir la gestión del talento



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO ESCUELA DE POSGRADO

Instrucciones: a continuación, se detallan unas preguntas que permiten poder evaluar la gestión del talento humano en la Tienda por Departamentos Saga Falabella, por favor marque con una (X) según su criterio cada una de las preguntas basada en la siguiente escala.

NUNCA (1)	RARAMENTE (2)	OCASIONALMENTE (3)	FRECIENTEMENTE (4)	SIEMPRE (5)	
VARIABLE: Gestión del Talento Humano					Respuesta
DIMENSIÓN: Conocimientos					
1. Conozco toda la información acerca de mis funciones.					
2. Identifico las prioridades de la empresa y aporto a ello.					
3. Integro la información que obtengo en la empresa y aporto lo mejor de mí.					
4. Tengo la capacidad para compartir todo lo que conozco.					
DIMENSIÓN: Habilidades					
5. Toleró el estrés en situaciones que se presenten					
6. Me adapto a los cambios y busco la mejora de la empresa.					
7. Planifico y organizo mis actividades laborales.					
8. Me gusta trabajar en equipo.					
DIMENSIÓN: Capacidades					
9. Tengo un pensamiento y opinión crítico e imparcial.					
10. Tomo decisiones rápidas y oportunas					
11. Tengo la capacidad de resolver problemas.					
12. Trabajo como mediador en situaciones tensas o reuniones.					
DIMENSIÓN: Motivación					
13. La empresa asciende a los trabajadores de acuerdo al logro que tienen.					
14. A los trabajadores más destacados se les delega liderazgo o poder sobre sus compañeros.					
15. Se considera las características y capacidades de los trabajadores para el puesto que ocupan.					
16. Se tiene en cuenta las necesidades de la organización y las personas para satisfacerlas ambas.					
17. La empresa implementa premios y castigos para una adecuada evaluación del desempeño.					
DIMENSIÓN: Actitudes					
18. Soy flexible al cambio y doy lo mejor de mis labores.					
19. Constantemente estoy en busca de mi superación laboral					
20. Me relaciono bien con mis compañeros de trabajo.					
21. Me identifico con la empresa y soy leal a mis principios.					

Gracias por su colaboración...

Anexo 4. Instrumento para medir la satisfacción del cliente



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
ESCUELA DE POSGRADO

Instrucciones: a continuación, se detallan unas preguntas que permiten poder evaluar la satisfacción del cliente en la Tienda por Departamentos Saga Falabella, por favor marque con una (X) según su criterio cada una de las preguntas basada en la siguiente escala.

Edad: **Genero:** Masculino Femenino

Tiempo laborando:

Cargo que ocupa:

RESPUESTAS 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4: Generalmente de acuerdo 5: Totalmente de acuerdo.

VARIABLE: Satisfacción al cliente	Respuesta
DIMENSIÓN: Elementos tangibles	
1. La tienda por departamentos cuenta con instalaciones apropiadas y modernas	
2. Los servicios prestados por la tienda por departamentos son en instalaciones físicas visualmente atractivas	
3. El personal de la tienda por departamentos tiene alineamiento y buena presentación durante la prestación del servicio.	
4. Los servicios ofrecidos por la tienda por departamentos se respaldan en un software y materiales modernos que se adecua a sus necesidades	
DIMENSIÓN: Capacidad de respuesta	
5. El personal coordina y comunica aspectos relacionados a la realización de su producto/servicio	
6. El personal, le proporciona atención oportuna y rápida durante la prestación del servicio.	
7. El personal, siempre está dispuesto a ayudarlo en la atención de sus solicitudes/quejas/reclamos.	
8. La tienda por departamentos atiende sus requerimientos con tiempos de respuesta adecuados	
DIMENSIÓN: Fiabilidad	
9. La tienda por departamentos concluye el servicio en el tiempo establecido.	
10. La tienda por departamentos muestra interés en solucionar cualquier inconveniente que usted tenga relacionado con el producto/servicio.	
11. Los productos/servicios que presta La tienda por departamentos se realizan eficazmente	
12. La tienda por departamentos le proporciona información y datos veraces, exactos y oportunos.	
13. La tienda por departamentos da cumplimiento a todo lo establecido en el contrato y hacen todo lo mejor por estar exentos de errores.	
DIMENSIÓN: Seguridad	
14. En la prestación del servicio y atención de sus requerimientos, el personal de La tienda por departamentos transmite confianza	
15. El personal de la tienda por departamentos, cumple estándares de seguridad en la prestación de sus servicios	
16. La empresa cuenta con la colaboración de empleados amables.	
17. La empresa cuenta con empleados capacitados para responder a los clientes en todas sus dudas e inquietudes.	
DIMENSIÓN: empatía	
18. El personal, atiende de manera individualizada a los clientes.	
19. La tienda por departamentos le provee horarios de atención convenientes para usted como cliente	
20. El personal le brinda una atención personalizada.	
21. La tienda por departamentos se preocupa por los intereses de usted como cliente en lo relacionado al servicio proporciona	

Gracias por su colaboración...

Anexo 6. Prueba de confiabilidad

Fiabilidad gestión del talento

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
Total		20	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,789	21

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	61,85	92,239	,210	,789
P2	61,50	82,263	,593	,763
P3	61,90	91,463	,257	,786
P4	62,15	91,082	,326	,782
P5	61,50	82,263	,593	,763
P6	62,20	94,274	,152	,790
P7	61,55	91,945	,266	,785
P8	61,45	94,261	,098	,796
P9	61,50	82,263	,593	,763
P10	61,90	91,463	,257	,786
P11	62,20	94,274	,152	,790
P12	61,85	92,239	,210	,789
P13	61,50	82,263	,593	,763
P14	61,90	91,463	,257	,786
P15	61,90	91,463	,257	,786
P16	62,15	91,082	,326	,782
P17	61,50	82,263	,593	,763
P18	61,90	91,463	,257	,786
P19	61,50	82,263	,593	,763
P20	61,90	91,463	,257	,786
P21	62,20	94,274	,152	,790

Fiabilidad de satisfacción al cliente

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
Total		20	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,739	22

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P21	66,70	83,484	,195	,735
P22	66,00	76,842	,396	,720
P23	66,40	83,937	,123	,741
P24	66,70	83,484	,195	,735
P25	66,35	78,450	,417	,720
P26	66,00	76,842	,396	,720
P27	66,40	83,937	,123	,741
P28	66,40	83,937	,123	,741
P29	66,00	80,211	,253	,733
P30	65,95	79,629	,330	,726
P31	66,20	80,484	,282	,730
P32	66,35	78,450	,417	,720
P33	66,00	76,842	,396	,720
P34	66,40	83,937	,123	,741
P35	66,65	80,976	,336	,727
P36	66,10	83,568	,171	,737
P37	66,35	78,450	,417	,720
P38	65,95	79,629	,330	,726
P39	66,00	80,211	,253	,733
P40	65,95	79,629	,330	,726
P41	66,20	80,484	,282	,730
P42	66,35	78,450	,417	,720

Fiabilidad del instrumento

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	20	100,0

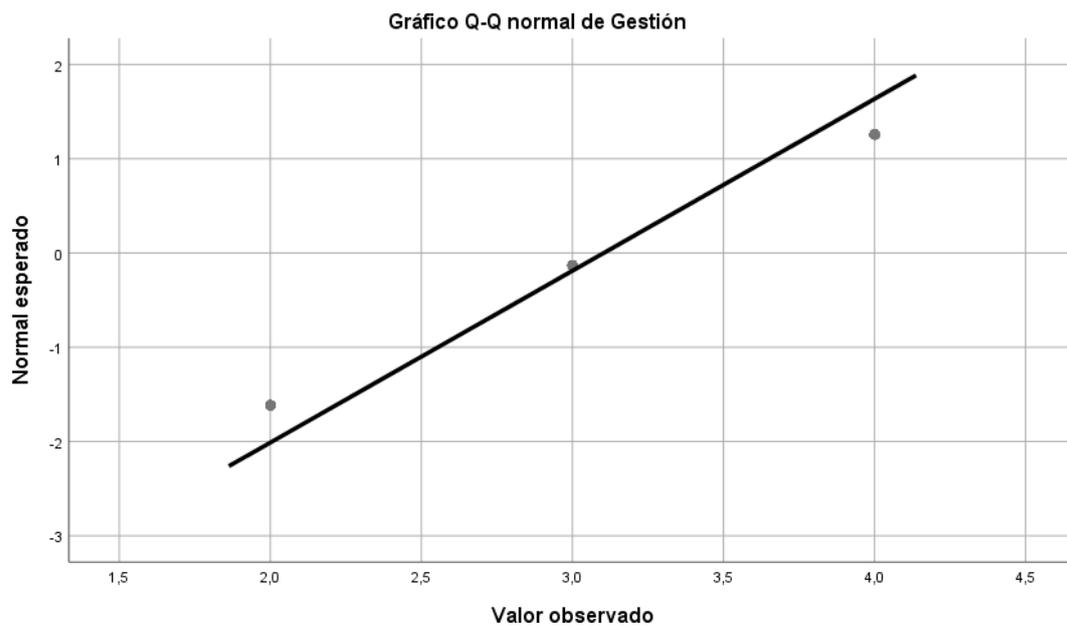
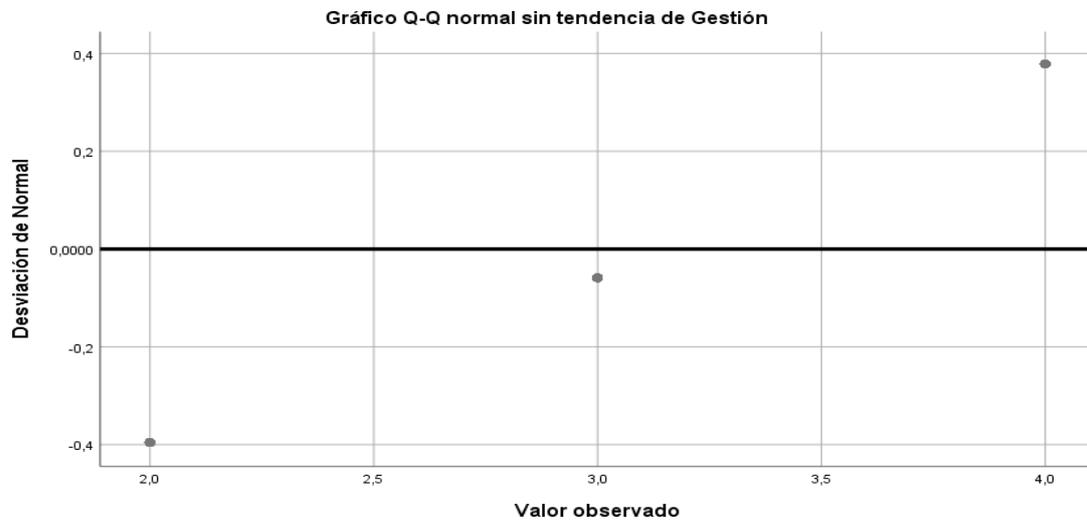
Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,876	42

Anexo 1. Prueba de normalidad de datos

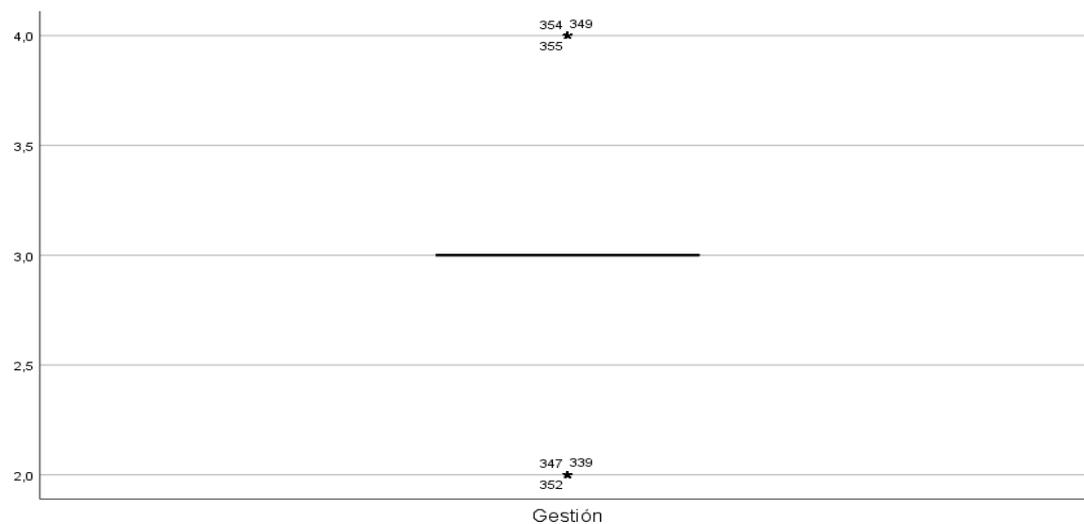
Resumen de procesamiento de casos						
	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Gestión	357	100,0%	0	0,0%	357	100,0%
Satisfacción	357	100,0%	0	0,0%	357	100,0%
Conocimientos	357	100,0%	0	0,0%	357	100,0%
Habilidades	357	100,0%	0	0,0%	357	100,0%
Capacidades	357	100,0%	0	0,0%	357	100,0%
Motivación	357	100,0%	0	0,0%	357	100,0%
Actitudes	357	100,0%	0	0,0%	357	100,0%

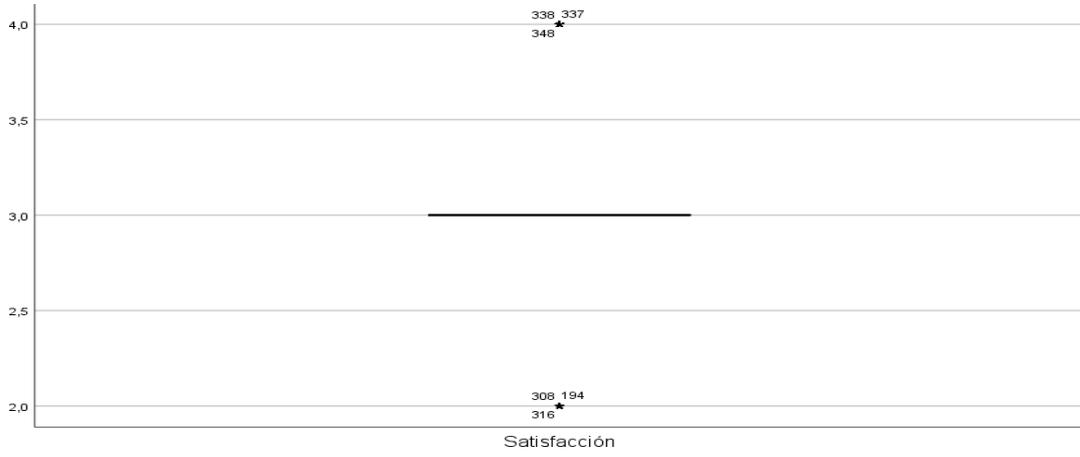
Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión	,368	357	,000	,723	357	,000
Satisfacción	,453	357	,000	,565	357	,000
Conocimientos	,278	357	,000	,771	357	,000
Habilidades	,292	357	,000	,779	357	,000
Capacidades	,271	357	,000	,802	357	,000
Motivación	,292	357	,000	,797	357	,000
Actitudes	,289	357	,000	,790	357	,000

Gestión



Satisfacción





Conocimientos

Gráfico Q-Q normal de Conocimientos

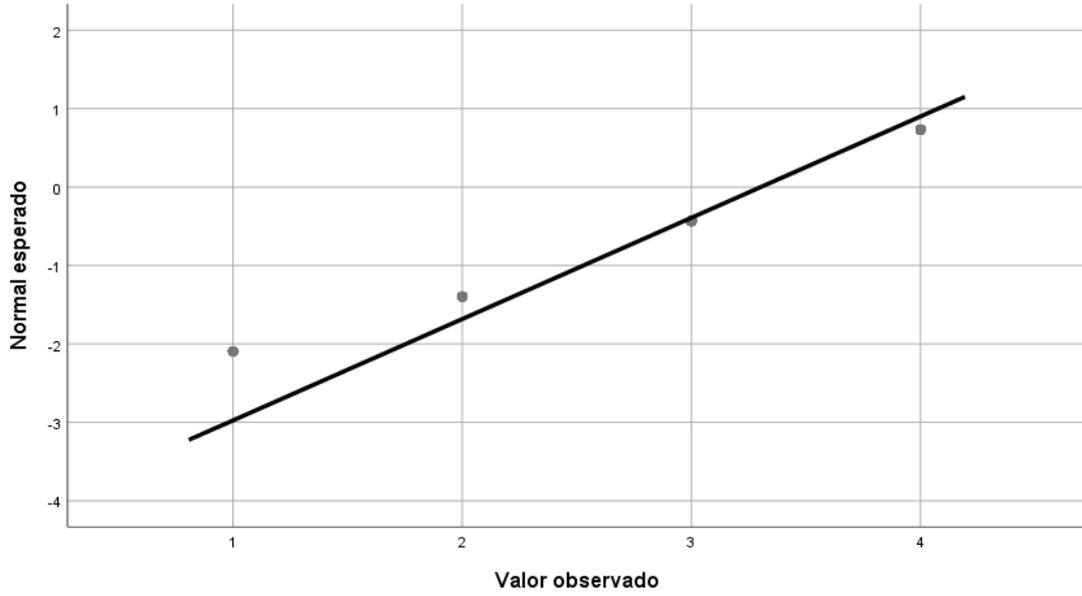
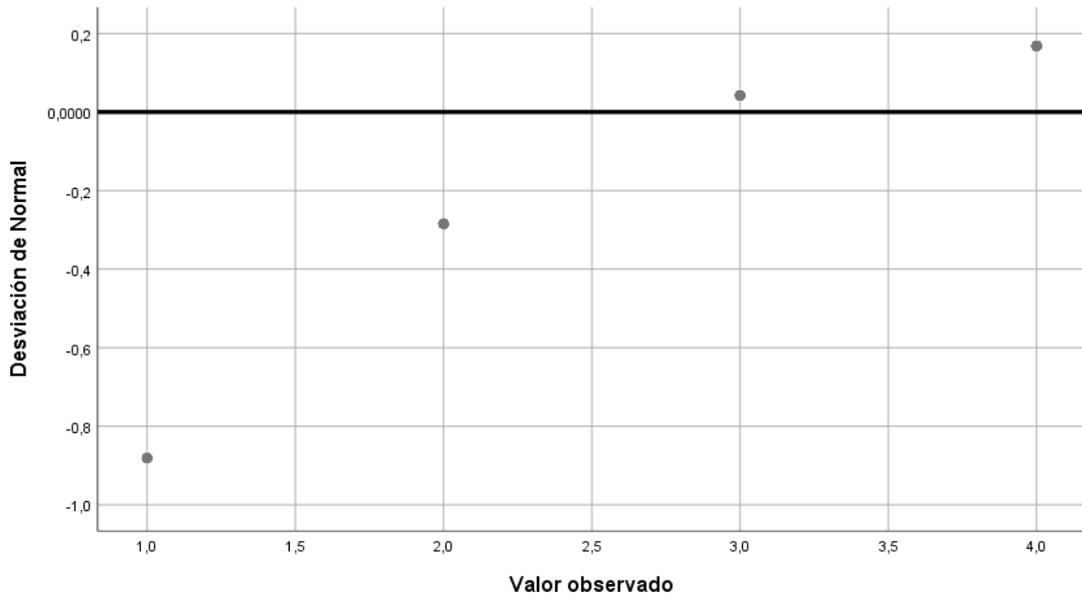
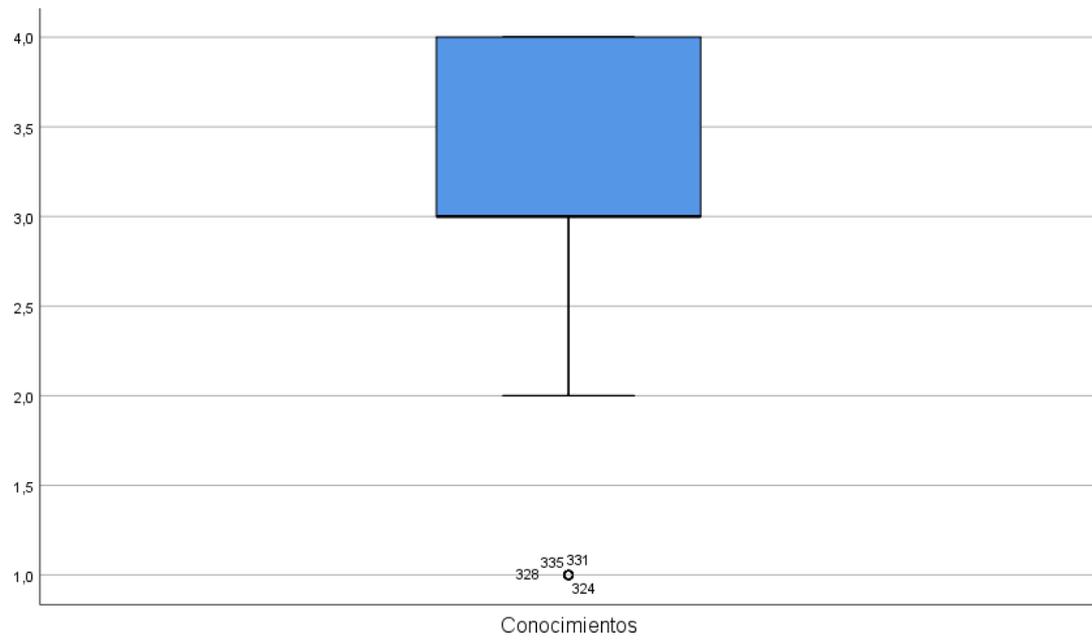


Gráfico Q-Q normal sin tendencia de Conocimientos





Habilidades

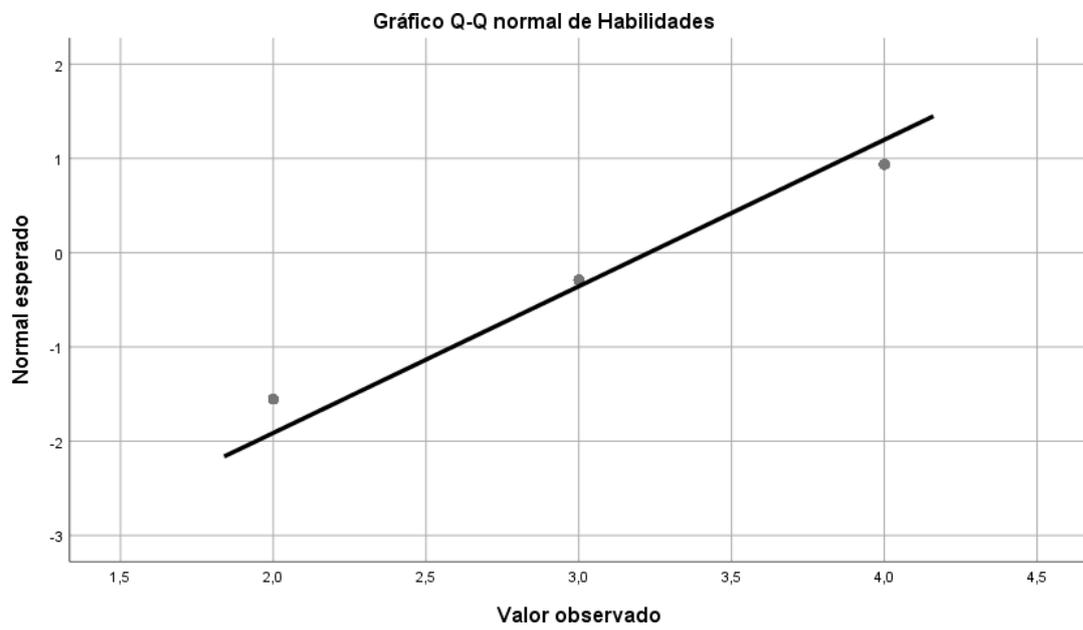
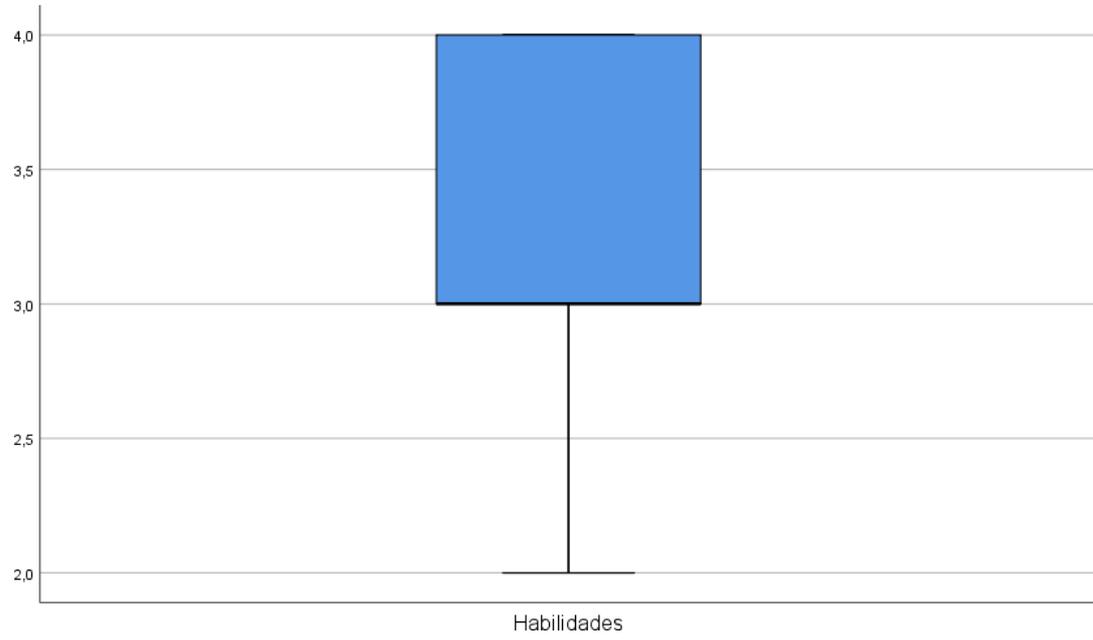
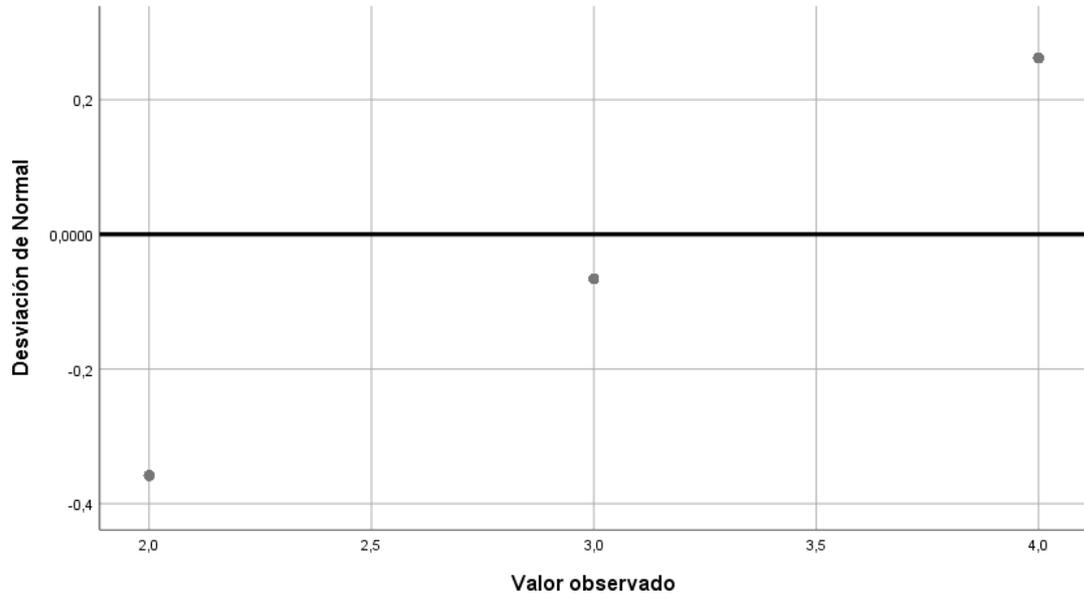
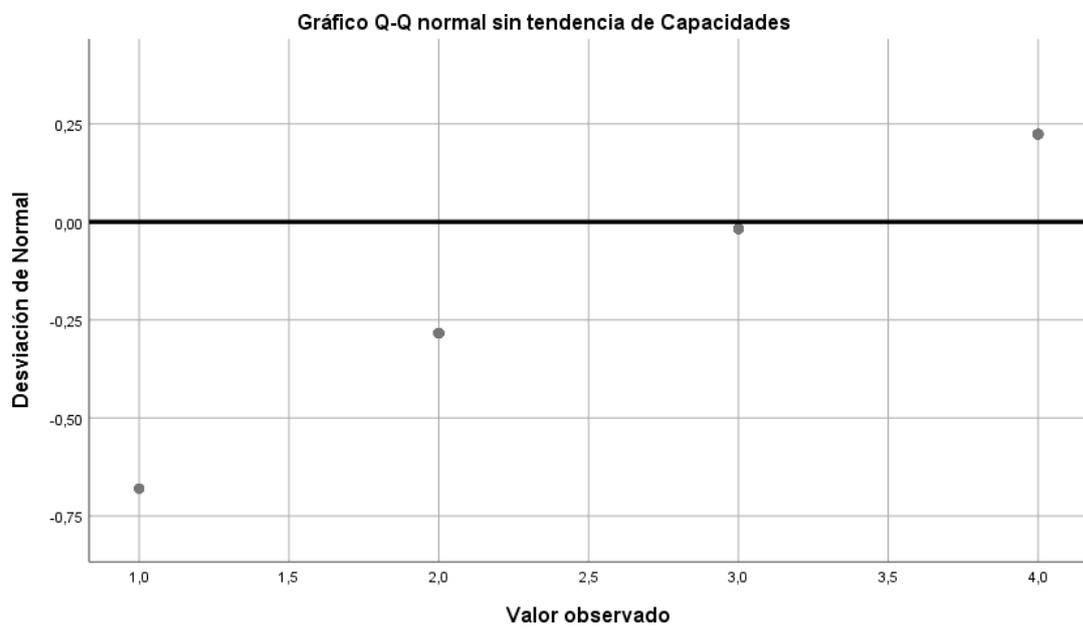
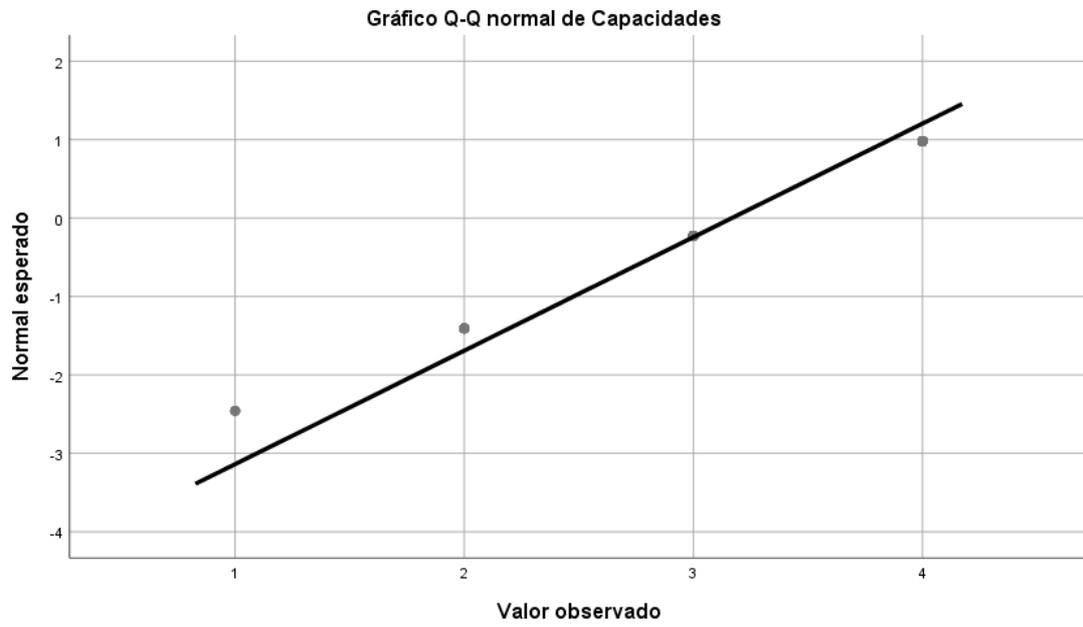
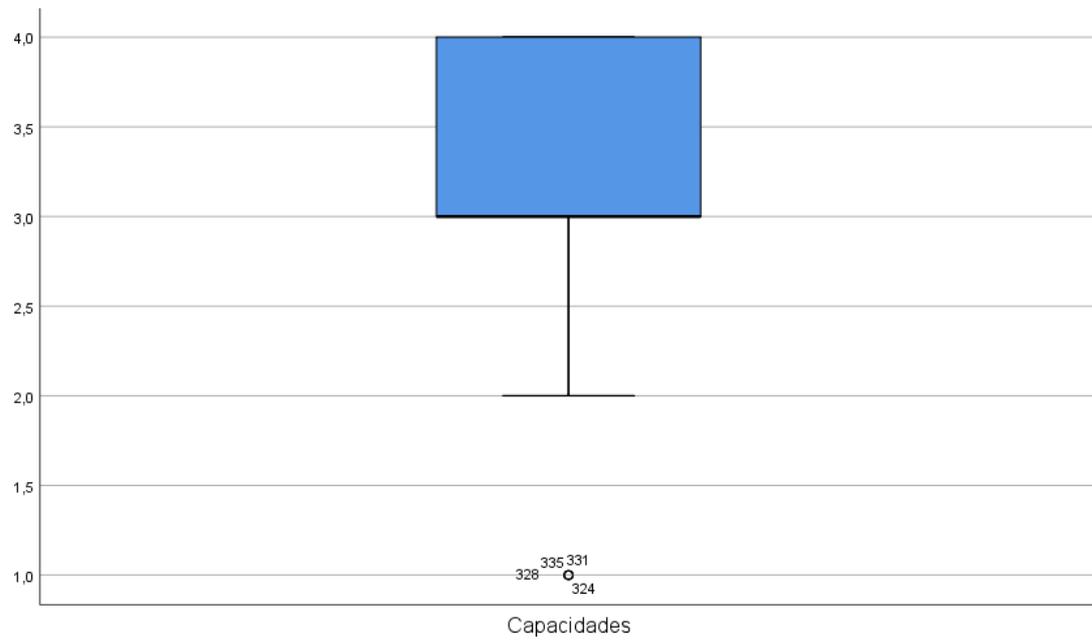


Gráfico Q-Q normal sin tendencia de Habilidades



Capacidades





Motivación

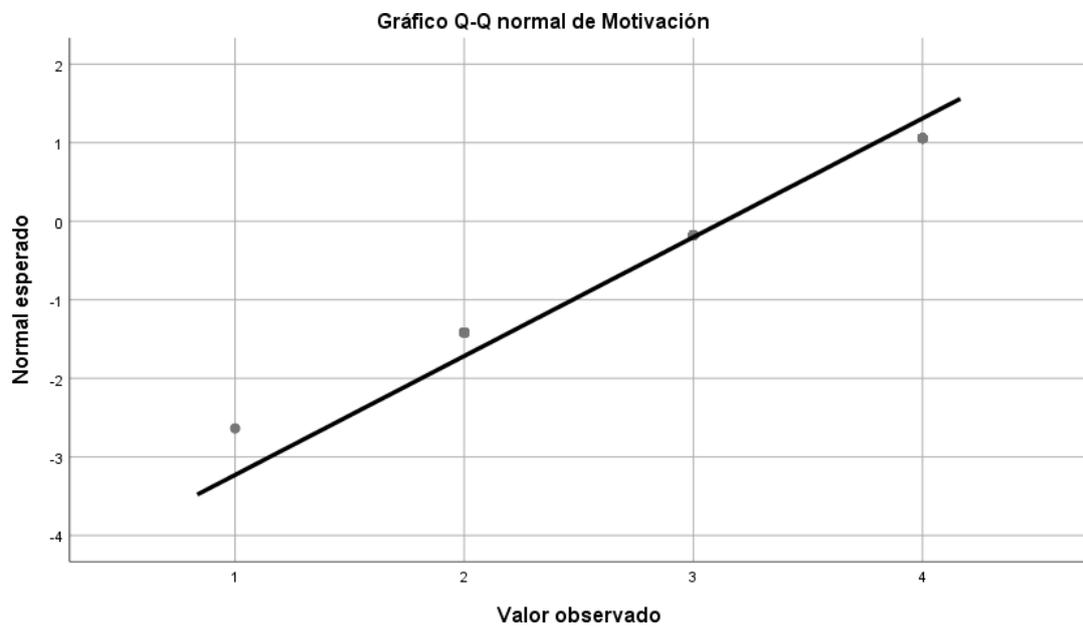
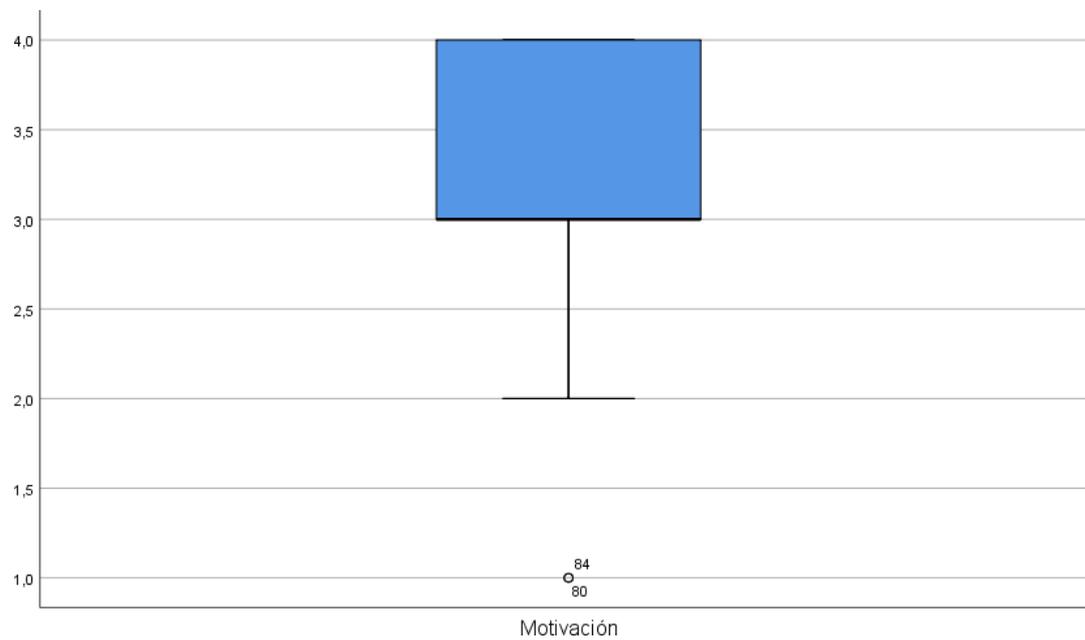
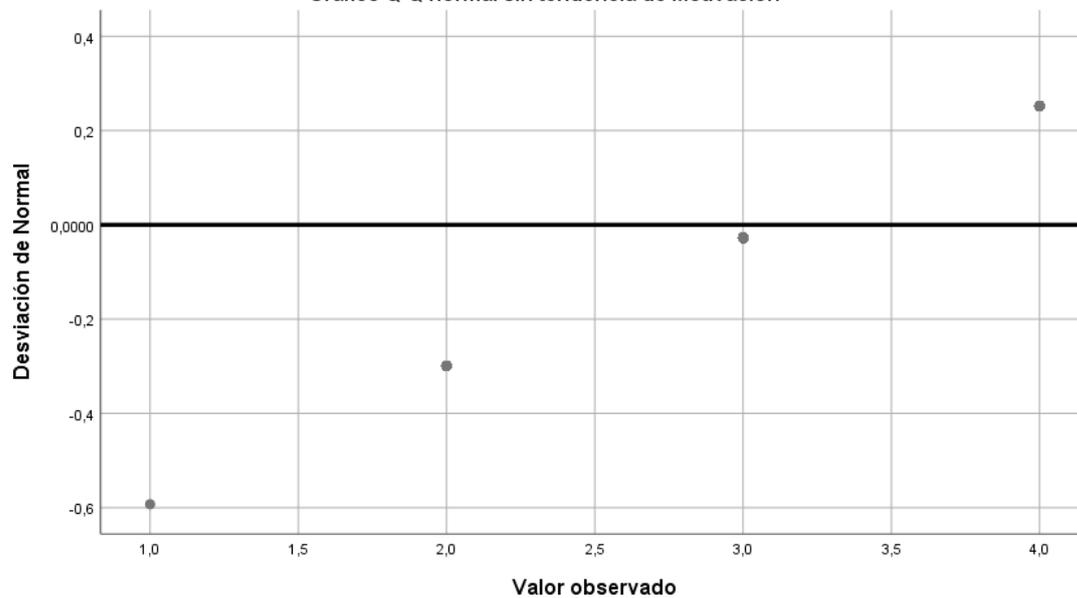


Gráfico Q-Q normal sin tendencia de Motivación



Actitudes

