



**Universidad
Norbert Wiener**

FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS

**Escuela Académico Profesional de Administración en
Turismo y Hotelería**

Tesis

“Gestión del talento humano y su relación con la competitividad
empresarial en Agencias de viajes del distrito de Miraflores, Lima
2022”

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Turismo y
Hotelería

Autora:

Br. Taype Postigo, Claudia Daniela

Código ORCID:

0009-0001-6265-2798

Lima, Perú

2023

 Universidad Norbert Wiener	DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA Y DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN		
	CÓDIGO: UPNW-GRA-FOR-033	VERSIÓN: 01 REVISIÓN: 01	FECHA: 08/11/2022

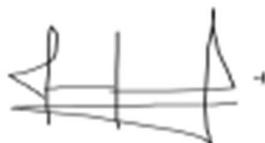
Yo, Claudia Daniela Taype Postigo egresado de la Facultad de Ingeniería y Negocios, Escuela Académica Profesional de Turismo y Hotelería la Universidad privada Norbert Wiener declaro que el trabajo académico **"Gestión del Talento humano y su relación con la competitividad empresarial en las agencias de viajes del distrito Miraflores, Lima 2022"** Asesorado por el docente: Ing. Castro Mejía, Percy Junior DNI 43338252 ORCID 0000-0002-5345-5098 tiene un índice de similitud de 16 % (dieciséis) con código oid:14912:240181891 verificable en el reporte de originalidad del software Turnitin.

Así mismo:

1. Se ha mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Se autoriza que el trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. El porcentaje señalado es el mismo que arrojó al momento de indexar, grabar o hacer el depósito en el turnitin de la universidad y,
5. Asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión en la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas del reglamento vigente de la universidad.



.....
 Firma de autor
 Claudia Daniela Taype Postigo
 DNI: 47160679



.....
 Firma
 Ing. Percy Junior Castro Mejía
 DNI: 43338252

Lima, 03 de febrero de 2023

Tesis

“Gestión del talento humano y su relación con la competitividad empresarial en Agencias de viajes del distrito de Miraflores, Lima 2022”

Línea de investigación

Sociedad y transformación digital

Asesor

Dr. Percy Junio Castro Mejía

Código ORCID

0000-0002-5345-5098

Miembros del Jurado

Apellidos y nombres (ORCID: #####-#####-#####-#####)

Presidente del Jurado

Apellidos y nombres (ORCID: #####-#####-#####-#####)

Secretario

Apellidos y nombres (ORCID: #####-#####-#####-#####)

Vocal

Asesor temático

Dedicatoria

La presente Tesis está dedicada a Dios, ya que gracias a él he podido concluir mi carrera.

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, motivándome constantemente para alcanzar mis anhelos.

Agradecimiento

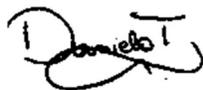
Agradezco a Dios por darme salud y sabiduría para culminar mi proyecto de tesis, también a mis padres y familia que me apoyaron moralmente para alcanzar mis metas y por último a mis asesores / maestros por sus enseñanzas, consejos y correcciones para culminar con eficiencia este trabajo.

Declaración de autoría

	DECLARACIÓN DE AUTORÍA		
	CÓDIGO: UPNW-EES- FOR-017	VERSIÓN: 01	FECHA: 24/04/2023
	REVISIÓN: 01		

Yo, **Taype Postigo, Claudia Daniela** estudiante de la escuela académica profesional de **Negocios y Competitividad** de la Universidad Privada Norbert Wiener, declaro que el trabajo académico titulado: “**Gestión del Talento humano y su relación con la competitividad empresarial en las agencias de viajes del distrito Miraflores, Lima 2022**” para la obtención del Título Profesional de Administración en Turismo y Hotelería es de mi autoría y declaro lo siguiente:

1. He mencionado todas las fuentes bibliográficas utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Autorizo a que mi trabajo pueda ser revisado en búsqueda de plagios.
4. De encontrarse uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan los procedimientos establecidos por la UPNW.



.....
Firma

Taype Postigo, Claudia Daniela

DNI: 47160679

Lima, 26 de Mayo de 2023.



Índice general

Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaración de autoría.....	vi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN.....	xiv
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Formulación del problema	4
1.2.1. Problema general	4
1.2.2. Problemas específicos.....	4
1.3. Objetivos de la investigación.....	4
1.3.1 Objetivo general.....	4
1.3.2 Objetivos específicos.....	4
1.4. Justificación de la investigación.....	5
1.4.1 Teórica.....	5
1.4.2 Metodológica.....	6
1.4.3 Práctica	6

1.5. Delimitaciones de la investigación	7
1.5.1 Temporal.....	7
1.5.2 Espacial	7
1.5.3 Recursos	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	8
2.1. Antecedentes de la investigación	8
2.2. Bases teóricas	12
2.3. Formulación de hipótesis	25
2.3.1. Hipótesis de trabajo	25
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	28
3.1. Método de la investigación	28
3.2. Enfoque investigativo	28
3.3. Tipo de investigación	29
3.4. Diseño de la investigación	29
3.5. Población, muestra y muestreo	31
3.6. Variables y operacionalización	33
3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	37
3.7.1. Técnica	37
3.7.2. Descripción de instrumentos.....	37
3.7.3. Validación.....	38

3.7.4. Confiabilidad	39
3.8. Procesamiento y análisis de datos	39
3.9. Aspectos éticos	41
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	42
4.1 Resultados	42
4.1.1. Análisis descriptivo de resultados	42
4.1.2. Prueba de hipótesis	56
4.1.1. Discusión de resultados.....	61
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
5.1 Conclusiones	65
5.2 Recomendaciones	66
REFERENCIAS	68
Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables	76
Anexo 3: Instrumentos:	78
Anexo 4: Validación de los instrumentos de medición a través de juicio de expertos	81
Anexo 6: Confiabilidad del instrumento.....	105

Índice de tablas

Tabla 1. Distribución de la muestra.....	32
Tabla 2. Variables y operacionalización	33
Tabla 3. Matriz operacional de la variable "Gestión del Talento Humano"	34
Tabla 4. Matriz operacional de la variable "Competitividad empresarial"	36
Tabla 5. Ficha técnica del Cuestionario de Gestión de Talento Humano	37
Tabla 6. Ficha técnica del Cuestionario de Competitividad	38
Tabla 7. Estadísticas de fiabilidad de los instrumentos	39
Tabla 8. Resumen de procesamiento de casos	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 9. Distribución de la variable gestión del talento humano	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 10. Prueba de normalidad	55

Índice de figuras

Figura 1. Diseño de perfil de puestos	14
Figura 2. Proceso de capacitación	15
Figura 3. Tipos de remuneraciones	17
Figura 4. Modelo de las cinco fuerzas de Porter	20
Figura 5. Proceso de administración de recursos humanos	24
Figura 6. Esquema de correlación	30
Figura 7. Resultados descriptivos de procesamiento de casos... ¡Error! Marcador no definido.	
Figura 8. Resultados descriptivos de la variable gestión del talento humano ¡Error! Marcador no definido.	
Figura 9. Resultados descriptivos de selección de personal ¡Error! Marcador no definido.	
Figura 10. Resultados descriptivos de capacitación de personal ¡Error! Marcador no definido.	
Figura 11. Resultados descriptivos de estrategias de motivación ¡Error! Marcador no definido.	
Figura 12. Resultados descriptivos de evaluación de desempeño ¡Error! Marcador no definido.	
Figura 13. Resultados descriptivos de competitividad empresarial ¡Error! Marcador no definido.	
Figura 14. Resultados descriptivos de competitividad empresarial ¡Error! Marcador no definido.	
Figura 15. Resultados descriptivos de capacidad en innovación ¡Error! Marcador no definido.	

Figura 16. Resultados descriptivos de rentabilidad**¡Error! Marcador no definido.**

Figura 17. Resultados descriptivos de satisfacción del cliente ..**¡Error! Marcador no definido.**

Figura 18. Resultados descriptivos de recursos humanos**¡Error! Marcador no definido.**

Figura 19. Resultados descriptivos de participación de mercado**¡Error! Marcador no definido.**

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación fue determinar si existe una relación significativa entre las variables gestión del talento humano y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022. De método deductivo, de enfoque cuantitativo, de tipo de investigación aplicada, de diseño no experimental, de alcance descriptivo correlacional. La muestra fue elegida mediante muestreo intencional y cuenta con 110 participantes. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, mientras que los instrumentos fueron los cuestionarios de gestión de talento humano y de competitividad empresarial. Los resultados refieren que dos encuestados asumieron que la gestión del talento es baja, 66 consideran que la gestión del talento es media, y 42 asumen que la gestión del talento humana es media; mientras que ningún encuestado asume que la competitividad empresarial es baja, 25 asumieron que es media, y 85 percibieron como alta a la competitividad empresarial. Por otro lado, se encontró un coeficiente de correlación expresado con el coeficiente R de Pearson igual a 0.590 entre las variables objeto de estudio, con una significancia bilateral igual a 0.000 inferior al valor límite de rechazo de 0.05. A partir de ello se concluyó que existe una relación significativa entre la gestión del talento humano y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

Palabras clave: Gestión del talento humano, competitividad, empresas, agencias de viajes, turismo.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine if there is a significant relationship between the variables human talent management and business competitiveness in travel agencies located in the district of Miraflores, Lima - 2022. The research is of deductive method, quantitative approach, applied research type, non-experimental design, descriptive correlational scope. The sample was chosen by means of intentional sampling and has 110 participants. The data collection technique was the survey, while the instruments were the human talent management and competitiveness enterprise questionnaires. The results show that two respondents assumed that talent management is low, 66 considered that talent management is medium, and 42 assumed that human talent management is medium; while no respondent assumed that business competitiveness is low, 25 assumed that it is medium, and 85 perceived business competitiveness as high. On the other hand, a correlation coefficient expressed with Pearson's R coefficient was found equal to 0.590 between the variables under study, with a bilateral significance equal to 0.000, lower than the rejection limit value of 0.05. From this it was concluded that there is a significant relationship between human talent management and business competitiveness in travel agencies located in the district of Miraflores, Lima - 2021.

Key words: Human talent management, competitiveness, companies, travel agencies, tourism.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio titulado “Gestión del talento humano y su relación con la competitividad empresarial en agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima 2022: se presenta en este documento, el cual a su vez está estructurado en diversos capítulos en los que se sintetizan las razones teóricas, prácticas y metodológicas de la investigación, los procedimientos de recolección y análisis de datos, y los consecuentes resultados obtenidos.

En el primer capítulo del documento, correspondiente al problema, se estipula el contexto empírico y teórico de la problemática de estudio, misma que se condensó en la formulación de sendas interrogantes consignadas en la formulación del problema. Además, se delimitaron los objetivos de investigación, su justificación y limitaciones.

En el segundo capítulo correspondiente al marco teórico, se consignaron los antecedentes de estudio, a nivel nacional e internacional, las bases teóricas de las variables y la hipótesis de trabajo, además de las hipótesis nulas.

En el tercer capítulo se consignó la metodología de estudio, en la que se delimitó y justificó tanto el método, el enfoque, el tipo y el diseño de investigación; además, se desarrollaron los criterios bajo los cuales se delimitó la población, la muestra y la correspondiente técnica de muestreo. También se ordenaron las variables, su operacionalización; además de la técnica y descripción de los instrumentos de recolección de datos, incluyendo los procedimientos bajo los cuales se determinó su validez y confiabilidad. Por último, se consignaron los procedimientos de análisis de datos y los aspectos éticos que guiaron todos los procedimientos de recolección de datos.

En el cuarto capítulo se desarrollaron los resultados descriptivos e inferenciales mediante la prueba de hipótesis, con los cuales también se pudo desarrollar su correspondiente discusión.

Finalmente, en el quinto capítulo se consignaron las conclusiones y recomendaciones tras los resultados de estudio.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

Uno de los sectores económicos más afectados a causa del COVID 19 ha sido, sin duda alguna, el sector turismo. Las múltiples restricciones y medidas de seguridad tomadas por diferentes países han perjudicado a negocios dedicados a este rubro en tanto los paralizó de manera temporal o los llevó a cerrar. De acuerdo con Babii y Nadeem (2021), la llegada de los turistas disminuyó alrededor de 74% en el 2020 relativo a la llegada de turistas en el 2019, lo cual resulta perjudicial dado que, antes de la pandemia, el turismo representaba más del 10% del PBI a nivel mundial. Asimismo, las autoras mencionan que esta situación resulta más problemática en países de Asia-Pacífico y América debido a que el turismo desempeña un papel importante en sus economías (Babii & Nadeem, 2021).

Si bien los gobiernos han desplegado distintos esfuerzos para revertir esta situación a medida que las restricciones a nivel mundial van disminuyendo, la realidad es que el sector tendrá que adaptarse a nuevas situaciones y hábitos que los turistas han adquirido a partir de la nueva normalidad que ha dejado la pandemia. Para ello, Deloitte (2021), menciona que una de las estrategias que las organizaciones de este sector deben considerar encontrar un equilibrio entre los requerimientos y procesos determinantes para proteger la salud de los turistas, los estándares emitidos por cada gobierno y las necesidades de cada pasajero.

A partir de ello, un rubro que ha podido cumplir con dicho equilibrio son las agencias de viaje. Según Glusac (2020), ante la llegada de la pandemia, muchos turistas afirmaron que gracias a la atención de las agencias de viajes pudieron regresar a casa sin riesgo alguno o conseguir que se les reembolse su dinero por viajes que tenían programados. Asimismo, un artículo de la página de

Braintrust (2020), menciona que, para los turistas, el valor de las agencias de viajes está en la seguridad y garantía que les ofrecen, la comodidad y el asesoramiento.

No obstante, la recuperación de este rubro continúa siendo lenta en todas partes del mundo. De acuerdo con Blázquez (2022), la pandemia generó que la demanda disminuya en un 59% de las agencias de viaje en el mundo y el cierre de aproximadamente 25% de ellas. Asimismo, la autora resalta que la recuperación percibida en el rubro para el 2021 no está llegando de manera equitativa para todas las agencias ya que un alto porcentaje de ellas no ha abierto en su totalidad y otras aún permanecen cerradas. A pesar de ello, las agencias continúan desplegando esfuerzos para asesorar a clientes que aún presentan miedo a viajar debido a que no saben qué hacer y cómo hacerlo (González, 2020).

El Perú no es ajeno a la situación descrita en tanto las llegadas de turistas internacionales disminuyó en un 71.5% durante los primeros meses del 2020 a causa del cierre de fronteras y la suspensión de viajes aéreos establecida a raíz a causa del COVID 19. Si bien, el gobierno desplegó medidas para aminorar los efectos económicos generados tales como la elaboración de protocolos sanitarios sectoriales, programas para facilitar liquidez a entes dedicados a ofrecer actividades turísticas o el reforzamiento de capacidades y asistencia técnica a entidades del rubro; la realidad es que la recuperación de este sector será lenta y se dará en base a las nuevas características del mundo post pandemia (Daries et al., 2021).

Contrastando la situación en los demás países del mundo, se estima que, para el caso del Perú, los turistas optarán por utilizar el internet para realizar reservas de viaje y compra de boletos y, asimismo, comprarán seguros de viaje o exigirán mayor flexibilidad en las políticas de cancelación o cambio de fechas (Daries et al., 2021). Por su parte, Miranda (2019) menciona que los turistas

que el país recibe son *millennials* que cuentan con la capacidad de planificar y organizar sus viajes de manera autónoma y sin la ayuda externa de una agencia de viajes. Por ello, agencias de viajes reconocidas en el Perú como Viajes Falabella o Viajes Ripley han optado por diversificar sus unidades de negocio en torno al turismo y así, poder ofrecer una mejor experiencia a sus clientes.

No obstante, a diferencia de estas grandes agencias con capacidad económica para invertir y recuperarse de los estragos del COVID 19 cabe cuestionarse qué sucederá con aquellas agencias locales de viajes que no desarrollen adecuadas estrategias ligadas a la gestión de su talento humano la búsqueda de una mejor competitividad. Así, a nivel empresarial en general, la gestión del talento humano es todavía un campo joven y en desarrollo que necesita más trabajo conceptual para su desarrollo y reconocimiento como disciplina (Ozkan & Soner, 2023); pese a su importancia, toda vez que, si una empresa u organización es capaz de reclutar personas que sean superiores a sus competidores, podrá crear una organización competitiva (Hadijah, 2022). Tal es así, que en las empresas del sector turístico la correcta gestión de sus recursos es de vital importancia, tomando en consideración que el sector es muy importante, aún más para los países cuyas economías dependen de dicha actividad económica (Kravariti et al., 2021).

En ese sentido, actualmente las empresas turísticas peruanas buscan optimizar la estructura de su organización para gestionar de manera eficaz y eficientemente a sus colaboradores, aplicando nuevos esquemas y organigramas que contribuyan al buen desempeño y desarrollo de funciones de cada integrante y de la empresa (Ponceca, 2022). Sin embargo, en las empresas turísticas peruanas no existe un adecuado proceso de reclutamiento y selección de personal, en la medida que gran parte de los colaboradores provienen de referencias y amistades (Palacios, 2020); con lo que la gestión del talento humano implica cuestiones más allá del mero proceso de contrataciones (Huaracha, 2019).

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la Gestión del Talento Humano y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre la dimensión Selección de personal y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022?

¿Cuál es la relación entre la dimensión Capacitación de personal y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022?

¿Cuál es la relación entre la dimensión Estrategias de motivación y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022?

¿Cuál es la relación entre la dimensión Evaluación de desempeño y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación entre la Gestión del Talento Humano y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

1.3.2 Objetivos específicos

Establecer la relación entre la dimensión Selección de personal y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

Determinar la relación entre la dimensión Capacitación de personal y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

Establecer la relación entre la dimensión Estrategias de innovación y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

Determinar la relación entre la dimensión Evaluación de desempeño y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

Toda investigación permite en gran medida analizar los enfoques teóricos de la problemática objeto de estudio, contribuyendo con ello a los conocimientos previamente existentes en torno a esta (Fernández, 2020), tomando en consideración que ya deben existir antecedentes teóricos de la problemática objeto de estudio, toda vez que el conocimiento científico es una colección de esfuerzo colectivo de investigaciones (Chaverri, 2017), y que todo estudio deber argumentarse de manera justificada mediante supuestos teóricos que le aporten solidez (Gallego, 2018). Por ende, este trabajo científico se justificará a nivel teórico partiendo de qué se empleará bibliografía especializada y actualizada acerca de la competitividad y gestión del talento humano. Asimismo, dicha teoría sustentará cada una de las afirmaciones que se viertan y garantizará la rigurosidad científica del marco teórico, la metodología, resultados, la discusión de resultados y las conclusiones.

1.4.2 Metodológica

Toda investigación depende también de una justificación metodológica, en la medida que mediante la misma se puede evaluar cómo el diseño metodológico de la investigación atiende la problemática científica de manera viable, utilizando los recursos que se tengan al alcance (Chaverri, 2017), en ese sentido, todo estudio debe proponer o desarrollar una técnica o método viable para obtener un conocimiento confiable (Fernández, 2020); en conclusión, la presente investigación debe hacer uso de la metodología más adecuada para alcanzar los objetivos de la investigación (Arias & Covinos, 2021).

A nivel metodológico, esta investigación se justifica debido a que creará dos instrumentos novedosos basados en la teoría existente, los cuales permitirán medir adecuadamente cada una de las variables y establecer tanto resultados descriptivos como inferenciales con los que se puedan comprobar las hipótesis de investigación. Asimismo, porque dichos instrumentos servirán de antecedente y referente para futuras investigación en temas y poblaciones similares.

1.4.3 Práctica

De manera práctica se justifica porque los resultados del estudio permitirán evidenciar problemáticas en torno al sector económico que se estudiará. Así, el diagnóstico servirá para formular estrategias que solucionen dicha problemática, en este caso en torno a la competitividad y gestión del talento humano. De este modo, las empresas podrán, con el empleo indirecto de este conocimiento, solucionar sus problemas internos, lo cual se expresará en niveles de rendimiento, rentabilidad, demanda, etc.

1.5. Delimitaciones de la investigación

1.5.1 Temporal

El desarrollo del estudio se llevó a cabo desde Agosto 2022 hasta Marzo 2023, implicando el análisis de la validez y la confiabilidad de los instrumentos, así como su aplicación entre la población objeto de estudio, culminando con el análisis de resultados y la elaboración del informe final.

1.5.2 Espacial

El estudio se desarrolló en el distrito de Miraflores, en Lima Metropolitana.

1.5.3 Recursos

Se buscó información teórica sobre las variables en libros, libros especializados, revistas especializadas, artículos científicos, tesis nacionales y extranjeras, y normas vigentes, además del uso de cuestionarios a la población objeto de estudio.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

En correspondencia a los estudios internacionales, el trabajo de García et al. (2020) determinó los constituyentes que integran el modelo de gestión del talento humano respecto al sector turístico en la ciudad de Santander de acuerdo a los modelos planteados por Beer, Chiavenato, Harper y Lynch, Allen y Cuesta. Para esto, se plasmó una metodología centrada en el enfoque cuantitativo y el instrumento utilizado fueron cuestionarios aplicados a una muestra integrada por 59 MIPYMES ubicadas en el departamento de Santander. Los resultados de la investigación permitieron identificar el modelo más adecuado para conocer los factores de la gestión del talento aplicado a MIPYMES del sector turismo. De esta manera, los autores concluyeron que la competitividad y sostenibilidad del sector depende del desarrollo de competencias en el ámbito gerencial; por ende, de apartarse el modelo propuesto a las empresas de turismo, se podrían generar mayores ventajas competitivas en el sector.

La investigación realizada por Iturralde et al. (2020) buscó comprender de qué manera la gestión del talento humano funciona como un componente apto para garantizar el éxito a las medianas empresas ubicadas en la urbe de Machala, Ecuador. Por tal razón, el estudio se inclinó por un marco metodológico de enfoque cuantitativo, además de un diseño no experimental; la técnica aplicada a un conjunto muestral de 50 medianas empresas fue la encuesta. De esta forma, los resultados del trabajo evidenciaron que la gestión del talento humano está asociada con el triunfo competitivo a través de un valor de significación equivalente a 0,035 y un valor correlacional de Pearson de 0,31. Así, los autores concluyeron que las dos variables manifiestan una asociación positiva y significativa respecto a las medianas empresas situadas en Machala, Ecuador.

El estudio de Maldonado y Pérez (2019) realizó un análisis de las prácticas diarias de talento humano desplegadas por los entes comerciales, agropecuarios y servicios situados en la provincia de El Oro. Para esto, se implementó una metodología que utilizó un enfoque cuantitativo; el instrumento aplicado a una muestra de 172 empresas fueron cuestionarios con preguntas sobre prácticas de talento humano. Los resultados demostraron que la pertenencia, la comunicación y compromiso organizacional se consideraron como los aspectos con mejor puntuación y también que el área de capacitación de personal requiere de mejoras por la inversión realizada por trabajador. De esta manera, los autores concluyeron que las empresas han realizado excelentes estrategias para crear una conexión emocional con sus colaboradores y transmitir directrices en todos los niveles de la organización.

El trabajo realizado por Navarro et al. (2018) resaltó la importancia que posee el capital humano en las MIPYMES a través del análisis de la influencia del capital humano respecto a la competitividad de las agencia de viajes CRISTYVIAJES. La metodología utilizada fue de inducción-deducción y mediante el método de observación se pudo analizar aspectos importantes de la agencia de viajes sujeto de análisis y a partir de ello formular teorías y deducciones. Los resultados de dicho análisis demostraron que la agencia de viajes CRISTYVIAJES encuentra su ventaja competitiva en el servicio brindado a sus clientes en tanto busca brindarles un mayor bienestar al viajar. De esta manera, se concluyó que las agencias de viajes resultan una opción atractiva de MIPYME en tanto permite viajar a diversos destinos a precios preferenciales y otorga un trato directo al cliente con el objetivo de garantizar una gratificante experiencia.

Por último, la investigación de Piteres et al. (2018) analizó el papel que desempeña la gestión de recursos humanos en una corporación orientada a la competitividad utilizando la revisión bibliográfica como metodología de estudio. El apartado de resultados demostró que el talento

humano de las entidades empresariales es considerado como el factor más valioso sobre todo en el sector salud, donde se requiere potenciar competencias y capacidad para resolver problemas. De esta forma, los autores concluyeron que el factor gestión del talento humano debe enfocarse en potenciar el talento de sus empleados y así, generar ventajas competitivas en el mercado y lograr beneficios para la empresa.

Respecto a los antecedentes a nivel nacional, la investigación de Conopuma (2022), determinó la asociación que se presenta entre la competitividad y la gestión del talento humano en los centros educativos pertenecientes a la UGEL 15 Huarochirí, 2021. Para ello, metodológicamente usó un enfoque de clase cuantitativa, el diseño fue no experimental y correlacional; el instrumento fue usado en una muestra de 90 docentes fue un cuestionario con escalas Likert. Los resultados obtenidos luego de haber efectuado el análisis, arrojaron un valor correlacional r de Spearman igual a 0,723 y un valor de significación $< 0,05$. De esta forma, el autor concluyó que las variables expuestas de los centros educativos que pertenecen a la UGEL 15 Huarochirí demuestran que se asocian significativamente.

El estudio realizado por Muñoz (2022), demostró la manera en que la gestión del talento humano guarda asociación con la competitividad de los servidores de la Red de Salud Datem del Marañón. Para ello, el proyecto realizado tuvo un enfoque cuantitativo, como diseño a emplear se optó por el descriptivo; la población muestral comprendió 110 servidores, a los cuales se les indicó para que llenaran un cuestionario de recojo de información. En la sección de resultados, se arrojaron un valor r de Spearman igual a 0,889 y un R^2 de 0,7913. Así, el autor concluyó que efectivamente hay una relación estadística alta y significativa referente a las variables indicadas respecto a la Red de Salud Datem del Marañón.

La investigación de Avalos (2021) buscó estudiar la asociación que hay entre la competitividad y la gestión del talento humano del ente mobiliario Grupo EM constructores S.A.C. ubicada en el sector distrital miraflorentino. Para ello, el trabajo siguió un enfoque de carácter cuantitativo y como diseño se inclinó a aplicar el no experimental; se aplicaron cuestionarios como instrumento para recoger información de la población muestral: 40 empleados. La parte de resultados arrojaron un valor correlacional de 0,804 y un nivel de significación $p < 0,05$. En ese sentido, el autor presentó como conclusión que las dos variables evidencian una vinculación positiva y significativamente respecto al ente inmobiliario Grupo EM constructores

El estudio realizado por Machuca et al. (2019) propuso un plan de gestión del talento que potencia estrategias adecuadas que brinden soporte y garanticen la competitividad a nivel de mandos medios durante el periodo 2019-2021 en una empresa peruana perteneciente al rubro minería. Para ello, la metodología del estudio fue mixta en tanto aplicó instrumentos cualitativos – entrevistas – e instrumentos cuantitativos – cuestionarios – para recoger información. Los resultados del estudio evidenciaron que la oficina de RR.HH. de la empresa tiene un deficiente nivel de participación en los procesos de inducción y capacitación y asimismo que la empresa se encuentra consolidada, pero requiere que se definan acciones para los colaboradores de mandos medios. De esta manera, los autores proponen un plan de gestión orientado a alinear y rediseñar la gestión del talento humano a partir de tácticas competitivas utilizadas por la empresa.

Finalmente, Huayhua (2018) buscó encontrar la relevancia de la gerencia estratégica del talento humano y cómo influye sobre la competitividad corporativa mediante su investigación. Para ello, la autora siguió un enfoque cuantitativo mediante el cual aplicó encuestas a una muestra conformada por 16 colaboradores de una entidad enfocada en proporcionar servicios de transporte de carga pesada. El resultado de la investigación demostró que la gestión estratégica del talento

humano incide de modo favorable sobre la competitividad de la Corporación RyH S.R.L.; por ende, se concluyó que el talento humano asume un rol táctico para las empresas transportistas de carga de pesada.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Gestión del talento humano

De acuerdo con Chiavenato (2019), a lo largo del tiempo las organizaciones han constituido unidades o agrupaciones de personas para la consecución de objetivos determinados. En este proceso se ha hecho necesaria una forma de organización de estos componentes. Así, el autor explica que entre los años 1900 a 1950 se tenía una denominación para estos procesos: las relaciones industriales. Asimismo, entre 1950 y 1990 estas pasaron a llamarse de otra forma: administración de recursos humanos, y desde 1990 a la actualidad se le conoce como Gestión del Talento Humano. La diferencia entre estas es que la primera veía a las personas como suministradores de mano de obra, la segunda tenía una visión en la cual estas mismas eran recursos para la organización, y la tercera y última comprende a las personas como seres con proactividad, inteligentes y con habilidades, y que es necesario mantener sobre estas un motivo e impulso.

Si bien los términos gestión del talento humano y gestión de RR.HH. son comúnmente confundidos, Dahiya y Rath (2021) establecen que la diferencia entre ambas palabras es que la primera aborda prácticas relacionadas con los empleados, mientras que la segunda, es más estratégica y se centra más en cuestiones estratégicas de la empresa al dirigirse a los empleados de alto potencial o a los empleados con talento. Por ello, Jindal y Shaikh (2021) establecen que, al centrarse en las metas individuales, la gestión del talento humano está enfocada en identificar, retener, desarrollar el talento de los empleados.

De igual manera, Horváthová (2011) establece que la finalidad de esta modalidad de gestión finaliza en asegurar un grupo de personas que posean gran talento, además de ser competentes, comprometidas, leales y tengan la capacidad para cumplir las metas actuales y venideras de la compañía. En ese sentido, los principales beneficios de un sistema de gestión del talento correctamente establecido y aplicado son empleados con talento que favorecen en gran medida a acatar las estrategias y objetivos de tipo económico de la organización, a la disminución de costes de fluctuación y obtención de un nuevo personal, a una empresa solicitada y atractiva en el mercado laboral, entre otros.

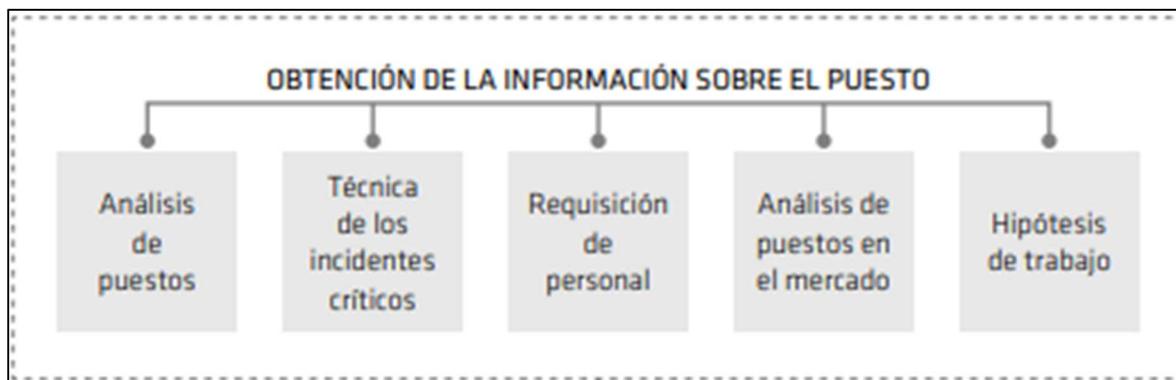
2.2.2. Selección de personal

Armstrong y Taylor (2014) menciona que la selección del personal se entiende como el proceso que funciona por medio de un filtro que posibilita el ingreso de personas a la organización, siempre que posean las características y competencias deseadas. Para ello, Chiavenato (2019) menciona que la selección de personal debe estar basada en la información brindada sobre el perfil del puesto que se requiere de acuerdo al diseño de puesto realizado por el área de recursos humanos (Figura 1). En ese sentido, el autor menciona que una de las opciones para el diseño de un puesto es la descripción y análisis de puestos en donde se presentan los aspectos extrínsecos e intrínsecos del puesto. Asimismo, se puede aplicar la técnica de incidentes críticos con la finalidad de identificar las habilidades deseables e indeseables de los candidatos. De igual manera, se puede realizar una requisición de personal para así, especificar todos aquellos requisitos y características que los candidatos deben tener. Chiavenato (2019) menciona que, si se trata de un puesto nuevo en la empresa, el área de RR.HH. necesita realizar un análisis de puestos en el mercado con el fin de verificar los requisitos y características de puestos equiparables en empresas similares. En caso no se puedan llevar a cabo ninguna de las opciones mencionadas, la hipótesis de trabajo brinda una

idea cercana del contenido del puesto y las exigencias que requiere. Por último, las competencias individuales necesitadas se refieren a las destrezas exigidas por la entidad para la persona que busque ocupar el puesto.

Figura 1

Diseño de perfil de puestos



Nota. El gráfico muestra el diseño de perfil de puestos de un centro de trabajo. De “Obtención de la información sobre el puesto” por Chiavenato, 2019 (https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_humanos_-_chiavenato.pdf).

Por su parte, Armstrong y Taylor (2014) establece que la selección se puede dar en base a los puestos o en base a las competencias del candidato. Sobre la primera modalidad, esta consiste en completar las vacantes de la empresa para así, evitar que reducción de la fuerza laboral. Asimismo, la selección en base a los puestos se caracteriza por su rapidez del proceso para cubrir puestos disponibles y completas la fuerza de trabajo. Por otro lado, la selección en base a las competencias busca sumar las competencias personales para que crezca el capital humano de la sociedad empresarial. A diferencia de la modalidad previa, la selección en base a competencias se

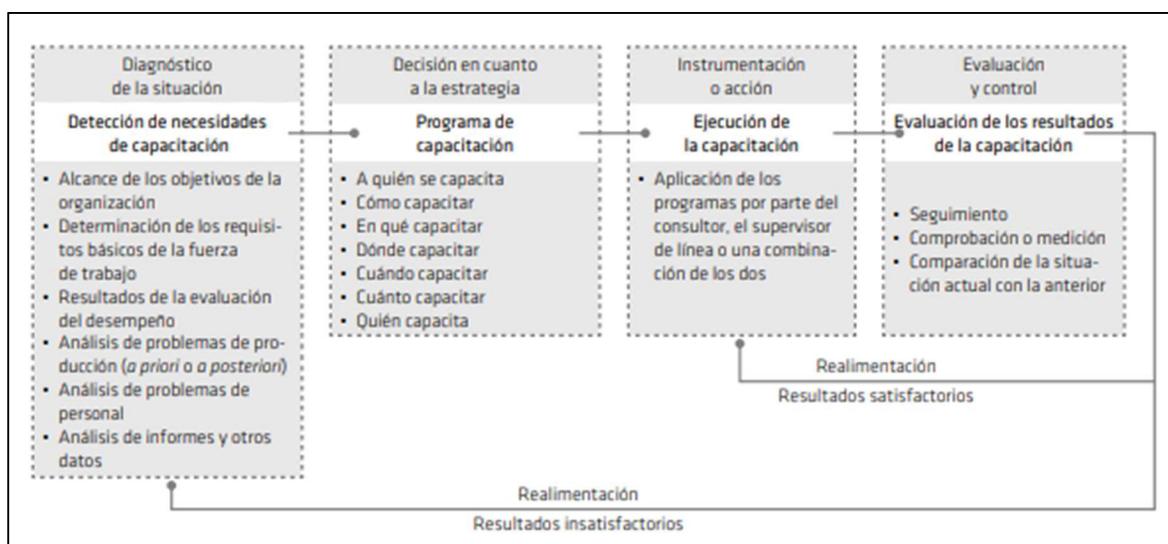
caracteriza por sumar competencias nuevas y necesarias para la organización, por lo cual se mide a partir de un apropiado ingreso de modernas competencias a la entidad.

2.2.3. Capacitación del personal

Sobre los programas de capacitación, Chiavenato (2019) establece que estos siguen un proceso de cuatro etapas (Figura 2) en el cual, la organización primero debe realizar un diagnóstico que le permita identificar las necesidades de capacitación que los colaboradores requieren. Posterior a ello, se establecen las bases y criterios del programa de capacitación para así, ejecutar dicho programa. Finalmente, la organización lleva a cabo una evaluación que permita conocer los resultados conseguidos desde los programas de capacitación instaurados. De lograr resultados satisfactorios se ejecuta nuevamente los programas de capacitación, caso contrario, se vuelve al inicio y se realiza un diagnóstico de las necesidades de capacitación nuevamente.

Figura 2

Proceso de capacitación



Nota. El siguiente diagrama muestra el proceso realimentación de resultados satisfactorios e insatisfactorios de los trabajadores. De “Proceso de Capacitación” por Chiavenato, 2019 (https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_humanos_-_chiavenato.pdf).

2.2.4. Estrategias de motivación

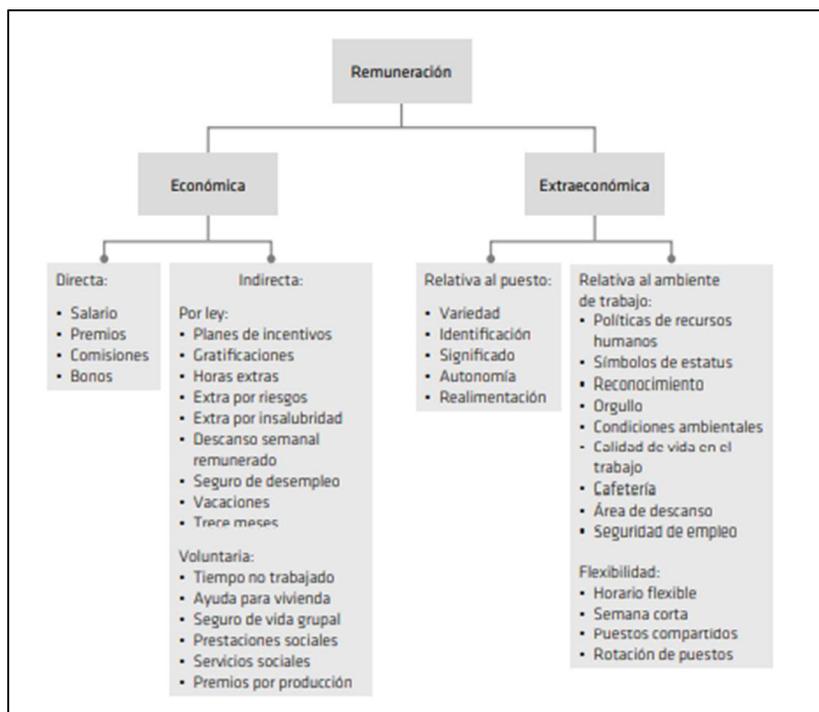
Para lograr motivar talentos en la organización se requiere abordar el diseño de políticas que garanticen que los miembros de la empresa se comprometan con esta y generen un flujo de talento capaz de crear y mantener la reserva de talento (Armstrong & Taylor, 2014). Para ello, Horváthová (2011) establece que entre las condiciones laborales que indican en la motivación de los talentos en la empresa se encuentra la oferta de un puesto laboral atractivo y valorado, la garantía de oportunidades de formación y crecimiento, y la promoción laboral, respetando el equilibrio armónico entre la vida personal como profesional, la oferta de un papel de trabajo flexible, la oferta de unas condiciones de trabajo y de calidad, el reconocimiento y el respeto, la oferta de una remuneración adecuada y, recientemente también el enfoque de responsabilidad social de la organización.

Por otro lado, Armstrong y Taylor (2014), menciona que otra estrategia de motivación se basa en los salarios y beneficios. Dicha estrategia ocupa del diseño, la aplicación y el mantenimiento de sistemas de recompensa (procesos, prácticas y procedimientos de recompensa) que tienen como objetivo recompensar a las personas de forma justa, equitativa y coherente de acuerdo con su valor para la organización y así colaborar para que la entidad cumpla sus metas. Chiavenato (2019) menciona que la recompensa que las organizaciones brindan a sus colaboradores a cambio de su

trabajo puede ser una remuneración económica directa o indirecta o una remuneración extraeconómica (Figura 3). La remuneración económica directa se refiere a la paga recibida en forma de salarios, bonos, comisiones y otras formas de remuneración monetaria que el colaborador puede recibir en función del servicio que brinda o el puesto que ocupa (Chiavenato, 2019). Por otro lado, la remuneración económica indirecta se refiere al plan de prestaciones y a los servicios sociales brindados por la corporación entre los que destacan las gratificaciones, vacaciones, pago adicional por turnos nocturnos, seguro de vida, entre otros. Respecto a las remuneraciones extraeconómicas (Chiavenato, 2019) establece que estas pueden ser relativas al puesto o al ambiente de trabajo y por lo general suele ser un sentimiento de orgullo, reconocimientos, autoestima o aquellos componentes que tienen cierta repercusión en la satisfacción de los asalariados.

Figura 3

Tipos de remuneraciones



Nota. El gráfico muestra los tipos de remuneración económica y extraeconómica. De “Tipos de remuneración” por Chiavenato, 2019

(https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_humanos_-_chiavenato.pdf).

2.2.5. Evaluación de desempeño

Fogaca et al. (2018) define al desempeño laboral como aquellas actitudes que manifiestan los trabajadores durante la jornada laboral. También se considera como la unidad de medida sobre el desempeño del trabajador en el entorno laboral, puesto determina cuán bien un empleado se desenvuelve en el trabajo. El desempeño laboral analiza factores como la competencia específica al trabajo, reacción del trabajador frente a tareas específicas, el comportamiento ante las tareas fundamentales y el nivel de compromiso al trabajo.

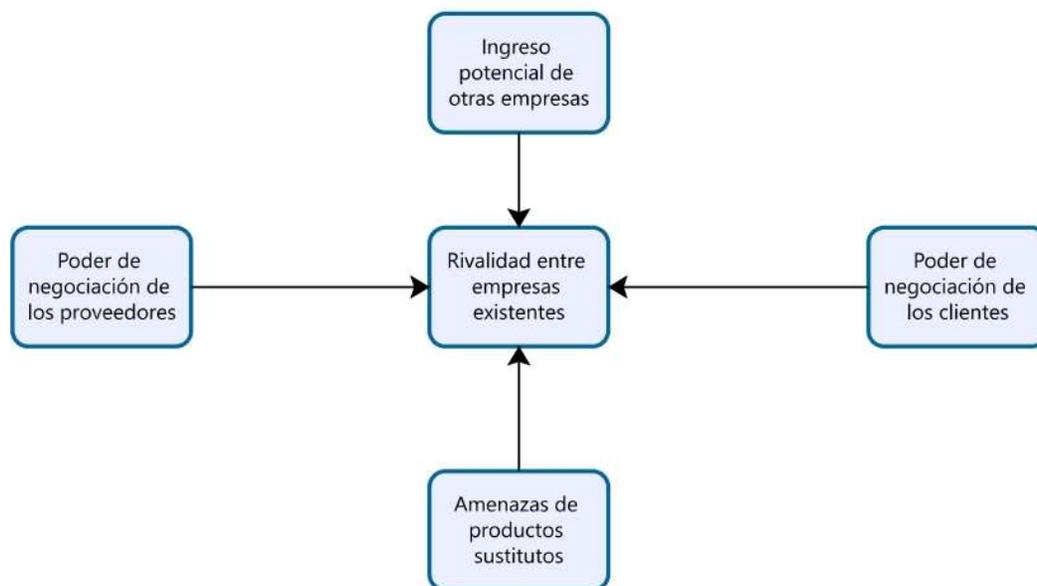
Por su parte, Robbins y Coulter (2014) mencionan que para medir el desempeño real de los colaboradores se necesita obtener información mediante un método para posteriormente informar el nivel de desempeño obtenido. Para ello, los métodos a utilizarse para medir el desempeño real pueden ser la observación personal, reportes orales, reportes estadísticos o reportes escritos. (Robbins & Coulter, 2014) Posterior a ello, se debe comparar el desempeño real contra un desempeño estándar y así, determinar un rango de variación entre ambos valores. Finalmente, los autores resaltan que, de considerarse necesario, se deben desarrollar e implementar acciones correctivas para alinear el desempeño de los colaboradores.

2.2.6. Competitividad

Según Molina y Sánchez (2016), actualmente, no hay un consenso sobre la definición de competitividad debido a que el término se establece a nivel país, industria y empresa. Por ello, se delimita que la presente investigación utilizará el concepto de competitividad a nivel empresa, el cual es definido por García (2012) como la capacidad que un ente empresarial posee a fin de lograr una posición competitiva positiva y obtener un desempeño superior a las empresas con las que compite. Asimismo, la bibliografía rescata que el concepto de competitividad empresarial encuentra sus más grandes aportes en la literatura de Michael Porter. De acuerdo con este autor, las estrategias competitivas se pueden encontrar en todas las empresas ya sea de manera explícita o implícita; por ello, Cotas (2012) menciona que el autor propone un modelo que ayuda a evaluar la competencia de una corporación dentro de un sector y partiendo de 5 fuerzas: 1) Rivalidad entre entidades empresariales existentes, 2) Entrada potencial de más organizaciones, 3) Amenaza de productos suplentes, 4) Poder para negociar con los clientes y 5) Poder para negociar con los proveedores (Figura 4).

Figura 4

Modelo de las cinco fuerzas de Porter



Nota. El diagrama muestra la competencia de una corporación. De “Modelo de las cinco fuerzas de Porter” por Codas, 2012 (<https://www.redalyc.org/pdf/2150/215025114007.pdf>).

2.2.7. Capacidad de innovación

Según Kahn (2018), la capacidad de innovación está asociada a la introducción de nuevos productos y servicios. Sobre ello, el autor comenta que los resultados más comunes de la innovación son la innovación de producto, en marketing, de proceso, en el modelo de negocio, en la cadena de suministros e innovación en la organización.

Sobre la innovación de productos, Kahn (2018) menciona que esta hace referencia a las ofertas de mercado, tales como nuevos servicios, productos y/o programas. Por otro lado, la innovación de proceso son los cambios generados en un proceso o metodología con el fin de alcanzar la

eficiencia, mayor rendimiento, un procesamiento más rápido y costos menores. De manera contraria, la innovación en marketing tiene como objetivo conectar con los clientes y consumidores en niveles diferentes y nuevos, por lo cual, en ciertos casos, incluye diversos tipos de esfuerzos promocionales.

Respecto a la innovación en el modelo de negocio, Kahn (2018) menciona que este tipo de innovación es un resultado que cambia la industria mediante la innovación del modelo industrial, la innovación del modelo de ingresos y la innovación del modelo empresarial. Por su parte, la innovación en la cadena de suministros tiene como finalidad mejorar la creación de valor para las partes interesadas al centrarse en tres elementos: la estructura de la de la cadena de suministro, la tecnología de la cadena de suministro y los procesos empresariales de la cadena de suministro. Finalmente, la innovación en la organización aborda los cambios en la empresa producidos en la estructura organizacional, en las nuevas formas de gestión y en los entornos laborales.

2.2.8. Rentabilidad

Aliu y Çollaku (2021) explican que es aquella medida que se determina a partir de indicadores como la liquidez solvencia, (ratio deuda/capital), e indicadores de origen común, por ejemplo, la rentabilidad de los activos (ROA) y la rentabilidad del capital (ROE). En este sentido, los indicadores a emplear serán las ratios de rentabilidad ROA y ROE. Afolabi (2021) señala que la rentabilidad es una medida de la cantidad que permite conocer si los ingresos han sido superados por los egresos. Esta es afectada por factores tanto internos como externos (macroeconómicos).

Por otro lado, como señalan Ross et al. (2012), al brindar un crédito, se financia una parte del ciclo de operación de un comprador y se establece un periodo de crédito que es determinado

por la empresa proveedora a partir de una serie de factores, entre las cuales figuran la rentabilidad. La relación entre rentabilidad y las políticas de crédito radica entonces en que los productos baratos que otorgan los proveedores tienden a ser de periodos de crédito cortos, por lo que son propensos a conservar márgenes de utilidades bajos y tasas de rotación altas. En otras palabras, es recomendable que las empresas que otorguen crédito lo hagan en periodos cortos si las utilidades del producto son bajas y tiene alta rotación.

2.2.9. Satisfacción del cliente

Luego de revisar detalladamente la literatura, se han encontrado múltiples definiciones que explican que el concepto de satisfacción del cliente implica necesariamente el nivel de atributos del producto, a diferencia de la literatura de gestión, la cual se define a partir de un grupo determinado de dimensiones. Drucker (1990) explica que la satisfacción no es aquello que se agrega al brindar un servicio, sino que es aquello que el cliente adquiere de dicho servicio y por el que está dispuesto a realizar un pago. Por otro lado, Salome et al. (2022) menciona que la satisfacción del cliente se atribuye a un servicio cuando este cumple con las expectativas de los clientes y satisface sus necesidades. Por ello, cabe resaltar que la satisfacción del cliente puede evaluarse mediante enfoques técnicos y funcionales de la calidad del servicio (Aboubakr & Bayoumy, 2022). Respecto a los enfoques técnicos, la calidad puede calificarse según los estándares científicos de los profesionales o académicos; mientras que, desde el enfoque funcional, el servicio puede evaluarse desde la perspectiva de los clientes (Aboubakr & Bayoumy, 2022).

De esta manera, las empresas cada vez prestan mayor atención a las actividades realizadas para otorgar un servicio ya que, como menciona Zheng et al. (2022), al mejorar la calidad del

servicio, las empresas pueden influir en la fidelización y retención de los clientes. En ese sentido, Esmailpour et al. (2022) menciona que, para evaluar la calidad, el modelo SERVQUAL introduce cinco dimensiones: fiabilidad, tangibilidad, capacidad de respuesta, empatía y garantía.

2.2.10. Recursos humanos

Según Robbins y Coulter (2014), la relevancia de la administración de los recursos humanos se debe a que, hoy en día, los colaboradores son uno de los activos más preciados para la organización en tanto les ofrece una fuente de ventaja competitiva/. Asimismo, los recursos humanos de la organización son una pieza fundamental en toda estrategia que la organización desee llevar a cabo, por ello, es necesario que se perciba a los colaboradores como socios y no minimizarlos. Por último, los autores resaltan que la gestión de recursos humanos es relevante en tanto resulta un factor que incide en el desempeño de sus empleados. Ante ello, los autores proponen el siguiente proceso de administración de RR.HH.:

Figura 5

Proceso de administración de recursos humanos



Nota. El gráfico muestra la gestión de recursos humanos con factores del entorno externo. De "Proceso de administración de recursos humanos" de Según Robbins y Coulter, 2014 (https://www.academia.edu/40068703/ROBBINS_COULTER_ADMINISTRACION_12a_EDICION_ADMINISTRACION_12a_EDICION).

2.2.11. Participación de mercado

Según Valdés y Fergusson (2015), la participación de mercado es el resultado obtenido a partir de estrategias que definen cursos de acción y que los miembros de la empresa deben seguir con sus medios actuales y potenciales para lograr los objetivos generales de una entidad, entre ellos, un mayor porcentaje de ventas en el mercado. Para ello, el autor menciona que se deben considerar procesos destinados a planificar, promover y distribuir productos y servicios con el fin de satisfacer

las necesidades presentadas por los clientes actuales y potenciales (Valdés & Fergusson, 2015). En ese sentido, las estrategias comerciales adecuadamente definidas lograrán aumentar la aceptación de los productos o servicios a la venta por parte de sus consumidores finales y así, lograr abarcar una mayor parte del mercado al que se dirigen (Arechavaleta, 2015).

De igual manera, Ingram et al. (2006) menciona que para que una organización logre un mayor nivel de participación de mercado debe desarrollar una estrategia empresarial separada para cada unidad empresarial estratégica (UEE) en tanto una UEN suele constar de varios productos que sirven a diferentes mercados, cada combinación de producto/mercado requiere una estrategia de marketing específica. Para ello, las estrategias de marketing más importantes son segmentación y posicionamiento. Sobre la segmentación, Kerin et al. (2014) mencionan que consiste en la división de clientes potenciales en grupos con necesidades comunes y misma respuesta a una acción de marketing. Por otro lado, los autores mencionan que el posicionamiento hace referencia al lugar o espacio que el producto o servicio ofrecido ocupa en la mente de sus consumidores en función a sus atributos más importantes a comparación de sus competidores.

2.3. Formulación de hipótesis

2.3.1. Hipótesis de trabajo

H_a: Existe relación significativa entre la gestión del talento humano y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

H₀: No Existe relación significativa entre la gestión del talento humano y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

Hipótesis 1

H_a: Existe relación entre la dimensión selección de personal y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

H₀: No existe relación entre la dimensión selección de personal y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

Hipótesis 2

H_a: Existe relación entre la dimensión capacitación de personal y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

H₀: No existe relación entre la dimensión capacitación de personal y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

Hipótesis 3

H_a: Existe relación entre la dimensión estrategias de motivación y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

H₀: No existe relación entre la dimensión estrategias de innovación y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

Hipótesis 4

H_a: Existe relación entre la dimensión evaluación de desempeño y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

H₀: No existe relación entre la dimensión evaluación de desempeño y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Método de la investigación

De acuerdo con Sanchez-Carlessi et al. (2018) el método deductivo parte del reconocimiento de una propuesta general para concluir en una propuesta particular; mientras que el método inductivo va de los hechos a la teoría, es decir obtiene conclusiones mediante el estudio de un caso particular. De esa manera, la presente investigación utilizó el método deductivo en tanto se buscó llegar a los hechos del fenómeno de estudio a partir de la teoría propuesta en el marco teórico.

3.2. Enfoque investigativo

El actual trabajo académico trabajó basándose en un enfoque de clasificación cuantitativa. De acuerdo con Muñoz (2015), el enfoque de un estudio se escoge tomando como referencia el contexto que se aborda en la investigación; asimismo, indica que el enfoque puede ser cuantitativo o cualitativo. Para el estudio se ha optado por trabajar con el primer tipo (cuantitativo) porque se caracteriza por la exactitud de su planteamiento, su capacidad de medir variables y probar teorías, así como hipótesis. De igual manera, Muñoz (2015) menciona que el enfoque cuantitativo tiene como ventaja la capacidad de permitir la manipulación de instrumentos estandarizados con el apoyo de datos estadísticos y numéricos con la finalidad de realizar el procesamiento de la data obtenida. De este modo, se seleccionó el enfoque cuantitativo, pues existe un cierto interés por realizar una medición y análisis de las variables “gestión del talento humano” y “competitividad empresarial”, y por determinar las correlaciones que podrían generarse entre las variables escogidas.

3.3. Tipo de investigación

Muñoz (2015) menciona que los tipos de investigación son dos: básicas y aplicadas. Mientras que el primer tipo de investigación – básicas – tienen por objetivo ser la base teórica para los estudios que se realizan a futuro; las investigaciones aplicadas buscan poner en práctica los saberes que se adquirieron a partir de la investigación teórica previa. En ese sentido, el tipo que será aplicado en la presente tesis es la investigación básica. Se seleccionó esa modalidad de estudio porque que el actual trabajo se enfoca en generar un aumento en los saberes científicos respecto a las variables propuestas.

3.4. Diseño de la investigación

Arias y Covinos (2021) mencionan que el diseño se resuelve como la táctica utilizada con el propósito de recoger datos con el objeto de formular y brindar soluciones al problema hallado. Asimismo, los autores dan a conocer que el diseño presenta una clasificación, pues ha sido dividido en experimental y no experimental. Ahora, ambos diseños tienen características que los diferencian entre sí. El diseño experimental se identifica por manipular las variables a diferencia de su contraria (no experimental), que solo visualiza la interacción dada en su contexto. Análogamente, los estudios efectuados de diseño transversal, se identifican por la recolección de datos, la cual es efectuada en un periodo específico en una sola vez (Arias & Covinos, 2021). En este marco, se establece que la presente tesis tiene como diseño al no experimental porque no se alteraron las variables.

3.4.1 Corte:

El desarrollo del estudio se ciñó bajo los lineamientos del corte transversal, el cual según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) se basa en la recolección de datos en un solo momento,

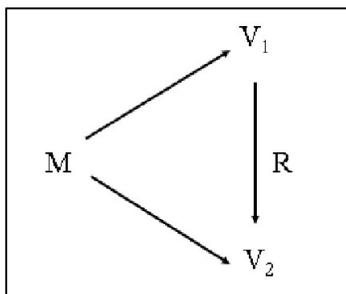
con el propósito de describir las variables de estudio en un tiempo único y describir un fenómeno en un punto del tiempo; en ese orden de ideas, en la presente investigación se analizó la relación entre la gestión del talento humano y la competitividad empresarial a través de la recolección de datos en agencias de viaje del distrito de Miraflores en Lima durante el 2022.

3.4.2 Nivel o Alcance:

La investigación tuvo un alcance descriptivo correlacional, en vista que hubo interés por realizar una medición y análisis de las variables “gestión del talento humano” y “competitividad empresarial”, y determinar las correlaciones que podrían presentarse durante la investigación, se observó que el diseño correlacional era el más apropiado para el estudio, pues es un trabajo en el cual las variables tienen un nivel de imbricación específico, dicho de otra manera, la variación experimentada de una variable afecta a la otra (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Figura 6

Esquema de correlación



Siguiendo el esquema, M es la muestra estimada, V₁ es la variable “Gestión del talento humano”, V₂ es la variable “Competitividad empresarial” y R es la relación establecida entre ambas variables.

3.5. Población, muestra y muestreo

3.5.1 Población:

De conformidad con Sánchez-Carlessi et al. (2018), la población abarca la totalidad de unidades, las cuales son necesarias para que el investigador pueda extraer los datos necesarios y genere sus conclusiones de acuerdo a las características del estudio. De esta manera, la población del presente estudio serán 110 trabajadores provenientes de las 110 agencias de viajes localizadas en el sector distrital de Miraflores según la base de datos obtenida de las agencias de viajes situadas en la municipalidad mirafloresina. En tal aspecto, la población de estudio estará constituida por al menos 1 trabajador proveniente de las 110 agencias de viajes del distrito de Miraflores.

3.5.2 Muestra:

Por otro lado, según los autores Saunders et al. (2009), no es fundamental aplicar el muestreo cuando se presentan casos donde existe la probabilidad de que la información sea obtenida a partir de cada uno de los miembros que constituye la población. No obstante, Arias y Covinos (2021) sostienen que el muestreo intencional no hace caso omiso a los criterios del investigador, por ejemplo, la elección de la población. De manera conjunta, Ponce y Pasco (2018) mencionan que es preferible optar por mediciones censales en los estudio que tienen unidades de observación reducidas.

3.5.3 Muestreo:

En ese sentido, debido a que del conjunto poblacional de la investigación abarca 110 participantes, se eligió el muestreo intencional para obtener, a modo de muestra, la población total anteriormente

precisada. De este modo, la muestra comprendió a cada uno de los trabajadores que prestan servicios en las agencias de viajes situadas en el área distrital de Miraflores en el 2022.

Tabla 1

Distribución de la muestra

Población	Muestra	Cantidad
Agencias de viaje del distrito de Miraflores	Trabajadores de agencias de viajes del distrito de Miraflores	110

3.6. Variables y operacionalización

Tabla 2

Variables y operacionalización

Variables	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Escala valorativa
Gestión del Talento Humano	La variable ha sido dimensionada en cuatro dimensiones con sus respectivos indicadores y un total de 18 ítems organizados en una encuesta.	Selección de personal Capacitación de personal Estrategias de motivación Evaluación de desempeño	Exigencias del área Perfil del postulante Comunicación organizacional Innovación Reconocimiento Salarios y beneficios Productividad Objetivos cumplidos	Ordinal/Likert	1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre
Competitividad empresarial	La variable ha sido dimensionada en cinco dimensiones con sus respectivos indicadores y un total de 14 ítems organizados en una encuesta.	Capacidad en innovación Rentabilidad Satisfacción del cliente Recursos humanos Participación de mercado	Inversión I+D Inversión en formación y desarrollo de los empleados Inversión en dirección y gestión Margen de utilidad neta Rendimiento sobre el patrimonio Nivel de ventas Calidad de servicio Nivel de responsabilidad Principales competencias	Ordinal/Likert	1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo

Variable 1: Gestión del Talento Humano

Definición Operacional: La variable ha sido dimensionada en cuatro dimensiones (Selección de personal, Capacitación de personal, Estrategias de motivación, Evaluación de desempeño) con sus respectivos indicadores y un total de 18 ítems organizados en una encuesta. De acuerdo al criterio de calificación de 5, 4, 3, 2 y 1 que corresponden a las escalas de Siempre, Casi siempre, A veces, Casi nunca y Nunca, respectivamente.

Tabla 3

Matriz operacional de la variable "Gestión del Talento Humano"

Dimensión	Ítems	Escala de medición	Escala valorativa
Selección de personal	¿Las plazas vacantes se realizan según las exigencias del área?	Ordinal/Likert	1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre
	¿El personal escogido cumple con el perfil requerido en el área?		
	¿Son designados de manera democrática en los equipos de trabajo?		
	¿Los funcionarios cumplen su gestión considerando las necesidades del área de trabajo?		
Capacitación de personal	¿El clima laboral es idóneo en su área de trabajo?		
	¿Existe una comunicación efectiva entre los colaboradores del área de trabajo?		
	¿Con qué frecuencia es capacitado en el área de trabajo?		
	¿Las capacitaciones son importantes para mejorar su área de trabajo?		
	¿Los funcionarios admiten sus ideas innovadoras en su área de trabajo?		
Estrategias de motivación	¿Los funcionarios y sus compañeros reconocen su labor realizada?		
	¿Las autoridades le otorgan algún incentivo o reconocimiento por haber cumplido el objetivo en el área?		
	¿El salario percibido es acorde a sus perspectivas?		
Evaluación de desempeño	¿Los funcionarios conducen de forma activa los procesos de planificación, organización, ejecución y evaluación en los colaboradores?		
	¿Reúne todas las facilidades para cumplir sus objetivos plasmados en su área de trabajo?		
	¿Con que frecuencia se evalúa a los colaboradores del área en cuanto a la productividad?		
	¿Con la finalidad de cumplir con los objetivos plasmados la evaluación a los colaboradores es permanente?		
	¿Los funcionarios controlan el uso óptimo del tiempo, del material de la institución para garantizar el buen manejo de los recursos logísticos?		
	¿Los resultados de la supervisión y/o monitoreo que han sido evaluados se le comunica al jefe inmediato para implementar acciones de mejoras?		

Nota: La imagen muestra las dimensiones de la matriz operacional. De “Matriz operacional de la variable Gestión del Talento Humano” por Mampis 2019, ([https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/6477/Gesti%*c3*%*b3*n_Talento%20humano_Desarrollo%20del%20turismo_Sostenible.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/6477/Gesti%c3%b3n_Talento%20humano_Desarrollo%20del%20turismo_Sostenible.pdf?sequence=1&isAllowed=y)).

Variable 2: Competitividad empresarial

Definición Operacional: La variable ha sido dimensionada en cinco dimensiones (Capacidad de innovación, Rentabilidad, Satisfacción del cliente, Recursos humanos y Participación de mercado) con sus respectivos indicadores y un total de 14 ítems organizados en una encuesta. De acuerdo al criterio de calificación de 5, 4, 3, 2 y 1 que corresponden a las escalas de Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo, respectivamente.

Tabla 4

Matriz operacional de la variable "Competitividad empresarial"

Dimensión	Ítems	Escala de medición	Escala valorativa
Capacidad de innovación	<p>La agencia de viajes invierte constantemente en investigaciones de mercado y tecnologías para su permanencia en el mercado.</p> <p>La agencia de viajes debería disponer de una página web que le permita el comercio electrónico.</p> <p>La agencia de viajes innova de manera constante en nuevas formas de atención al cliente.</p> <p>La agencia de viajes realiza adecuadamente talleres y capacitaciones dirigido a sus trabajadores.</p> <p>La agencia de viajes fomenta la participación de sus trabajadores a conferencias y seminarios.</p> <p>Hay inversión en la contratación de empleados especializados para cada área.</p> <p>La agencia de viajes invierte en la participación en workshops internacionales y nacionales.</p>	Ordinal/Likert	<p>1: Totalmente en desacuerdo</p> <p>2: En desacuerdo</p> <p>3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>4: De acuerdo</p> <p>5: Totalmente de acuerdo</p>
Rentabilidad	<p>Consideras que la ganancia de la agencia de viajes es alta con relación a la competencia.</p> <p>Las ganancias de la agencia de viajes son altas en cuanto a las inversiones que se realizan de modo frecuente.</p> <p>El volumen de ventas de la agencia de viajes es alto en comparación con sus competidores más cercanos.</p>		
Satisfacción del cliente	<p>Consideras que el servicio ofrecido por la agencia de viajes es de alta calidad.</p>		
Recursos humanos	<p>El personal de la agencia de viajes asume la responsabilidad ante un problema presentado en el trabajo.</p>		
Participación de mercado	<p>La agencia de viajes conoce a sus competidores más cercanos en el mercado.</p> <p>Consideras que los servicios de la agencia de viajes se diferencian del resto de sus competidores</p>		

Nota. La imagen muestra las dimensiones de la matriz operacional de la segunda variable a aplicar. De “Matriz operacional de la variable Competitividad empresarial” por Sanchez, 2019 (https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87582/S%c3%a1nchez_MBI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.7.1. Técnica

La técnica para obtener información es definida como los procesos en los cuales se diseña el método. También es conceptualizado como los lineamientos necesarios para aplicar los métodos (Sánchez et al., 2018). En este marco, en el estudio se seleccionó la encuesta porque es una técnica que garantiza que se obtengan datos cuantitativos por medio de un conjunto de preguntas establecidas en orden, de acuerdo a un sistema de respuesta escalonado y esquema lógico (Arias & Covinos, 2021).

3.7.2. Descripción de instrumentos

Por otro lado, los instrumentos de recolección de información son entendidas como aquellas herramientas usadas para el recojo de la data, por ejemplo, manuales, guías, pruebas, test o cuestionarios (Sanchez-Carlessi et al., 2018). En el caso de esta pesquisa, el instrumento que se eligió fue el cuestionario porque permite otorgarles a los colaboradores un conjunto de preguntas elaboradores de forma ordenada y plasmadas en un tablas con opción de respuesta múltiple (Arias & Covinos, 2021). Los instrumentos a utilizarse serán los siguientes:

Cuestionario: Gestión del Talento Humano

Tabla 5

Ficha técnica del Cuestionario de Gestión de Talento Humano

Autor	Nancy Alicia Mampis Roque
Año	2019
País	Perú
Objetivo del cuestionario	El presente cuestionario busca describir y analizar cada uno de los indicadores y dimensiones en relación con la variable en estudio.

Cantidad de ítems	18
Tipo de respuesta	Escala Likert (Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre)
Tiempo de aplicación	15 minutos
Ámbito de aplicación	Adultos (18 años a más)
Modalidad de administración	Individual

Cuestionario: Competitividad

Tabla 6

Ficha técnica del Cuestionario de Competitividad

Autor	Brizzette Isabel Sánchez Murga
Año	2019
País	Perú
Objetivo del cuestionario	El presente cuestionario busca describir y analizar cada uno de los indicadores y dimensiones en relación con la variable en estudio.
Cantidad de ítems	14
Tipo de respuesta	Escala Likert (Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo)
Tiempo de aplicación	10 minutos
Ámbito de aplicación	Adultos (18 años a más)
Modalidad de administración	Individual

3.7.3. Validación

En correspondencia a la validación de los instrumentos, se señala que un instrumento es válido siempre y cuando la validez del contenido, de constructo y de criterio haya sido previamente determinada por el juicio de experto (Ñaupas et al., 2018). Para el cuestionario de la variable “Gestión del Talento Humano”, el instrumento fue validado a partir de la apreciación de 3 expertos, quienes luego de evaluar 9 criterios calificaron el cuestionario como aplicable. Por otro lado, para

el cuestionario de la variable “Competitividad empresarial”, el instrumento fue evaluado por 6 expertos, quienes, a partir de 10 criterios, también calificaron el instrumento como aplicable.

3.7.4. Confiabilidad

Tal como señalan Ñaupas et al. (2018), la confiabilidad de los instrumentos se determina a través de diversos criterios como es el Alfa de Cronbach. Dicho criterio se encarga de medir la fiabilidad del cuestionario mediante el análisis de la covariación de los ítems que lo constituyen. En tal aspecto se tiene la siguiente relación: si la covariación de los ítems, entonces, el alfa de Cronbach tendrá una puntuación más alta; cabe precisar que la confiabilidad mínima aceptable es, como mínimo, 0.70. La confiabilidad de ambos instrumentos fue medida a partir del alfa de Cronbach dando como resultados los siguientes:

Tabla 7

Estadísticas de fiabilidad de los instrumentos

Variable	Alfa de Cronbach	N de componentes
Gestión del Talento Humano	,763	18
Competitividad empresarial	,949	14

3.8. Procesamiento y análisis de datos

A fin de ejecutar el trabajo académico, se estableció, en primer lugar, contacto con las agencias de viaje comprendidas en la base de datos previamente mencionada para que así se pueda derivar a la investigadora con el sujeto a cargo de proporcionar la autorización con el fin del lograr contactarse con la muestra escogida. Luego de visitar las agencias de viajes en los días acordados, se solicitó a los participantes que brindaran su aprobación para formar parte de la investigación como colaboradores; para ello, también se les informó sobre las condiciones de participación y los

objetivos de la investigación. De este modo, después que los permisos fueron otorgados por los miembros de la muestra, se procedió a aplicar los instrumentos que, para esta ocasión, consistió en *Google Forms*.

Para efectuar análisis cuantitativo de los datos previamente obtenidos, se comenzó con el procesamiento de datos, que consiste en organizar la data recolectada (Sanchez-Carlessi et al., 2018) a través de cuestionario. Posteriormente, fue organizada en Excel según los indicadores, variables y dimensiones establecidos en la Matriz de operacionalización de variables. Luego de haber efectuado el proceso de los datos adecuadamente, se comenzó con el análisis cuantitativo, el cual es aplicado mediante procesos de análisis y herramientas estadísticas con la finalidad de probar las hipótesis formuladas mediante mediciones cuantificadas. Es preciso destacar que los procedimientos de análisis cuantitativo utilizado en la presente investigación fueron tres: análisis inferencial estadístico (mediante prueba de hipótesis), análisis descriptivo (comportamiento de las variables mediante frecuencias) y análisis correlacional (vínculo entre variables) (Ponce & Pasco, 2018).

En este estudio, los tres procesos de análisis fueron realizados por medio del programa estadístico SPSS V25. Ahora, para el análisis descriptivo, fue preciso utilizar la herramienta “estadísticos descriptivos” para la elaboración respectiva de las tablas con cifras porcentuales y frecuencias procedentes de las dimensiones y variables del presente trabajo. Por otro lado, para el análisis inferencial estadístico se efectuó, en primer lugar, la prueba de normalidad de los datos, lo cual fue posible debido a que la muestra fue no menor a 50 (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Posteriormente, se aplicó la prueba Rho de Spearman para comprobar la hipótesis general y específicas. Por último, para el análisis correlacional se relacionaron las variables con las

dimensiones de la variable “Gestión del Talento Humano” por medio de la herramienta Correlacionar bivariadas.

3.9. Aspectos éticos

Inguillay et al. (2020) indican que un aspecto ético que debe considerarse durante las pesquisas académicas es reconocer los trabajos utilizados como fuentes en la investigación. En este marco, la literatura o la base teórica usada en el trabajo fue citada referenciando a los autores originales y sus obras con el objeto de no incurrir en un robo intelectual o copia la idea y tratarla como si fuese propia.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1. Análisis descriptivo de resultados

Análisis de fiabilidad

Anexo 3

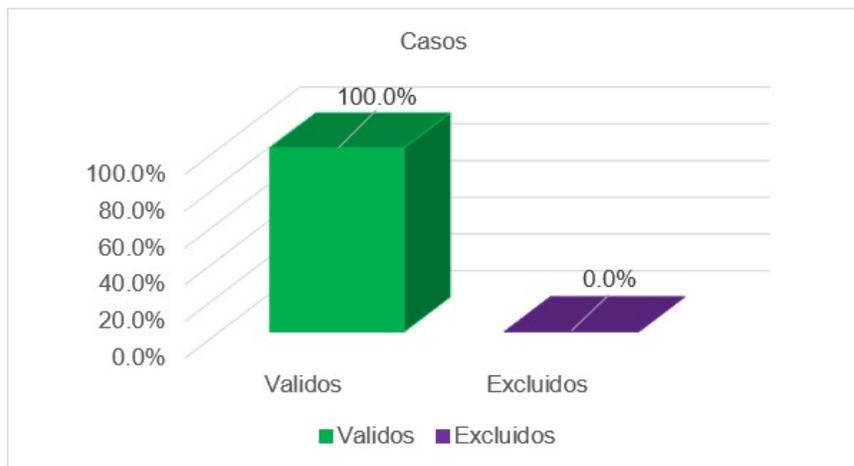
Tabla 8

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	110	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
Total		110	100,0

Figura 7

Resultados descriptivos de procesamiento de casos

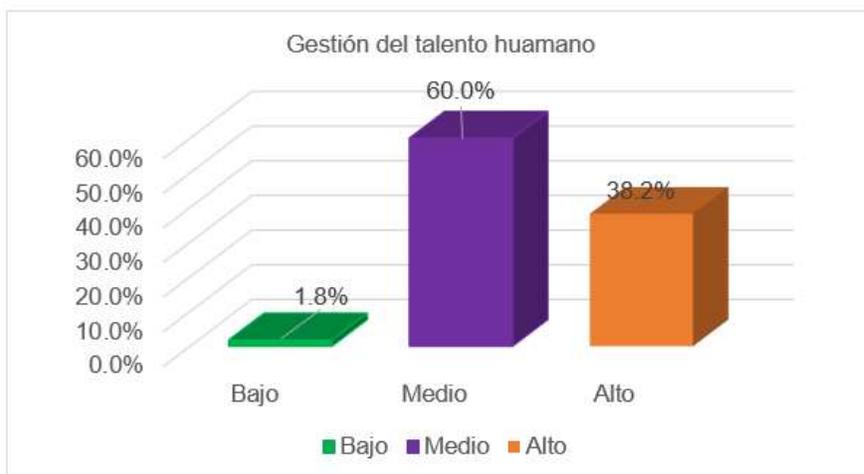


Interpretación:

Se visualiza que el 100% de los casos son válidos.

Tabla 9*Distribución de la variable gestión del talento humano*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Bajo	2	1,8	1,8	1,8
Medio	66	60,0	60,0	61,8
Alto	42	38,2	38,2	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Figura 8*Resultados descriptivos de la variable gestión del talento humano***Interpretación:**

Se visualiza que el 1.8% muestra un nivel bajo; el 60%, un nivel medio, y el 38.20%, un nivel alto con relación a la variable gestión del talento humano en agencias de viaje del área distrital de Miraflores, Lima 2022.

Tabla 10*Distribución de la dimensión selección de personal*

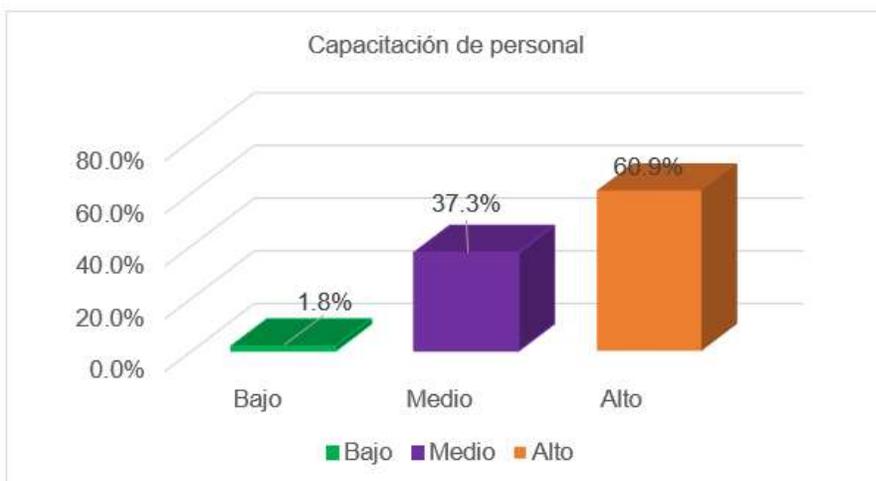
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	,9	,9
	Medio	49	44,5	45,5
	Alto	60	54,5	100,0
	Total	110	100,0	

Figura 9*Resultados descriptivos de selección de personal***Interpretación:**

Se visualiza que el 0.9% muestra un nivel bajo; el 44.5%, un nivel medio, y el 54.5% un nivel alto en relación a la dimensión selección de personal en agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima 2022.

Tabla 11*Distribución de la dimensión capacitación de personal*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bajo	2	1,8	1,8	1,8
Medio	41	37,3	37,3	39,1
Alto	67	60,9	60,9	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Figura 10*Resultados descriptivos de capacitación de personal*

Interpretación:

Se visualiza que el 1.8% muestra un nivel bajo; el 37.3%, un nivel medio y el 60.9% un nivel alto en relación a la dimensión capacitación de personal en agencias de viaje del área distrital de Miraflores, Lima 2022.

Tabla 12*Distribución de la dimensión estrategias de motivación*

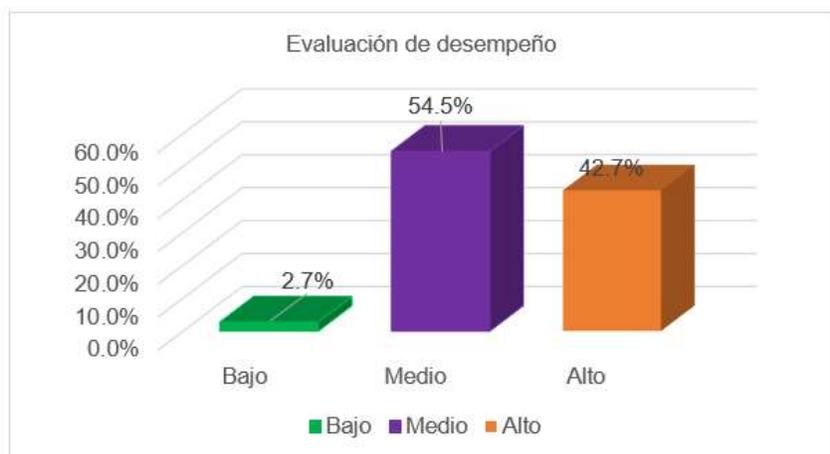
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Bajo	3	2,7	2,7	2,7
Medio	70	63,6	63,6	66,4
Alto	37	33,6	33,6	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Figura 11*Resultados descriptivos de estrategias de motivación***Interpretación:**

Se visualiza que el 2.7% muestra un nivel bajo; el 63.6%, un nivel medio, y el 33.6% un nivel alto en relación a la dimensión estrategias de motivación en agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima 2022.

Tabla 13*Distribución de la dimensión evaluación de desempeño*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Bajo	3	2,7	2,7	2,7
Medio	60	54,5	54,5	57,3
Alto	47	42,7	42,7	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Figura 12*Resultados descriptivos de evaluación de desempeño***Interpretación:**

Se visualiza que el 2.7% muestra un nivel bajo; el 42.7%, un nivel medio, y el 42.7% un nivel alto en relación a la dimensión evaluación de desempeño en agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima 2022.

Tabla 14*Distribución de la dimensión competitividad empresarial*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	0	0	0	0
	Medio	25	22,7	22,7	22,7
	Alto	85	77,3	77,3	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

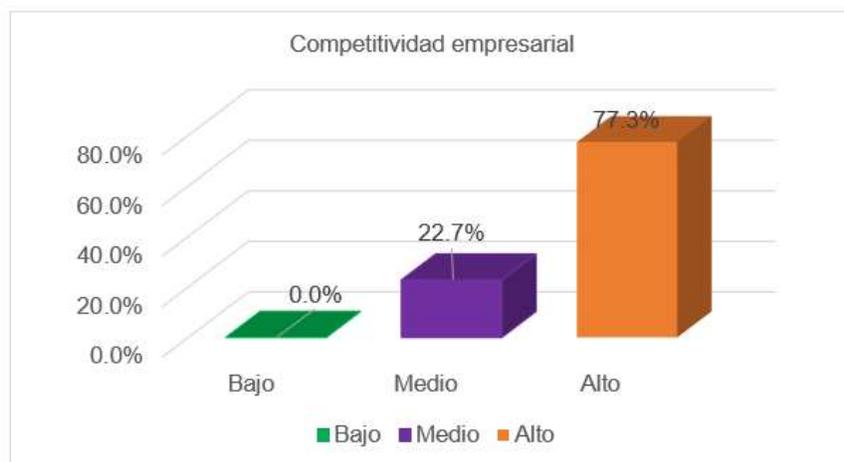
Figura 13*Resultados descriptivos de competitividad empresarial*

Interpretación:

Se visualiza que el 0% muestra un nivel bajo; el 22.7%, un nivel medio, y el 77.3% un nivel alto en relación a la variable competitividad empresarial en agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima 2022.

Tabla 15*Distribución de la variable competitividad empresarial*

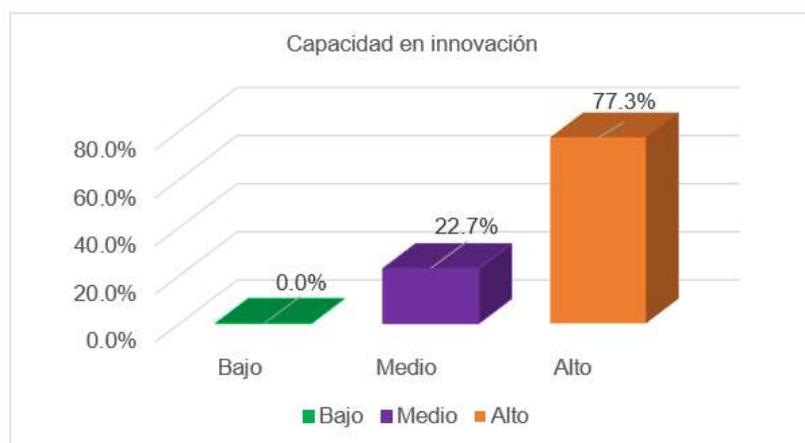
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	0	0	0
	Medio	25	22,7	22,7
	Alto	85	77,3	100,0
	Total	110	100,0	

Figura 14*Resultados descriptivos de competitividad empresarial***Interpretación:**

Se visualiza que el 0% muestra un nivel bajo, el 22.7% un nivel medio y el 77.3% un nivel alto en relación a la variable competitividad empresarial en agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima 2022.

Tabla 16*Distribución de la dimensión capacidad en innovación*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Bajo	1	,9	,9	,9
Medio	34	30,9	30,9	31,8
Alto	75	68,2	68,2	100,0
Total	110	100,0	100,0	

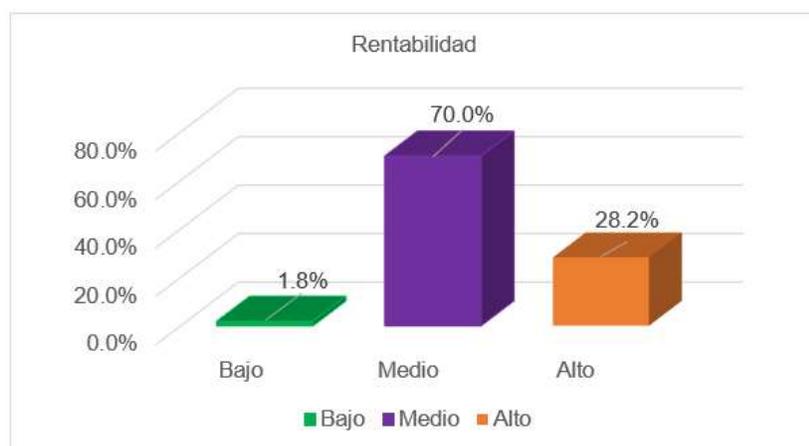
Figura 15*Resultados descriptivos de capacidad en innovación*

Interpretación:

Se visualiza que el 0% muestra un nivel bajo; el 22.7%, un nivel medio, y el 77.3% un nivel alto en relación a la dimensión capacidad en innovación en agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima 2022.

Tabla 17*Distribución de la dimensión rentabilidad*

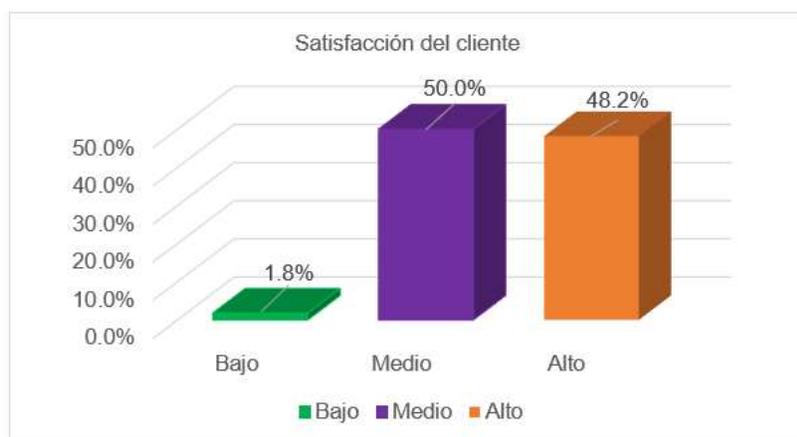
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	1,8	1,8
	Medio	77	70,0	71,8
	Alto	31	28,2	100,0
	Total	110	100,0	100,0

Figura 16*Resultados descriptivos de rentabilidad***Interpretación:**

Se visualiza que el 1.8% presenta un nivel bajo; el 70.0%, un nivel medio, y el 28.2%, un nivel alto en relación a la dimensión rentabilidad en agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima 2022.

Tabla 18*Distribución de la dimensión satisfacción del cliente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	1,8	1,8	1,8
	Medio	55	50,0	50,0	51,8
	Alto	53	48,2	48,2	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

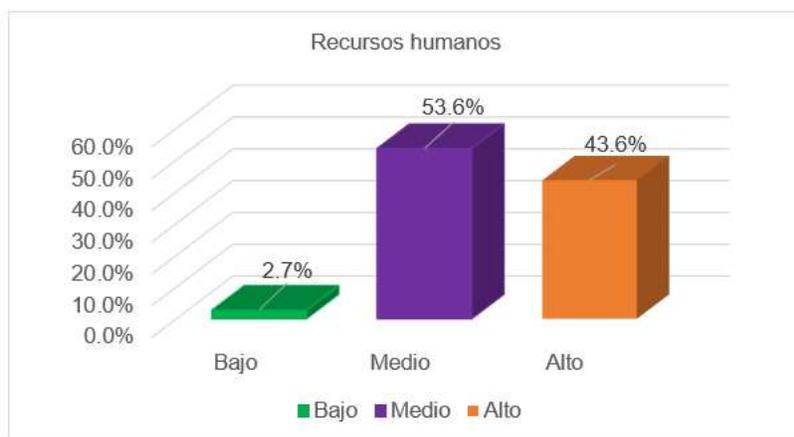
Figura 17*Resultados descriptivos de satisfacción del cliente*

Interpretación:

Se visualiza que el 1.8% presenta un nivel bajo; el 50%, un nivel medio, y el 48.2%, un nivel alto en relación a la dimensión satisfacción del cliente en agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima 2022.

Tabla 19*Distribución de la dimensión recursos humanos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	2,7	2,7
	Medio	59	53,6	56,4
	Alto	48	43,6	100,0
	Total	110	100,0	100,0

Figura 18*Resultados descriptivos de recursos humanos*

Interpretación:

Se visualiza que el 2.7% muestra un nivel bajo; el 53.6%, un nivel medio, y el 43.6% un nivel alto en relación a la dimensión de recursos humanos en agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima 2022.

Tabla 20*Distribución de la dimensión de participación de mercado*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Bajo	0	0	0	0
Medio	16	14,5	14,5	14,5
Alto	94	85,5	85,5	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Figura 19*Resultados descriptivos de participación de mercado***Interpretación:**

Se visualiza que el 0% muestra un nivel bajo; el 14.5%, un nivel medio, y el 85.5% un nivel alto en relación a la dimensión de participación de mercado en agencias de viaje del área distrital de Miraflores, Lima 2022.

Para establecer la estadística con relación a la prueba de normalidad, se generará la probabilidad de aceptar o no hipótesis alterna o nula. Comprobando si los datos proceden de una distribución no normal o viceversa.

Flores et al. (2021) reseña que la prueba de Kolmogorov-Smirnov se utiliza en muestras que se encuentren por encima de 50 individuos, la presente investigación cuenta con 110 participantes, por lo que se usará el test de Kolmogorov-Smirnov.

Hipótesis nula – H0: Los datos tienen por origen una distribución normal

Hipótesis alterna – H: Los datos tienen por origen una distribución anormal

La significancia es de 0.05

Sig. bilateral <0.05, donde la H0 pasa a ser rechazada.

Sig. bilateral >0.05, donde la H0 pasa a ser aceptada.

Tabla 21

Prueba de normalidad

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra			
		Gestión del talento humano	Competitividad empresarial
N		110	110
Parámetros normales ^{a,b}	Media	69,1818	57,1273
	Desviación estándar	11,10515	7,98291
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,050	,075
	Positivo	,049	,053
	Negativo	-,050	-,075
Estadístico de prueba		,050	,075
Sig. asintótica (bilateral)		,200 ^{c,d}	,164 ^c

Interpretación:

En la tabla 21 se observa, la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov para 110 participantes, se obtienen valores de significancia bilateral = ,200 > 0,05 y = ,164 > 0,05, por ello, se acepta la hipótesis nula (H0), lo que quiere decir que la distribución de la prueba es normal, y se rechaza la hipótesis alterna (H1).

4.1.2. Prueba de hipótesis

Contrastación de hipótesis general

H_a: Existe relación significativa entre la gestión del talento humano y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

H₀: No Existe relación significativa entre la gestión del talento humano y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

Tabla 22

Relación entre la gestión del talento humano y la competitividad empresarial.

Gestión del talento humano	Competitividad empresarial		
	Correlación de Pearson	Sig. (bilateral)	N
	,590**	0.000	110

Interpretación:

En la tabla 22 se visualiza que la significancia bilateral es 0.000 < 0.05. En esta la hipótesis nula (H₀) pasa a ser rechazada y la hipótesis alterna (H_a), aceptada; esto quiere decir que hay relación

significativa entre las variables gestión del talento humano y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el área distrital de Miraflores, Lima – 2022.

Contrastación de hipótesis 1

H_a: Existe relación entre la dimensión selección de personal y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

H₀: No existe relación entre la dimensión selección de personal y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

Tabla 23

Relación entre la dimensión selección de personal y la competitividad empresarial

Selección de personal	Competitividad empresarial		
	Correlación de Pearson	Sig. (bilateral)	N
	,556**	0.000	110

Interpretación:

La tabla 23 da a conocer que la significancia bilateral es $0.000 < 0.05$. Donde la hipótesis nula (H_0) pasa a ser rechazada y la hipótesis alterna (H_a), aceptada; dicho de otra manera, la dimensión selección de personal tiene una relación significativa con la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el área distrital de Miraflores, Lima – 2022.

Contrastación de hipótesis 2

H_a: Existe relación entre la dimensión capacitación de personal y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

H₀: No existe relación entre la dimensión capacitación de personal y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

Tabla 24

Relación entre la dimensión capacitación de personal y la competitividad empresarial

Capacitación de personal	Competitividad empresarial		
	Correlación de Pearson	Sig. (bilateral)	N
	,562**	0.000	110

Interpretación:

La tabla 24 da a conocer que la significancia bilateral es $0.000 < 0.05$. Donde la hipótesis nula (H_0) pasa a ser rechazada y la hipótesis alterna (H_a), aceptada; dicho de otra manera, la dimensión capacitación de personal tiene una relación significativa con la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el área distrital de Miraflores, Lima – 2022.

Contrastación de hipótesis 3

H_a: Existe relación entre la dimensión estrategias de innovación y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

H₀: No existe relación entre la dimensión estrategias de innovación y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

Tabla 25

Relación entre la dimensión estrategias de motivación y la competitividad empresarial

Estrategias de motivación	Competitividad empresarial		
	Correlación de Pearson	Sig. (bilateral)	N
	,454**	0.000	110

Interpretación:

La tabla 25 da a conocer que la significancia bilateral es $0.000 < 0.05$. la hipótesis nula (H_0) pasa a ser rechazada y la hipótesis alterna (H_a), aceptada; dicho de otra manera, la dimensión estrategias de motivación tiene una relación significativa con la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2021.

Contrastación de hipótesis 4

H_a: Existe relación entre la dimensión evaluación de desempeño y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

H₀: No existe relación entre la dimensión evaluación de desempeño y la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.

Tabla 26

Relación entre la dimensión evaluación de desempeño y la competitividad empresarial

Evaluación de desempeño	Competitividad empresarial		
	Correlación de Pearson	Sig. (bilateral)	N
	,523**	0.000	110

Interpretación:

La tabla 26 da a conocer que la significancia bilateral es $0.000 < 0.05$. Donde la hipótesis nula (H_0) pasa a ser rechazada y la hipótesis alterna (H_a), aceptada; dicho de otra manera, la dimensión evaluación de desempeño tiene una relación significativa con la competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el área distrital de Miraflores, Lima – 2022.

4.1.1. Discusión de resultados

Se descubre en el estudio que la gestión del talento humano y la competitividad presenta ($r= ,590$; $p < ,000$) denotando una correlación alta. Presenta semejanza en lo propuesto por Iturralde et al. (2020) donde se evidencia que la gestión del talento humano está integrada al triunfo competitivo con un valor de significación de ($r= ,035$; $p < ,031$) de correlación de Pearson positiva baja. Estos resultados pueden complementar la noción encontrada también en el estudio de (García et al., 2020), quien también encontró que la competitividad y la sostenibilidad son condicionantes del desarrollo de competencias en el sector gerencial en las empresas de turismo, de manera similar con los hallazgos de Iturralde et al. (2020), quien encontró que la gestión del talento humano se relaciona con un incremento en la competitividad empresarial.

Desde una perspectiva teórica esto tiene sustento, en la medida que desde la etapa de la selección en base a las características de los puestos de trabajo se busca sumar las competencias personales de los aspirantes al puesto de trabajo con el objetivo de incrementar el capital humano de la empresa (Armstrong & Taylor, 2014), proceso que se forma y potencializa mediante el uso de estrategias de capacitación del personal, mismo que parte del diagnóstico de las necesidades de capacitación que los colaboradores requieran y concluye cuando se evalúan los resultados obtenidos con el programa de capacitación (Chiavenato, 2019) con respecto a los requerimientos para mejorar la competitividad empresarial.

El trabajo presenta relación entre la gestión del talento humano y la competitividad empresarial de ($r= ,590$; $p < ,000$) expresando correlación alta. Esto se relaciona con lo propuesto por Maldonado (2019) quien ejecutó un estudio donde demostró que la pertenencia de la comunicación y el compromiso organizacional se consideraron como los aspectos mejor puntuados. En ese sentido,

la gestión del talento humano al tener un componente expresado en términos de las estrategias de innovación como indicadores de la mejora en los procesos comunicativos, en el desarrollo del presente estudio también se encontró un coeficiente de correlación de $r = ,454$; $p < ,000$, el mismo que evidencia la necesidad que tienen las empresas por desarrollar procesos comunicativos que incrementen las posibles conexiones emocionales que puedan surgir entre los colaboradores y las estrategias de fomento de las capacidades.

La presente investigación evidencia ($r = ,590$; $p < ,000$) donde existe relación significativa entre la dimensión capacitación de personal y la competitividad empresarial ofreciendo una correlación positiva alta. Lo referido tiene relación con lo realizado por Navarro et al. (2018) quien demostró que la agencia de viajes CRISTYVIAJES encuentra su ventaja competitiva en el servicio brindado a sus clientes en tanto busca brindarles un mayor bienestar al viajar. De esta manera, se concluyó que las agencias de viajes resultan una opción atractiva de MIPYME en tanto permite viajar a diversos destinos a precios preferenciales y otorga un trato directo al cliente con el objetivo de garantizar una gratificante experiencia, esto en concordancia con lo que también expuso Glusac (2020) y Braintrust (2020) al encontrar que en los últimos años las empresas de viajes y turismo ofrecen adecuados estándares de comodidad y asesoramiento, tendencia que puede potencializarse mediante una adecuada gestión del talento humano en un contexto en el que se busca incrementar la competitividad de las empresas de dicho sector.

En esta investigación, la gestión del talento humano y la competitividad presenta ($r = ,590$; $p < ,000$), por tanto, se evidencia una correlación positiva alta. En la investigación de Conopuma (2022) presenta relación con el presente trabajo. Mediante la asociación que se presenta entre la competitividad y la gestión del talento humano, donde ($r = ,590$; $p > 0,723$) entre docentes de centros educativos en el Perú. Estos resultados también dan fe de la interseccionalidad de las

variables en casi todos los sectores que incluyan la prestación de un servicio público o privado; en concordancia con el carácter general de las prestaciones que las organizaciones otorgan a sus colaboradores, en forma de recompensas bajo la consigna de remuneraciones económicas de índole directa o indirecta, y otras de índole extra económica que los supervisores crean convenientes (Chiavenato, 2019), las cuales generan sentimientos de reconocimiento y satisfacción entre los miembros del equipo, contribuyendo sobre la satisfacción laboral e indirectamente sobre su rendimiento y el de la organización.

En esta investigación se presenta relación entre la competitividad empresarial y la gestión del talento humano de ($r = ,590$; $p < ,000$) expresando correlación alta. Se relaciona con lo presentado por Muñoz (2022) quien demostró la manera en que la gestión del talento humano guarda asociación con la competitividad de los servidores de la Red de Salud Datem del Marañón presentando ($r = 0,889$; $P > 0,7913$) los resultados difieren del trabajo académico realizado, de este modo la hipótesis nula pasó a ser aceptada y la hipótesis alterna, rechazada; también del estudio de Machuca et al. (2019), quien implementó un plan de gestión que potencia estrategias que ofrezcan soporten y garanticen la competitividad a nivel de mandos medios donde los resultados difieren de la investigación realizada, puesto que la hipótesis nula es admitida y la alternativa, rechazada, dicho de otra manera, no hay relación significativa entre las variables escogidas para el estudio. Por el contrario, en la investigación presentada por Avalos (2021), busco estudiar la relación entre la competitividad y la gestión del talento donde ($r = ,804$; $p < 0,05$) los resultados presentan coherencia en relación al presente estudio demostrando una correlación positiva alta, también con lo estudiado por Huayhua (2018) quien busco determinar la relación en la gestión estratégica y la competitividad, los resultados evidenciaron que existe una relación estadística positiva alta.

También se encontró que existe una relación $r = ,556$; $p > ,000$ entre la selección de personal y la competitividad empresarial, complementando el análisis teórico de Chiavenato (2019), quien encontró que el área de recursos humanos de la organización tiene la obligación de diseñar y analizar los puestos necesarios para la empresa mediante estrategias como la técnica de los incidentes críticos en los que queden reflejadas las habilidades idóneas en los candidatos, mismas que al permitir evaluar las competencias de los postulantes permiten incrementar la disponibilidad de competencias más modernas en la entidad (Armstrong & Taylor, 2014). Desde una perspectiva empírica, en el estudio de Piteres et al. (2018) también se concluyó que la gestión de los recursos humanos en el contexto de una adecuada selección de personal deriva en la generación de ventajas competitivas en el mercado favorables a la empresa.

Se encontró una relación $r = ,562$; $p > ,000$ entre la capacitación del personal y la competitividad empresarial, evidenciándose una relación media entre ambas, contexto que también se encontró en el diagnóstico presentado en el estudio de Machuca et al. (2019), quienes evidenciaron la necesidad de que la empresa participe en los procesos de inducción y capacitación en un marco de incremento de la competitividad en la organización, o el estudio de Maldonado y Pérez (2019), quienes encontraron que en el contexto en el que desarrollaron su investigación era necesario potenciar los procesos de capacitación a fin de mejorar la competitividad de la organización.

Existió una relación $r = ,556$; $p > ,000$ entre las estrategias de motivación y la competitividad empresarial, resultado que complementa el apartado teórico de Kahn (2018), quien menciona que las estrategias de innovación implican procesos de innovación a nivel de los modelos de ingresos y empresariales, abordando formas de gestión y la administración de los entornos laborales. Similar fue la postura de Piteres et al. (2018) al encontrar que el potenciar las competencias de los miembros de la organización y mediante el fomento de la innovación para resolver problemas

permite incrementar las ventajas de la organización frente a sus competidores. La innovación también se puede alinear a contextos en los cuales se requiere incrementar las competencias del talento humano con base a herramientas propias de la gestión estratégica, tal y como se encontró en la investigación de (Huayhua, 2018).

Se evidenció una relación $r = ,523$; $p > ,000$ entre la evaluación del desempeño y la competitividad empresarial, resultados que coinciden con las nociones teóricas expuestas por Fogaca et al. (2018), quienes asumen que el desempeño laboral permite evaluar las competencias de los colaboradores con respecto a sus tareas y compromiso laboral; razón por la cual mediante la presente investigación se confirmaría que la ejecución de procesos de desempeño permitiría entender hasta qué punto los colaboradores cumplen con el perfil requerido para garantizar la competitividad de la empresa, incluyendo la formulación de acciones correctivas que permitan corregir aquellas falencias detectadas (Robbins & Coulter, 2014).

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Se pudo considerar en el presente estudio tres conclusiones y recomendaciones

Primera: Se diagnostica que el implementar estrategias que promuevan la gestión del talento tiene repercusiones de suma significancia sobre la competitividad de la agencia de viajes, asimismo, el haber realizado un proceso de selección adecuado considerando los perfiles de puesto en relación a las competencias requeridas, favorecen sobremanera en la competitividad empresarial en agencias de viaje.

Segunda: De mismo modo, el generar espacios de capacitación constante sobre el talento humano permiten actualizar las competencias fundamentales para el desarrollo de la competitividad en agencias de viaje.

Tercera: Asimismo, el implementar estrategias que optimicen los procesos y servicios favorecen en la mejora de la competitividad, esto se puede observar mediante evaluaciones constantes que permitan diagnosticar el estado actual de los procesos y revisar cuales son los pros y contra en cada uno de ellos. Favoreciendo a los procesos que permiten al talento la practicidad necesaria para cumplir metas que se verán reflejados en la competitividad total de las agencias de viaje.

5.2 Recomendaciones

Primera: Implementar estrategias, que vayan en relación a la coyuntura que se puedan presentar, también, considerar que los estudios en selección de personal están en constante actualización no estaría de más constar con el apoyo de profesionales que se encuentren en práctica constante para que puedan ofrecer los perfiles laborales necesarios considerando las necesidades actuales del mercado turista.

Segunda: La capacitación constante es de suma importancia para generar nuevos saberes sobre el talento humano, pero no solo enfocarse en capacitar en el sentido laboral, sino también, ofrecer talleres que puedan favorecer la socialización el dialogo entre colaboradores.

Tercera: El desarrollo de estrategias van de la mano con el contexto, es importante que más allá de la cultura organizacional de la empresa, saber adaptarse a las nuevas circunstancias

que puedan estar atravesando el entorno social favorece sobre manera en cómo afrontar y aprovechar determinadas circunstancias, del mismo modo, las evaluaciones pueden ser más efectivas siempre y cuando puedan tener intervalos razonables de aplicación en relación a fechas festivas o fechas de ingresos. de esto modo optimizar ingresos y egresos.

REFERENCIAS

- Aboubakr, R. M., & Bayoumy, H. M. M. (2022). Evaluating educational service quality among dentistry and nursing students with the SERVQUAL model: A cross-sectional study. *Journal of Taibah University Medical Sciences*, 17(4), 648-657. <https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2022.01.009>
- Afolabi, T. (2021). Impact of Credit Management Strategies on loan performance among microfinance banks In Nigeria. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 25(4), 1–10. <https://search.proquest.com/openview/52ef47118759330e619c7d16f18c1f8a/1?pq-origsite=gscholar&cbl=29414>
- Aliu, M., & Çollaku, B. (2021). Impact of Non-Performing Loans on Bank's Profitability: Empirical Evidence from Commercial Banks in Kosovo. *Journal of accounting finance and auditing studies (JAFAS)*, 7(3), 226–242. <https://doi.org/10.32602/jafas.2021.027>
- Arechavaleta, E. (2015). *Estrategias de Comercialización*. OmniaScience.
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting. <https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Armstrong, M., & Taylor, S. (2014). *A Handbook of Human Resource Management Practice* (13th ed.). Kogan Page Limited.
- Avalos, N. (2021). *Gestión del Talento Humano y Competitividad de la empresa inmobiliaria Grupo EM Constructores S.A.C. Miraflores - 2019* [Tesis de grado, Universidad Autónoma del Perú] Repositorio Académico de Universidad Autónoma del Perú. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1957/Avalos%20Cotr%20ina%20Norma%20Geraldine.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Babii, A., & Nadeem, S. (2021) *El turismo en el mundo tras la pandemia*. Fondo Monetario Internacional.
- Blázquez, P. (2021, enero, 21). *La pandemia se llevará por delante el 25% de las agencias de viajes*. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/economia/20220121/8001989/crisis-pandemia-covid-agencias-de-viajes-turismo.html>
- Braintrust. (2020, diciembre, 16). *Las agencias de viaje se reinventan y salen reforzadas de la crisis*. Braintrust. <https://www.braintrust-cs.com/agencias-viajes-reforzadas-crisis/>

- Chaverri, D. (2017). Delimitación y justificación de problemas de investigación en ciencias sociales. *Revista ciencias sociales*, 157(3), 185–193.
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/32189/31845>
- Chiavenato, I. (2019). *Administración de Recursos Humanos- El capital humano de las organizaciones*. Mc Graw Hill.
- Codas, M. (2012). Evolución del Concepto de Competitividad. *Revista Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 3(8), 75–82.
<https://www.redalyc.org/pdf/2150/215025114007.pdf>
- Conopuma, J. (2022). *Políticas de gestión del Talento Humano y competitividad en instituciones educativas de la UGEL 15, Huarochirí - 2021*. [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Académico UCV.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/81465>
- Dahiya, S., & Rath, R. (2021). Talent Management and Its Impact on Organizational Commitment and Turnover Intention : A Literature Review. *The IUP Journal of Organizational Behavior*, 20(3), 22–40.
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=0972687X&AN=154836624&h=sVfuszN%2F1Tm0LcXtfav%2FnXpdC1JNWKgVdq4H36Vuukl0KvXUVQDrpAfnPE%2FzD0hHBiKlyA1xebCIZjcYGH7Q9w%3D%3D&crl=c>
- Daries, J., Jaime, V., & Bucaram, S. (2021). *Evolución del turismo en Perú 2010-2020, la influencia del COVID-19 y recomendaciones pos-COVID-19: nota sectorial de turismo*.
<https://doi.org/10.18235/0003489>
- Deloitte. (2021). *Viajar en un mundo post-COVID*. Recuperado el 11 de febrero de 2023, de <https://www2.deloitte.com/pe/es/pages/consumer-business/articles/viajar-en-un-mundo-post-covid.html>
- Esmailpour, J., Aghabayk, K., Aghajanzadeh, M. & Gruyter, C. De. (2022). Has COVID-19 changed our loyalty towards public transport ? Understanding the moderating role of the pandemic in the relationship between service quality, customer satisfaction. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. 162. 80-103.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0965856422001446>

- Fernández, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu Emprendedor TES*, 4(3), 65–76. <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- Flores, C., & Flores, K. (2021). Pruebas para comprobar la normalidad de datos en procesos productivos: Anderson-Darling, Ryan-Joiner, Shapiro-Wilk y Kolmogórov-Smirnov. *Societas*, 23(2), 83–97. <https://revistas.up.ac.pa/index.php/societas/article/view/2302>
- Fogaca, N., Barbosa, M., Campos, M., Pereira, L., & Coehlo, F. (2018). Job Performance Analysis: Scientific Studies in the Main Journals of Management and Psychology from 2006 to 2015. *Performance Improvement Quarterly*, 24(3), 55–76. <https://doi.org/10.1002/piq>
- Gallego, J. (2018). Cómo se construye el marco teórico de la investigación. *Cadernos de Pesquisa*, 48(169), 830–854. <https://doi.org/10.1590/198053145177>
- García, A., Santana, C., & Guzmán, A. (2020). Modelo de la gestión del talento humano como desarrollo competitivo y sostenible, sector de Turismo en Santander, Colombia. *Revista de Investigaciones*, 15(2), 107–118. <http://www.udi.edu.co/revistainvestigaciones/index.php/ID/article/view/254>
- García, M. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento y Gestión*, 33, 93–124. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000200005&script=sci_abstract&tlng=en
- Glusac, E. (2020, agosto, 13). “¿Por qué son útiles las agencias de viaje en medio de la pandemia?”. AARP. <https://www.aarp.org/espanol/turismo/consejos-para-viajar/info-2020/agencias-de-viaje-durante-covid.html>
- González, A. (2020, noviembre, 18). Las agencias se preparan para una recuperación de los viajes al extranjero. *Autónomos y Emprendedor*. <https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/tu-negocio/agencias-preparan-recuperacion-viajes-extranjero/20201117165453023368.html>
- Hadijah, H. (2022). Implementation of Talent Management as a Strategy for Achieving Company Competitive Advantage. *International Journal Of Artificial Intelligence Research*, 6(1), 1–6. <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.379>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las Rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw.Hill.

- Horváthová, P. (2011). The application of talent management at human resource management in organization. *3rd International Conference on Information and Financial Engineering, Singapore*, 12 (1), 50–54. <https://docplayer.net/6972893-The-application-of-talent-management-at-human-resource-management-in-organization.html>
- Huaracha, J. (2019). *Gestión de empresas turísticas. Fundamentos y organización* (J. Huaracha (ed.)). Multiservicios Jesco. https://www.researchgate.net/profile/Jaime-Huaracha-Velasquez/publication/367161932_GESTION_DE_EMPRESAS_TURISTICAS_Fundamentos_y_Organizacion/links/63c42e20d9fb5967c2dc4855/GESTION-DE-EMPRESAS-TURISTICAS-Fundamentos-y-Organizacion.pdf
- Huayhua, N. (2018). *Importancia de la gerencia estratégica del Talento Humano y su influencia en la Competitividad de la empresa Corporación RyH Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada - Arequipa 2017*. [Tesis de titulación, Universidad Nacional de San Agustín] Repositorio de la Universidad Nacional de San Agustín. <https://repositorio.unsa.edu.pe/items/f4a7b8ab-93dc-4230-8de9-1c515e506ac3>
- Ingram, T., LaForge, R., Avila, R., Schwepker, C., & Williams, M. (2006). *Sales Management: Analysis and Decision Making* (6th ed.). Thomson South-Western.
- Inguillay, L., Tercero, S., & López, J. (2020). Ética en la investigación científica. *Imaginario Social*, 3(1), 42–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.31876/is.v3i1.10>
- Iturralde, K., Paltan, J., Ollague, J., & Pacheco, A. (2020). La Gestión del Talento Humano como factor determinante del éxito competitivo de las medianas empresas Machaleñas. 593 *Digital Publisher CEIT*. 5(6–1), 342–359. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.433>
- Jindal, P., y Shaikh, M. (2021). Talent Retention: a Mediator of the Relationship Between Talent Management Strategies and Succession Planning. *Asian Academy of Management Journal*, 26(2), 117–142. <https://doi.org/10.21315/aamj2021.26.2.6>
- Kahn, K. B. (2018). Understanding innovation. *Business Horizons*, 61(3), 453–460. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.01.011>
- Kerin, R., Hartley, S., & Rudelius, W. (2014). *Marketing* (11va ed.). McGraw-Hill.
- Kravariti, F., Voutsina, K., Tasoulis, K., Dibia, C., & Johnston, K. (2021). Talent management in hospitality and tourism: a systematic literature review and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(1), 321–360. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-03-2021-0365/full/html>

- García, M. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento y Gestión*, 33, 93–124.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000200005&script=sci_abstract&tlng=en
- Machuca, G., Meza, S., & Rivas, Y. (2019). Gestión del talento para la competitividad de una empresa de la gran minería en Perú [Tesis de maestría, Universidad del Pacífico]. Repositorio Académico de Tesis-UP. <https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/2430>
- Maldonado, A., & Pérez, M. (2019). El Talento Humano: la clave del éxito para el mejoramiento de la competitividad de las empresas. *Revista Científica Agroecosistemas*, 7(1), 68–74.
<https://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/245>
- Mampis, N. (2019). Gestión del Talento Humano y el Desarrollo del Turismo Sostenible en la región Lima, año 2016. [Tesis de licenciatura, Universidad Alas Peruanas]. Repositorio Académico UAL.
https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/6477/Gesti%c3%b3n_Talento%20humano_Desarrollo%20del%20turismo_Sostenible.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Miranda, R. (2019, setiembre, 13). ¿La agencia de viajes ha muerto? Entorno Turístico.
<https://www.entornoturistico.com/la-agencia-de-viajes-ha-muerto/>
- Molina, D., & Sánchez, A. (2016). Factores de competitividad orientados a la pequeña y mediana empresa (PYME) en Latinoamérica: Revisión de la literatura. *Revista San Gregorio*, 15, 104–111.
<http://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/275>
- Muñoz, C. (2015). *Metodología de la Investigación*. Oxford University Press México, S.A. de C.V.
- Muñoz, D. (2022). *Gestión del talento humano y competitividad de los servidores de la Red de Salud Datem del Marañón - 2021*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo] Repositorio Académico UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/79500>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación*. Angewandte Chemie International Edition.
- Navarro, O., Gracián, G., & Ferrer, W. (2018). La calidad del capital humano una vertiente positiva en la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas enfocada en la empresa

- Cristy Viajes. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 26–33.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200026
- Ozkan, R., & Soner, E. (2023). Talent management strategies and functions: a systematic review. *Industrial and Commercial Training*, 55(1), 93–111.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ICT-01-2022-0007/full/html>
- Palacios, D. (2020). *Descripción de la gestión del talento humano en el turismo de aventura - senderismo en la Agencia de Viajes Diamir, región Cusco – 2019*. [Tesis de Titulación, Universidad Andina del Cusco]. Repositorio Académico de Universidad Andina del Cusco.
https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3513/David_Tesis_bac_hiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Piteres, R., Marcos Cabarcas, & Hugo Gaspar. (2018). The human resource factor of competitiveness in the health sector. *Investigación e Innovación en Ingenierías*, 6(1), 93–101. <https://doi.org/https://10.17081/invinno.6.1.2778>
- Ponce, M., & Pasco, M. (2018). *Guía de Investigación en Gestión* (2a ed.). Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Ponceca, M. (2022). *Gestión del talento humano y el desempeño laboral en el Recreo Ecoturístico La Tullpa, Andahuaylas - Apurímac - 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Alas Peruanas]. Repositorio Académico de Alas Peruanas.
https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10451/Tesis_Gestión.TalentoHumano_DesempeñoLaboral_RecreoEcoturístico_LaTullpa_Apurímac.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2014). *Administración* (12a ed.). Pearson Education.
https://www.academia.edu/40068703/ROBBI_NS_COULTER_ADMINISTRACION_12a_EDICION_ADMINISTRACION_12a_EDICION
- Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2012). *Finanzas corporativas*. McGraw-Hill Education.
https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/libro-finanzasross.pdf
- Salome, I., Ayotunde, O. & Samuel, O. (2022). From service quality to e-service quality: measurement, dimensions and model. *Journal of Management Information y Decision Sciences*, 25(1), 1–15. <https://arxiv.org/abs/2205.00055>

- Sanchez-Carlessi, H., Reyes-Romero, C., & Mejía-Sáenz, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Universidad Ricardo Palma.
- Sánchez, B. (2019). *Planeamiento Estratégico y Competitividad en la Agencia de Viajes Futurismo S.A.C. – Lima – 2019*. [Tesis de Titulación, Universidad Cesar Vallejo].
Repositorio Académico UCV.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87582/S%c3%a1nchez_MB_I-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Universidad Ricardo Palma.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students* (5a ed.). Pearson Education Limited.
- Valdés, D., & Fergusson, L. (2015). Procedimiento para la formulación de estrategias comerciales en una agencia de viajes receptiva de Santiago de Cuba. *Anuario de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Número especial*.
<https://anuarioeco.uo.edu.cu/index.php/aeco/article/view//551>
- Zheng, B., Wang, H., Golmohammadi, A.-M. & Goli, A. (2022). Impacts of logistics service quality and energy service of Business to Consumer (B2C). *Sustainable Energy Technologies and Assessments*, 52, 1-10.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S221313882200385X>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título de la investigación: Gestión del Talento Humano y su relación con la Competitividad Empresarial en Agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima 2022.



Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Diseño metodológico
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es la relación entre la Gestión del Talento Humano y la competitividad empresarial en las Agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima, 2022?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación entre la Gestión del Talento Humano y la competitividad empresarial en las Agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima, 2022.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe una relación significativa entre la Gestión del Talento Humano y la competitividad empresarial en las Agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima, 2022.</p>	Gestión del Talento Humano	<p>Tipo de investigación: Básica</p> <p>Método y diseño de la investigación: Cuantitativo</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>¿Cuál es la relación entre la Selección de personal y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Identificar la relación entre la Selección de personal y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.</p>	<p>Hipótesis Específicas</p> <p>Existe una relación significativa entre la Selección de personal y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.</p>	Competitividad empresarial	<p>Diseño correlacional y no experimental.</p>
<p>¿Cuál es la relación entre el Aprendizaje y Desarrollo y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022?</p>	<p>Establecer la relación entre el Aprendizaje y Desarrollo y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.</p>	<p>Existe una relación significativa entre el Aprendizaje y Desarrollo y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.</p>		<p>Población: Agencias de viajes del distrito de Miraflores.</p> <p>Muestra: 110</p>
<p>¿Cuál es la relación entre la Retención del personal y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022?</p>	<p>Determinar la relación entre la Retención del personal y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.</p>	<p>Existe una relación significativa entre la Retención del personal y la Competitividad empresarial en las agencias de viaje ubicadas en el distrito de Miraflores, Lima – 2022.</p>		

Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables

Variable 1: Gestión del talento humano

Definición operacional: La variable ha sido dimensionada en cuatro dimensiones con sus respectivos indicadores y un total de 18 ítems organizados en una encuesta.

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Escala valorativa
Gestión del Talento Humano	Proceso enfocado en identificar, retener, desarrollar el talento de los empleados (Jindal y Shaikh, 2021).	La variable ha sido dimensionada en cuatro dimensiones con sus respectivos indicadores y un total de 18 ítems organizados en una encuesta.	Selección de personal Capacitación de personal Estrategias de motivación Evaluación de desempeño	Exigencias del área Perfil del postulante Comunicación organizacional Innovación Reconocimiento Salarios y beneficios Productividad Objetivos cumplidos Inversión en formación y desarrollo de los empleados Inversión en dirección y gestión	Ordinal/Likert	1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre

Variable 2: Competitividad empresarial

Definición operacional: La variable ha sido dimensionada en cinco dimensiones con sus respectivos indicadores y un total de 14 ítems organizados en una encuesta.

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Escala valorativa
Competitividad empresarial	Capacidad que un ente empresarial posee a fin de lograr una posición competitiva positiva y obtener un desempeño superior a las empresas con las que compete (Luisa y García, 2012).	La variable ha sido dimensionada en cinco dimensiones con sus respectivos indicadores y un total de 14 ítems organizados en una encuesta.	Capacidad en innovación	Inversión I+D Inversión en formación y desarrollo de los empleados Inversión en dirección y gestión	Ordinal/Likert	1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo
		Rentabilidad	Margen de utilidad neta Rendimiento sobre el patrimonio Nivel de ventas			
		Satisfacción del cliente	Calidad de servicio			
		Recursos humanos	Nivel de responsabilidad			
		Participación de mercado	Principales competencias			

Anexo 3: Instrumentos:

Cuestionario sobre Gestión del Talento Humano

Indicaciones: El presente cuestionario contiene una serie de afirmaciones que permitirán realizar un acercamiento sobre cómo es la Gestión del Talento Humano en la empresa. Para ello se requiera respuesta con la mayor sinceridad posible, de acuerdo como piense o actúe. Con respecto a cada ítem marca con una X, según la siguiente escala de valoración:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

N°	Ítems	Escala de medición				
		1	2	3	4	5
Selección de personal						
1	¿Las plazas vacantes se realizan de acuerdo a las exigencias del área?					
2	¿El personal seleccionado cumple el perfil requerido en el área?					
3	¿Son designados democráticamente los equipos de trabajo?					
4	¿Los funcionarios cumplen su gestión teniendo en cuenta las necesidades del área de trabajo?					
Capacitación de personal						
5	¿El clima laboral es idóneo en su área de trabajo?					
6	¿Entre los colaboradores del área de trabajo existe una comunicación efectiva?					
7	¿Con que frecuencia es capacitado en el área de trabajo?					
8	¿Las capacitaciones son relevantes para mejorar su área de trabajo?					
9	¿Los funcionarios admiten sus ideas innovadoras en su área de trabajo?					
10	¿El clima laboral es idóneo en su área de trabajo?					
Estrategias de motivación						
11	¿Los funcionarios y sus compañeros reconocen su labor realizada?					
12	¿Las autoridades le brindan algún reconocimiento o incentivo por haber cumplido el objetivo en el área?					
13	¿El salario percibido es acorde a sus perspectivas?					
Evaluación de desempeño						
14	¿Los funcionarios conducen de manera activa los procesos de planificación, organización, ejecución y evaluación en los colaboradores?					

15	¿Reúne todas las facilidades para cumplir sus objetivos plasmados en su área de trabajo?					
16	¿Con que frecuencia se evalúa a los colaboradores del área en cuanto a la productividad?					
17	¿Con la finalidad de cumplir con los objetivos plasmados la evaluación a los colaboradores es permanente?					
18	¿Los funcionarios controlan el uso óptimo del tiempo, del material de la institución para garantizar el buen manejo de los recursos logísticos?					

Cuestionario sobre Competitividad empresarial

Indicaciones: El presente cuestionario contiene una serie de afirmaciones que permitirán realizar un acercamiento sobre cómo es la Gestión del Talento Humano en la empresa. Para ello se requiera responda con la mayor sinceridad posible, de acuerdo como piense o actúe. Con respecto a cada ítem marca con una X, según la siguiente escala de valoración:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Nº	Ítems	Escala de medición				
		1	2	3	4	5
Capacidad de innovación						
1	La agencia de viajes realiza una inversión constante en investigaciones de mercado y tecnologías para su permanencia en el mercado.					
2	La agencia de viajes debería disponer de una página web que le permite el e-commerce.					
3	La agencia de viajes está innovando constantemente en nuevas formas de atender a los clientes.					
4	La agencia de viajes realiza adecuadamente capacitaciones y talleres dirigido a sus empleados.					
5	La agencia de viajes promueve la participación de sus empleados a seminarios y conferencias.					
6	Hay inversión en la contratación de empleados especializados para cada área.					
7	La agencia de viajes invierte en la participación en workshops nacionales e internacionales.					
Rentabilidad						
8	Consideras que la ganancia de la agencia de viajes es alta en relación a la de sus competidores.					
9	Las ganancias de la agencia de viajes son altas respecto a las inversiones que se realizan frecuentemente.					
10	El volumen de ventas de la agencia de viajes es alto en comparación con sus más cercanos competidores.					
Satisfacción del cliente						
11	Consideras que el servicio que ofrece la agencia de viajes es de alta calidad.					
Recursos humanos						
12	El personal de la agencia de viajes asume la responsabilidad ante un problema presentado en el trabajo.					
Participación de mercado						
13	La agencia de viajes conoce a sus competidores más cercanos en el mercado.					
14	Consideras que los servicios de la agencia de viajes se diferencian del resto de sus competidores					

Anexo 4: Validación de los instrumentos de medición a través de juicio de expertos

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magíster/Doctor:

Héctor ~~Munives~~

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Administración en Turismo y Hotelería requiero validar los instrumentos a fin de recoger la información necesaria para desarrollar mi investigación, con la cual optaré el grado de licenciado en Turismo y Hotelería.

El título nombre de mi proyecto de investigación es “Gestión del talento humano y su relación con la competitividad empresarial en agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima 2022” y, debido a que es imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de gestión de recursos humanos.

El expediente de validación que le hago llegar contiene:

Carta de presentación

Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones

Matriz de operacionalización de las variables

Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole los sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecer por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Claudia Daniela Taype Postigo

DNI: 47160679

**GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL
EN AGENCIAS DE VIAJE DEL DISTRITO DE MIRAFLORES, LIMA 2022**

N ^o	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Observaciones
Variable 1: Gestión del Talento Humano								
DIMENSIÓN 1: Selección de personal								
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	¿Las plazas vacantes se realizan según las exigencias del área?	x		x		x		
2	¿El personal escogido cumple con el perfil requerido en el área?	x		x		x		
3	¿Son designados de manera democrática en los equipos de trabajo?	x		x		x		
4	¿Los funcionarios cumplen su gestión considerando las necesidades del área de trabajo?	x		x		x		
DIMENSIÓN 2: Capacitación de personal								
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
5	¿El clima laboral es idóneo en su área de trabajo?	x		x		x		
6	¿Existe una comunicación efectiva entre los colaboradores del área de trabajo?	x		x		x		
7	¿Con qué frecuencia es capacitado en el área de trabajo?	x		x		x		
8	¿Las capacitaciones son importantes para mejorar su área de trabajo?	x		x		x		
9	¿Los funcionarios admiten sus ideas innovadoras en su área de trabajo?	x		x		x		
DIMENSIÓN 3: Estrategias de motivación								
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
10	¿Los funcionarios y sus compañeros reconocen su labor realizada?	x		x		x		
11	¿Las autoridades le otorgan algún incentivo o reconocimiento por haber cumplido el objetivo en el área?	x		x		x		
12	¿El salario percibido es acorde a sus perspectivas?	x		x		x		
DIMENSIÓN 4: Evaluación de desempeño								
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
13	¿Los funcionarios conducen de forma activa los procesos de planificación, organización, ejecución y evaluación en los colaboradores?	x		x		xx		

14	¿Reúne todas las facilidades para cumplir sus objetivos plasmados en su área de trabajo?	x		x		x	
15	¿Con que frecuencia se evalúa a los colaboradores del área en cuanto a la productividad?	x		x		x	
16	¿Con la finalidad de cumplir con los objetivos plasmados la evaluación a los colaboradores es permanente?	x		x		x	
17	¿Los funcionarios controlan el uso óptimo del tiempo, del material de la institución para garantizar el buen manejo de los recursos logísticos?	x		x		x	
18	¿Los resultados de la supervisión y/o monitoreo que han sido evaluados se le comunica al jefe inmediato para implementar acciones de mejoras?	x		x		x	
Variable 2: Competitividad empresarial							
DIMENSIÓN 1: Capacidad en innovación							
		Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	La agencia de viajes invierte constantemente en investigaciones de mercado y tecnologías para su permanencia en el mercado.	x		x		x	
2	La agencia de viajes debería disponer de una página web que le permita el comercio electrónico.	x		x		x	
3	La agencia de viajes innova de manera constante en nuevas formas de atención al cliente.	x		x		x	
4	La agencia de viajes realiza adecuadamente talleres y capacitaciones dirigido a sus trabajadores.	x		x		x	
5	La agencia de viajes fomenta la participación de sus trabajadores a conferencias y seminarios.	x		x		x	
6	Hay inversión en la contratación de empleados especializados para cada área.	x		x		x	
7	La agencia de viajes invierte en la participación en workshops internacionales y nacionales.	x		x		x	
DIMENSIÓN 2: Rentabilidad							
		Sí	No	Sí	No	Sí	No
8	Consideras que la ganancia de la agencia de viajes es alta con relación a la competencia.	x		x		x	
9	Las ganancias de la agencia de viajes son altas en cuanto a las inversiones que se realizan de modo frecuente.	x		x		x	

10	El volumen de ventas de la agencia de viajes es alto en comparación con sus competidores más cercanos.	x		x		x	
DIMENSIÓN 3: Satisfacción del cliente		Sí	No	Sí	No	Sí	No
11	Consideras que el servicio ofrecido por la agencia de viajes es de alta calidad.	x		x		x	
DIMENSIÓN 4: Recursos humanos		Sí	No	Sí	No	Sí	No
12	El personal de la agencia de viajes asume la responsabilidad ante un problema presentado en el trabajo.	x		x		x	
DIMENSIÓN 5: Participación de mercado		Sí	No	Sí	No	Sí	No
13	La agencia de viajes conoce a sus competidores más cercanos en el mercado.	x		x		x	
14	Consideras que los servicios de la agencia de viajes se diferencian del resto de sus competidores	x		x		x	

¹ Pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² Relevancia: el ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota. Suficiencia: se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): __Por lo mostrado en el instrumento de la investigación de la señorita alumna sí hay suficiencia para el tema propuesto.

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [X]

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Arq. Munives Laya, Héctor

DNI: 10710116

Especialidad del validador: Arquitecto de Desarrollo de Proyectos y Docente Universitario

27 de Enero de 2023



Firma del experto informante

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magíster/Doctor:

Bárbara Isabel Ponce Ponce

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Administración en Turismo y Hotelería requiero validar los instrumentos a fin de recoger la información necesaria para desarrollar mi investigación, con la cual optaré el grado de licenciado en Turismo y Hotelería.

El título nombre de mi proyecto de investigación es “Gestión del talento humano y su relación con la competitividad empresarial en agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima 2022” y, debido a que es imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de gestión de recursos humanos.

El expediente de validación que le hago llegar contiene:

Carta de presentación

Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones

Matriz de operacionalización de las variables

Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole los sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecer por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Claudia Daniela Taype Postigo

DNI: 47160679

**GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL
EN AGENCIAS DE VIAJE DEL DISTRITO DE MIRAFLORES, LIMA 2022**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹	Relevancia ²	Claridad ³	Observaciones
Variable 1: Gestión del Talento Humano					
DIMENSIÓN 1: Selección de personal					
1	¿Las plazas vacantes se realizan según las exigencias del área?	Si	No	Si	No
2	¿El personal escogido cumple con el perfil requerido en el área?	Si	No	Si	No
3	¿Son designados de manera democrática en los equipos de trabajo?	Si	No	Si	No
4	¿Los funcionarios cumplen su gestión considerando las necesidades del área de trabajo?	Si	No	Si	No
DIMENSIÓN 2: Capacitación de personal					
5	¿El clima laboral es idóneo en su área de trabajo?	Si	No	Si	No
6	¿Existe una comunicación efectiva entre los colaboradores del área de trabajo?	Si	No	Si	No
7	¿Con qué frecuencia es capacitado en el área de trabajo?	Si	No	Si	No
8	¿Las capacitaciones son importantes para mejorar su área de trabajo?	Si	No	Si	No
9	¿Los funcionarios admiten sus ideas innovadoras en su área de trabajo?	Si	No	Si	No
DIMENSIÓN 3: Estrategias de motivación					
10	¿Los funcionarios y sus compañeros reconocen su labor realizada?	Si	No	Si	No
11	¿Las autoridades le otorgan algún incentivo o reconocimiento por haber cumplido el objetivo en el área?	Si	No	Si	No
12	¿El salario percibido es acorde a sus perspectivas?	Si	No	Si	No
DIMENSIÓN 4: Evaluación de desempeño					
13	¿Los funcionarios conducen de forma activa los procesos de planificación, organización, ejecución y evaluación en los colaboradores?	Si	No	Si	No

14	¿Reúne todas las facilidades para cumplir sus objetivos plasmados en su área de trabajo?					
15	¿Con que frecuencia se evalúa a los colaboradores del área en cuanto a la productividad?					
16	¿Con la finalidad de cumplir con los objetivos plasmados la evaluación a los colaboradores es permanente?					
17	¿Los funcionarios controlan el uso óptimo del tiempo, del material de la institución para garantizar el buen manejo de los recursos logísticos?					
18	¿Los resultados de la supervisión y/o monitoreo que han sido evaluados se le comunica al jefe inmediato para implementar acciones de mejoras?					
Variable 2: Competitividad empresarial						
DIMENSIÓN 1: Capacidad en innovación		Sí	No	Sí	No	Sí No
1	La agencia de viajes invierte constantemente en investigaciones de mercado y tecnologías para su permanencia en el mercado.					
2	La agencia de viajes debería disponer de una página web que le permita el comercio electrónico.					
3	La agencia de viajes innova de manera constante en nuevas formas de atención al cliente.					
4	La agencia de viajes realiza adecuadamente talleres y capacitaciones dirigido a sus trabajadores.					
5	La agencia de viajes fomenta la participación de sus trabajadores a conferencias y seminarios.					
6	Hay inversión en la contratación de empleados especializados para cada área.					
7	La agencia de viajes invierte en la participación en workshops internacionales y nacionales.	Sí	No	Sí	No	Sí No
DIMENSIÓN 2: Rentabilidad						
8	Consideras que la ganancia de la agencia de viajes es alta con relación a la competencia.					
9	Las ganancias de la agencia de viajes son altas en cuanto a las inversiones que se realizan de modo frecuente.					

10	El volumen de ventas de la agencia de viajes es alto en comparación con sus competidores más cercanos.	Si	No	Si	No	Si	No
DIMENSIÓN 3: Satisfacción del cliente							
11	Consideras que el servicio ofrecido por la agencia de viajes es de alta calidad.	Si	No	Si	No	Si	No
DIMENSIÓN 4: Recursos humanos							
12	El personal de la agencia de viajes asume la responsabilidad ante un problema presentado en el trabajo.	Si	No	Si	No	Si	No
DIMENSIÓN 5: Participación de mercado							
13	La agencia de viajes conoce a sus competidores más cercanos en el mercado.	Si	No	Si	No	Si	No
14	Consideras que los servicios de la agencia de viajes se diferencian del resto de sus competidores						

¹ Pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² Relevancia: el ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota. Suficiencia: se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable]

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr./Mg.

DNI: 07500488

Especialidad del validador: Dra en Turismo / Administr.

31..... de ...Enero... de 2023



Firma del experto informante

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magíster/Doctor:

Henri|Villavicencio

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Administración en Turismo y Hotelería requiero validar los instrumentos a fin de recoger la información necesaria para desarrollar mi investigación, con la cual optaré el grado de licenciado en Turismo y Hotelería.

El título nombre de mi proyecto de investigación es “Gestión del talento humano y su relación con la competitividad empresarial en agencias de viaje del distrito de Miraflores, Lima 2022” y, debido a que es imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de gestión de recursos humanos.

El expediente de validación que le hago llegar contiene:

Carta de presentación

Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones

Matriz de operacionalización de las variables

Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole los sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecer por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Claudia Daniela Taype Postigo

DNI: 47160679

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL
 EN AGENCIAS DE VIAJE DEL DISTRITO DE MIRAFLORES, LIMA 2022

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Observaciones
Variable 1: Gestión del Talento Humano								
DIMENSIÓN 1: Selección de personal								
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	¿Las plazas vacantes se realizan según las exigencias del área?	√		√		√		
2	¿El personal escogido cumple con el perfil requerido en el área?	√		√		√		
3	¿Son designados de manera democrática en los equipos de trabajo?	√		√		√		
4	¿Los funcionarios cumplen su gestión considerando las necesidades del área de trabajo?	√		√		√		
DIMENSIÓN 2: Capacitación de personal								
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
5	¿El clima laboral es idóneo en su área de trabajo?	√		√		√		
6	¿Existe una comunicación efectiva entre los colaboradores del área de trabajo?	√		√		√		
7	¿Con qué frecuencia es capacitado en el área de trabajo?	√		√		√		
8	¿Las capacitaciones son importantes para mejorar su área de trabajo?	√		√		√		
9	¿Los funcionarios admiten sus ideas innovadoras en su área de trabajo?	√		√		√		
DIMENSIÓN 3: Estrategias de motivación								
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
10	¿Los funcionarios y sus compañeros reconocen su labor realizada?	√		√		√		
11	¿Las autoridades le otorgan algún incentivo o reconocimiento por haber cumplido el objetivo en el área?	√		√		√		
12	¿El salario percibido es acorde a sus perspectivas?	√		√		√		
DIMENSIÓN 4: Evaluación de desempeño								
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
13	¿Los funcionarios conducen de forma activa los procesos de planificación, organización, ejecución y evaluación en los colaboradores?	√		√		√		

14	¿Reúne todas las facilidades para cumplir sus objetivos plasmados en su área de trabajo?	√	√	√		
15	¿Con que frecuencia se evalúa a los colaboradores del área en cuanto a la productividad?	√	√	√		
16	¿Con la finalidad de cumplir con los objetivos plasmados la evaluación a los colaboradores es permanente?	√	√	√		
17	¿Los funcionarios controlan el uso óptimo del tiempo, del material de la institución para garantizar el buen manejo de los recursos logísticos?	√	√	√		
18	¿Los resultados de la supervisión y/o monitoreo que han sido evaluados se le comunica al jefe inmediato para implementar acciones de mejoras?	√	√	√		
Variable 2: Competitividad empresarial						
DIMENSIÓN 1: Capacidad en innovación						
1	La agencia de viajes invierte constantemente en investigaciones de mercado y tecnologías para su permanencia en el mercado.	√	No	Sí	No	Sí No
2	La agencia de viajes debería disponer de una página web que le permita el comercio electrónico.	√		√		√
3	La agencia de viajes innova de manera constante en nuevas formas de atención al cliente.	√		√		√
4	La agencia de viajes realiza adecuadamente talleres y capacitaciones dirigido a sus trabajadores.	√		√		√
5	La agencia de viajes fomenta la participación de sus trabajadores a conferencias y seminarios.	√		√		√
6	Hay inversión en la contratación de empleados especializados para cada área.	√		√		√
7	La agencia de viajes invierte en la participación en workshops internacionales y nacionales.	√		√		√
DIMENSIÓN 2: Rentabilidad						
8	Consideras que la ganancia de la agencia de viajes es alta con relación a la competencia.	√	No	Sí	No	Sí No
9	Las ganancias de la agencia de viajes son altas en cuanto a las inversiones que se realizan de modo frecuente.	√		√		√

10	El volumen de ventas de la agencia de viajes es alto en comparación con sus competidores más cercanos.	√		√		√	
DIMENSIÓN 3: Satisfacción del cliente		Sí	No	Sí	No	Sí	No
11	Consideras que el servicio ofrecido por la agencia de viajes es de alta calidad.	√		√		√	
DIMENSIÓN 4: Recursos humanos		Sí	No	Sí	No	Sí	No
12	El personal de la agencia de viajes asume la responsabilidad ante un problema presentado en el trabajo.	√		√		√	
DIMENSIÓN 5: Participación de mercado		Sí	No	Sí	No	Sí	No
13	La agencia de viajes conoce a sus competidores más cercanos en el mercado.	√		√		√	
14	Consideras que los servicios de la agencia de viajes se diferencian del resto de sus competidores	√		√		√	

¹ Pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² Relevancia: el ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota. Suficiencia: se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **El trabajo de Investigación cumple satisfactoriamente todos los estándares de calidad en cada uno de sus componentes**

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [Si]

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr./Mg. Henri Villavicencio Gutiérrez

DNI: 08448963

Especialidad del validador: Magister en Administración Turismo y Hotelería

30 de ...Enero... de 2023



Firma del experto informante

Anexo 5: Formato para validar los instrumentos de medición a través de juicio de expertos

Definición conceptual de las variables y dimensiones

Variable 1: Gestión del talento humano

Dimensiones	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Escala valorativa (niveles o rangos)
Selección de personal	Proceso que funciona por medio de un filtro que posibilita el ingreso de personas a la organización.	Percepción de los colaboradores de las agencias de viaje con respecto a las exigencias del área y el perfil del postulante.	Exigencias del área Perfil del postulante	Ordinal/Likert	1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces
Capacitación de personal	Formación del personal tras la identificación de las necesidades de capacitación, la elección de los criterios de capacitación, su ejecución y un proceso evaluativo.	Percepción de los colaboradores de las agencias de viaje con respecto a la comunicación organizacional y la innovación logradas en el personal.	Comunicación organizacional Innovación		4: Casi siempre 5: Siempre
			Reconocimiento		

Variable 2: Competitividad empresarial.

Dimensiones	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Escala valorativa (niveles o rangos)
Capacidad en innovación	La capacidad de innovación está asociada a la introducción de nuevos productos y servicios.	Percepción de los colaboradores de las agencias de viaje con respecto a la inversión en investigación y desarrollo, en la formación y desarrollo de los empleados, además de la inversión en dirección y gestión.	Inversión I+D Inversión en formación y desarrollo de los empleados Inversión en dirección y gestión	Ordinal/Likert	1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo
Rentabilidad	Medida determinada a partir de la liquidez / solvencia (ratio deuda/capital), e indicadores de origen común, por ejemplo, la rentabilidad de los activos (ROA) y la rentabilidad del capital (ROE).	Percepción de los colaboradores de las agencias de viaje con respecto al margen de utilidad neta, el rendimiento sobre el patrimonio, y el nivel de ventas.	Margen de utilidad neta Rendimiento sobre el patrimonio Nivel de ventas		
Satisfacción del cliente	Es aquello que el cliente adquiere de dicho servicio y por el que está dispuesto a realizar un pago.	Percepción de los colaboradores de las agencias de viaje con respecto a la calidad del servicio ofertado.	Calidad de servicio		

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL
EN AGENCIAS DE VIAJE DEL DISTRITO DE MIRAFLORES, LIMA 2022

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Observaciones
Variable 1: Gestión del Talento Humano								
DIMENSION 1: Selección de personal								
1	¿Las plazas vacantes se realizan según las exigencias del área?	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
2	¿El personal escogido cumple con el perfil requerido en el área?							
3	¿Son designados de manera democrática en los equipos de trabajo?							
4	¿Los funcionarios cumplen su gestión considerando las necesidades del área de trabajo?							
DIMENSION 2: Capacitación de personal								
5	¿El clima laboral es idóneo en su área de trabajo?	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
6	¿Existe una comunicación efectiva entre los colaboradores del área de trabajo?							
7	¿Con qué frecuencia es capacitado en el área de trabajo?							
8	¿Las capacitaciones son importantes para mejorar su área de trabajo?							
9	¿Los funcionarios admiten sus ideas innovadoras en su área de trabajo?							
DIMENSION 3: Estrategias de motivación								
10	¿Los funcionarios y sus compañeros reconocen su labor realizada?	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
11	¿Las autoridades le otorgan algún incentivo o reconocimiento por haber cumplido el objetivo en el área?							
12	¿El salario percibido es acorde a sus perspectivas?							
DIMENSION 4: Evaluación de desempeño								
13	¿Los funcionarios conducen de forma activa los procesos de planificación, organización, ejecución y evaluación en los colaboradores?	Sí	No	Sí	No	Sí	No	

14	¿Reúne todas las facilidades para cumplir sus objetivos plasmados en su área de trabajo?						
15	¿Con que frecuencia se evalúa a los colaboradores del área en cuanto a la productividad?						
16	¿Con la finalidad de cumplir con los objetivos plasmados la evaluación a los colaboradores es permanente?						
17	¿Los funcionarios controlan el uso óptimo del tiempo, del material de la institución para garantizar el buen manejo de los recursos logísticos?						
18	¿Los resultados de la supervisión y/o monitoreo que han sido evaluados se le comunica al jefe inmediato para implementar acciones de mejoras?						
Variable 2: Competitividad empresarial							
DIMENSION 1: Capacidad en innovación		Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	La agencia de viajes invierte constantemente en investigaciones de mercado y tecnologías para su permanencia en el mercado.						
2	La agencia de viajes debería disponer de una página web que le permita el comercio electrónico.						
3	La agencia de viajes innova de manera constante en nuevas formas de atención al cliente.						
4	La agencia de viajes realiza adecuadamente talleres y capacitaciones dirigido a sus trabajadores.						
5	La agencia de viajes fomenta la participación de sus trabajadores a conferencias y seminarios.						
6	Hay inversión en la contratación de empleados especializados para cada área.						
7	La agencia de viajes invierte en la participación en workshops internacionales y nacionales.						
DIMENSION 2: Rentabilidad		Sí	No	Sí	No	Sí	No
8	Consideras que la ganancia de la agencia de viajes es alta con relación a la competencia.						
9	Las ganancias de la agencia de viajes son altas en cuanto a las inversiones que se realizan de modo frecuente.						

10	El volumen de ventas de la agencia de viajes es alto en comparación con sus competidores más cercanos.						
	DIMENSION 3: Satisfacción del cliente	Sí	No	Sí	No	Sí	No
11	Consideras que el servicio ofrecido por la agencia de viajes es de alta calidad.						
	DIMENSION 4: Recursos humanos	Sí	No	Sí	No	Sí	No
12	El personal de la agencia de viajes asume la responsabilidad ante un problema presentado en el trabajo.						
	DIMENSION 5: Participación de mercado	Sí	No	Sí	No	Sí	No
13	La agencia de viajes conoce a sus competidores más cercanos en el mercado.						
14	Consideras que los servicios de la agencia de viajes se diferencian del resto de sus competidores						

¹ Pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² Relevancia: el ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota. Suficiencia: se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficienNtes para medir la dimensión.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable []

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr./Mg.

DNI:

Especialidad del validador:

..... de de 2023

Firma del experto informante

Anexo 6: Confiabilidad del instrumento

Análisis de viabilidad del instrumento que mide: Gestión del talento humano

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,941	18

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	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Pregunta 1	65,2545	111,751	,569	,531	,940
Pregunta 2	65,1636	112,487	,631	,540	,938
Pregunta 3	65,4909	111,922	,545	,418	,940
Pregunta 4	65,2000	111,629	,675	,568	,938
Pregunta 5	65,2182	110,888	,678	,559	,937
Pregunta 6	65,2091	110,204	,684	,565	,937
Pregunta 7	65,5000	108,950	,666	,562	,938
Pregunta 8	64,9455	112,639	,540	,456	,940
Pregunta 9	65,3364	109,455	,721	,657	,937
Pregunta 10	65,1000	111,210	,724	,664	,937
Pregunta 11	65,2727	109,485	,768	,660	,936
Pregunta 12	65,6182	109,192	,615	,492	,939
Pregunta 13	65,7000	109,808	,660	,588	,938
Pregunta 14	65,4182	107,732	,804	,750	,935
Pregunta 15	65,2273	112,801	,617	,464	,939
Pregunta 16	65,5818	108,264	,708	,678	,937
Pregunta 17	65,4909	108,491	,733	,754	,936
Pregunta 18	65,3636	110,013	,670	,596	,938

Se visualiza la fiabilidad del primer instrumento obteniendo como resultado un $\alpha = ,941$.

Análisis de viabilidad del instrumento que mide: Competitividad empresarial

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,910	14

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	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Pregunta 1	53,2000	54,070	,682	,560	,902
Pregunta 2	52,5545	61,369	,162	,130	,919
Pregunta 3	52,9455	55,465	,588	,505	,905
Pregunta 4	53,1273	52,479	,762	,801	,898
Pregunta 5	53,1909	52,248	,752	,766	,898
Pregunta 6	53,2818	52,626	,749	,760	,899
Pregunta 7	53,2000	53,868	,654	,530	,903
Pregunta 8	53,2273	56,287	,586	,627	,905
Pregunta 9	53,3273	57,103	,544	,621	,907
Pregunta 10	53,2091	56,277	,547	,590	,907
Pregunta 11	52,8091	55,624	,658	,559	,903
Pregunta 12	52,9091	55,405	,610	,509	,904
Pregunta 13	52,7909	55,745	,632	,555	,904
Pregunta 14	52,8818	56,013	,682	,558	,902

Se visualiza la fiabilidad del primer instrumento obteniendo como resultado un $\alpha = ,910$.

Muchas Gracias