

Research Article

Human Talent Management to Improve Customer Service by Travel Companies in Riobamba

Human Talent Management to Improve Customer Service by Travel Companies in Riobamba

J Viñán^{*1}, D Viñán², M Miño³, and S Pinto³

V CONGRESO CIENTÍFICO
INTERNACIONAL DE LAS
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y FINANCIERAS FADE 2021

¹ESPOCH, Facultad de Administración de Empresas, Ecuador

²Hotel El Molino, Recepción.

³ESPOCH, Unidad de Admisión y Nivelación, Ecuador

ORCID

D viñan <https://orcid.org/0000-0001-5526-8539>

Corresponding Author: J

Viñán; email:

janneth.vinan@epoch.edu.e

Published: 6 October 2022

Production and Hosting by
Knowledge E

© J Viñán et al. This article is distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution License](#), which permits unrestricted use and redistribution provided that the original author and source are credited.

Abstract

This study attempts to put into practice the acquired knowledge in college readiness and daily living. Assuming that travel companies lack an efficient administrative organization and change needed in this era of knowledge and information, it is essential that human talent is motivated and that employees are clear about their obligations toward the company, allowing for the healthy development of human talent. That being said, it is important to prioritize a management plan for human talent in the tourism sector. This study aims to be a guide for improving the service and establishing strategies for good customer service. The research was accomplished by taking into account 12 travel companies in the city of Riobamba. The survey results showed that the success or failure of a company relies heavily on its workers as they perform their work efficiently and effectively if they work in an optimal work environment.

Keywords: operators, talent, staff, service, customers.

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo fundamental llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en la preparación universitaria y el diario vivir. Partiendo que las operadoras de turismo carecen una de una organización administrativa eficiente y del cambio que las empresas están viviendo en esta la era del conocimiento y la información, hace que sea indispensable que el talento humano este motivado, que conozca de manera clara y detallada cuales son las obligaciones que tienen para con las empresas, permitiendo que el talento humano se desenvuelva correctamente. Dado esto es importante se aplique de manera prioritaria un plan de gestión del talento humano en las operadoras de turismo, el mismo que busca ser una guía para perfeccionar el servicio, además de establecer estrategias que permitan siempre el buen desempeño del servicio al cliente. La investigación se la realizó tomando en cuenta 12 operadoras de turismo existentes en la ciudad de Riobamba, después de la aplicación de las encuestas se procedió a la tabulación para después concluir con los resultados. Para finalizar cabe indicar que el éxito o fracaso de una empresa depende en gran medida de sus trabajadores, ya que ellos realizarán su trabajo de manera eficiente, eficaz y efectiva si se desenvuelven en un ambiente de trabajo óptimo.

Palabras Clave: operadoras de turismo, talento, personal, servicio, clientes.

 OPEN ACCESS



1. Introducción

En un mundo cada día más globalizado, las organizaciones requieren redefinir sus factores críticos de éxito, es decir las fuentes de ventaja competitiva y otros elementos de trascendental importancia para su supervivencia y diferenciación, referirse a economías globalizadas, es darle mayor importancia al personal, especialmente cuando se trate del personal integrado en el proceso de creación y agregación de valor de cualquier organización.

La gestión del Talento Humano exige un manejo eficaz, pues es la fuente máspreciada dentro de una organización y es la clave para superar los desafíos que presenta la economía actual. En Ecuador, todas las organizaciones deben desenvolverse en un ambiente de alta complejidad, este ambiente influye directamente en todas sus actividades y en el grupo humano que trabaja en la organización. Es por esto por lo que se hace necesario diseñar modelos y procesos para lograr agilidad, efectividad, competitividad y sostenibilidad. Al mismo tiempo, la responsabilidad social de las empresas exige que se estudie seriamente la repercusión de las acciones de su personal para que éstas resulten beneficiosas para la organización y la sociedad.

En todos los capítulos de la presente investigación se establece los parámetros y procedimientos de investigación, logrando establecer las causas y efectos del problema. Por lo anteriormente expuesto, el presente trabajo propone diseñar un plan de gestión del talento humano en las agencias de viajes tour operadoras para mejorar el servicio al cliente. Según el trabajo de investigación elaborado se denota las siguientes etapas: Se usó el marco referencial, en donde se describe el planteamiento y la formulación del problema, objetivos y la justificación relativo al tema investigativo. Una segunda parte que comprende lo referente a datos y conceptos relacionados con las dos variables del tema investigativo, incluye definición de términos, hipótesis, identificación y operacionalización de variables. La metodología en donde se detalla el tipo de estudio, la población y la muestra, procedimientos, procesamientos y análisis estratégico de cada una de las preguntas relacionadas a la encuesta y entrevista efectuadas es parte de un tercer momento en esta investigación. Como cuarto punto se detalla los resultados obtenidos en la investigación, y se realiza un diagnóstico situacional. Y también corresponde a la discusión, en donde se interpreta los datos obtenidos tras la realización de la encuesta y entrevista.

Como último punto están las conclusiones y recomendaciones de la investigación, las mismas que esperan contribuir a la mejora del problema planteado, juntamente con la bibliografía y linkografía utilizada para la realización del trabajo de investigación, y finalmente en el capítulo X se encuentran los anexos existentes.



1.1. Antecedentes

El turismo como actividad productiva ha cambiado mucho en los últimos años, la conceptualización de una acción en la que básicamente se recibía al turista y se le hacía conocer un determinado atractivo, ha evolucionado a un proceso en el que el contacto directo entre el cliente y el prestador de los servicios es más complejo, considerando que se busca satisfacer sus necesidades con eficiencia y efectividad.

En este contexto se presentan una serie de situaciones que deben ser resultados por parte del servidor turístico tomando en cuenta las expectativas del visitante, ya que en el turismo más que en otras actividades empresariales la relación es directa.

El Ecuador por sus características geográficas y culturales, así como por el gran impulso que se le ha dado a la actividad en los últimos 10 años se ha ubicado entre los principales destinos a nivel de Latinoamérica, sin embargo, se encuentran graves falencias al momento de integrar a la actividad al personal necesario, que generalmente no cumple con las expectativas para lo que fue contratado.

Dos factores influyen en este hecho, el primero está orientado a la falta de calidad en la estructuración de los términos de referencia para la contratación de personal que se realizan en las operadoras de turismo y el segundo hace relación al escaso compromiso profesional de las personas contratadas para cumplir sus actividades adecuadamente.

En la ciudad de Riobamba existen 12 agencias de operación turística debidamente certificadas que deben considerar la importancia de elevar el nivel de atención al cliente, debido a que en el turismo es una actividad en la que el trato al cliente es fundamental para la empresa, ya que de ello dependerá que el turista vuelva a ocupar los servicios de la operadora y lo que es más importante, que, se constituya en un agente de promoción permanente.

1.2. Justificación de la investigación

La importancia de la gestión del talento humano debe estar orientada, a producir satisfacción en la gente, es por eso por lo que es sustancial la investigación de la gestión del talento humano, puesto que favorecerá a un mejor desempeño laboral de los trabajadores, impulsando la cooperación de estos, además que contribuirá con una apropiada atención dentro de las operadoras de turismo, misma que permitirá el crecimiento personal de los trabajadores y el de la empresa o institución.

Tradicionalmente, la Gestión del Talento Humano ha sido visto como algo secundaria e irrelevante, las personas pasamos buena parte de nuestras vidas en el trabajo. Y desarrollarse en la vida está ligado generalmente al desarrollo en el trabajo. Desarrollo



integral que no sólo consiste en aprender cosas nuevas, sino también en desarrollar habilidades y destrezas de diversa índole.

La Gestión del Talento Humano, entonces, se convierte en un aspecto crucial, pues si el éxito de las empresas o instituciones depende en gran medida de lo que las personas hacen y cómo lo hacen, entonces invertir en las personas puede generar grandes beneficios. Es así como un área operativa, Recursos Humanos se convierte en el socio estratégico de todas las demás áreas, siendo capaz de potenciar el trabajo en equipo y transformar la organización radicalmente. Esa es su finalidad: Que las personas se desarrollen integralmente de manera individual y grupal, y así conseguir el crecimiento de la organización.

Esta investigación será de gran beneficio para las operadoras de turismo y puede resultar en un valor agregado importante, ya que, al estar en contacto directo con el cliente, la atención y el servicio es parte fundamental.

2. Metodología

2.1. Tipo de estudio

2.1.1. Descriptivo

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”, siendo así y de acuerdo con mi investigación se estructurará un discurso teórico, basado en las variables encontradas en el tema de investigación el mismo que servirá como fundamento para proponer una alternativa de solución [1].

2.1.2. Investigación de campo

La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variable [2].

La investigación de campo en mi tema de investigación consistió en asistir a cada una de las operadoras de turismo y recolectar información que sería de gran utilidad para mi tema de investigación. Información que solo se puede encontrar en el lugar donde se da la actividad.

El diseño bibliográfico, se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase”, se utilizó la investigación bibliografía



puesto que se necesitaba información escrita en relación con las variables de investigación, es por eso por lo que acudí a libros, revistas, con información actualizada con el señalamiento de autores, editores y ediciones, que sustenté los resultados investigados [2].

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

La población de la investigación, serán las 12 operadoras de turismo registradas en el Catastro del Ministerio de Turismo – Coordinación Zonal 3 - Chimborazo- Riobamba.

Tabla 1

Agencias de viajes (Operadoras).

NOMBRE	ACTIVIDAD TURÍSTICA	CATEGORIA
Gui&eme	Agencia de viaje	Operadora
Cacha Allisamay	Agencia de viaje	Operadora
Rumbo Travel	Agencia de viaje	Operadora
Salazartours	Agencia de viaje	Operadora
Atripear	Agencia de viaje	Operadora
Soul Train	Agencia de viaje	Operadora
Circulo Tours	Agencia de viaje	Operadora
Andesspirit	Agencia de viaje	Operadora
Probici	Agencia de viaje	Operadora
Julio Verne	Agencia de viaje	Operadora
Veloz Coronado Expediciones	Agencia de viaje	Operadora
Turistarapuya	Agencia de viaje	Operadora

Fuente: Tesis Daniela Viñán.

2.3. Muestra

No hay muestra. Se trabajará con el cien por ciento (100%) de la población.

2.4. Procedimientos

Para la recolección de la información en el trabajo de investigación, se elaboró una entrevista de 4 preguntas dos sobre el talento humano y dos de servicio al cliente dirigido al gerente de cada operadora de turismo y una encuesta de 23 preguntas,

**Tabla 2**

Número de Personal de las Operadoras.

NOMBRE	#PERSONAS QUE LABORA EN LA OPERADORA
Gui&eme	2 Personas
Cacha Allisamay	3 Personas
Rumbo Travel	3 Personas
Salazartours	2 Personas
Atripear	2 Personas
Soul Train	3 Personas
Circulo Tours	3 Personas
Andesspirit	2 Personas
Probici	3 Personas
Julio Verne	4 Personas
Veloz Coronado Expediciones	-
Turistarapuya	3 Personas
TOTAL	30 Personas
Observaciones: 11 Gerentes. (Entrevista) 19 Personas que laboran en las operadoras. (Encuesta)	

Fuente: Tesis Daniela Viñán.

encuestas aplicadas al personal que labora en cada una de operadoras y con la finalidad de que esta información recolectada me sirviera para elaborar la propuesta de mi trabajo de investigación.

2.5. Técnicas

2.5.1. Encuesta

La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados [2].

Aplicó esta técnica, para recolectar datos del personal de cada una de las agencias de viajes tour operadoras, con preguntas relacionadas a mi trabajo investigativo, el cual me permitió identificar como se encuentra el servicio en relación con el talento humano y de esta manera poder dar alternativas de solución y con esto poder brindar un mejor servicio al cliente.

La encuesta tiene 23 preguntas contenidas en el formulario de la encuesta dirigida al personal de las operadoras de turismo de la ciudad de Riobamba la misma que



posee preguntas cerradas con dos opciones (sí, no), preguntas de selección múltiple, preguntas de información personal.

Entrevista [3] Opina que la técnica de entrevista “consiste en preguntar de manera dialogada a la unidad o a las fuentes de estudio para obtener información acerca del evento. Las preguntas son abiertas, implican un intercambio entrevistado-entrevistador”.

La entrevista tiene 4 preguntas estratégicas, dos dirigidas a la variable del talento humano y dos al servicio al cliente, entrevista dirigida únicamente al gerente de cada una de las operadoras de turismo de la ciudad de Riobamba.

2.6. Procesamiento y análisis

Una vez establecida la operacionalización de las variables con sus respectivas categorías e indicadores procedemos a estructurar la encuesta y entrevista que se va a realizar al gerente y al área laboral de las agencias de viajes tour operadoras de la ciudad de Riobamba.

Puesto que se trabajó con el cien por ciento (100%) de la población y tomando en cuenta que en las 12 agencias de viajes trabajan en total 19 personas, se estructuraron 19 encuestas dirigidas al personal de cada una de las operadoras de turismo de la ciudad de Riobamba.

Los datos obtenidos fueron procesados mediante un análisis contenido en tablas y gráficos estadísticos.

Se detallan las 23 preguntas contenidas en el formulario de la encuesta dirigida al personal de las operadoras de turismo de la ciudad de Riobamba, y 4 preguntas de la entrevista dirigida al gerente de las operadoras de turismo de la ciudad de Riobamba, que constan de: tablas, gráficos y el análisis e interpretación correspondiente a cada una de ellas, las mismas que en conclusión me permitió dar una explicación concreta basada en las estadísticas de manera secuencial.

Obtenidas las encuestas y entrevistas procedemos a desarrollarlas con ayuda de las personas a las cuales está dirigida. Posteriormente tabulamos la información obtenida a fin, de conocer la frecuencia con que se repite los datos en cada categoría de la variable con sus respectivas respuestas y resumirlos en cuadros estadísticos utilizando la hoja electrónica de Microsoft Excel 2010.

Una vez que se ha recopilado y tabulado la información procedemos a analizarla para presentar los resultados. Para la presente investigación los resultados serán presentados en forma tabular y gráfica, facilitando la interpretación de estos.



Finalmente, se establece las conclusiones y recomendaciones que el investigador puede dar después de haber analizado el problema en todo su entorno.

3. Desarrollo y Discusión

1. ¿Considera usted que la misión y visión de su empresa se encuentra alineada con los objetivos de esta?

Tabla 3

Misión - visión alineada.

	Número	Porcentaje
Si	19	100%
No	0	0%
Total	19	100%

Fuente: Operadoras de turismo.

Elaborado por: Daniela C. Viñán V.

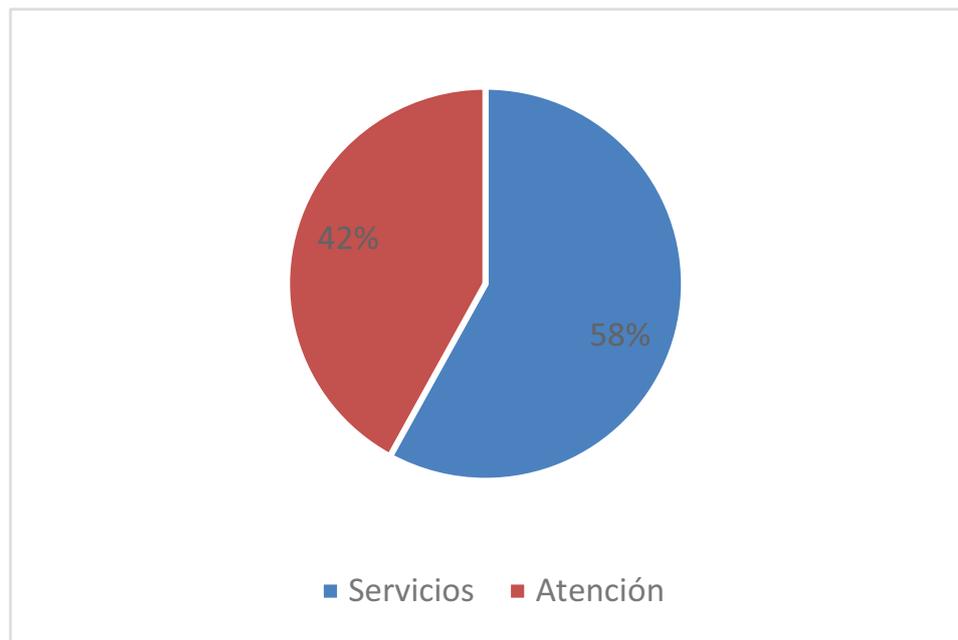


Gráfico 1

Misión - Visión Alineada.

Fuente: Operadoras de turismo.

Elaborado por: Daniela C. Viñán V.



3.1. Análisis e Interpretación

Un 100% el gerente de las operadoras considera que la misión y visión de su empresa está alineada con los objetivos de esta. Al estar alineadas, quiere decir que están enfocadas a cada objetivo que se proponen, llevando de esta manera en buen camino a la operadora que manejan.

1. ¿Cuál es importancia que tiene el talento humano dentro de su empresa?

Tabla 4

Importancia del Talento Humano.

	Número	Porcentaje
Importante	12	100%
No es importante	0	0%
Total	12	100%

Fuente: Operadoras de turismo.

Elaborado por: Daniela C. Viñán V.

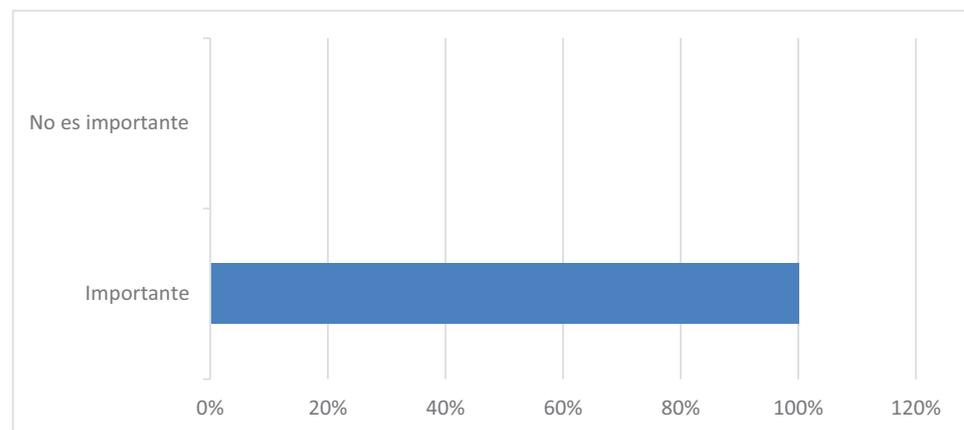


Gráfico 2

Importancia del Talento Humano.

Fuente: Operadoras de turismo.

Elaborado por: Daniela C. Viñán V.

3.2. Análisis e Interpretación

Un 100% el gerente de las operadoras cree que es importante el talento humano que trabaja en su empresa. Puesto que el talento humano es el principal eje de toda empresa, es necesario mantenerlo motivado, para que desempeñe las actividades encomendadas de la mejor manera posible.

1. ¿Cuál es el valor agregado en cuanto a servicio se refiere que brinda su empresa?

Tabla 5

Valor Agregado.

	Número	Porcentaje
Servicios	7	58%
Atención	5	42%
Total	12	100%

Fuente: Operadoras de turismo.

Elaborado por: Daniela C. Viñán V.

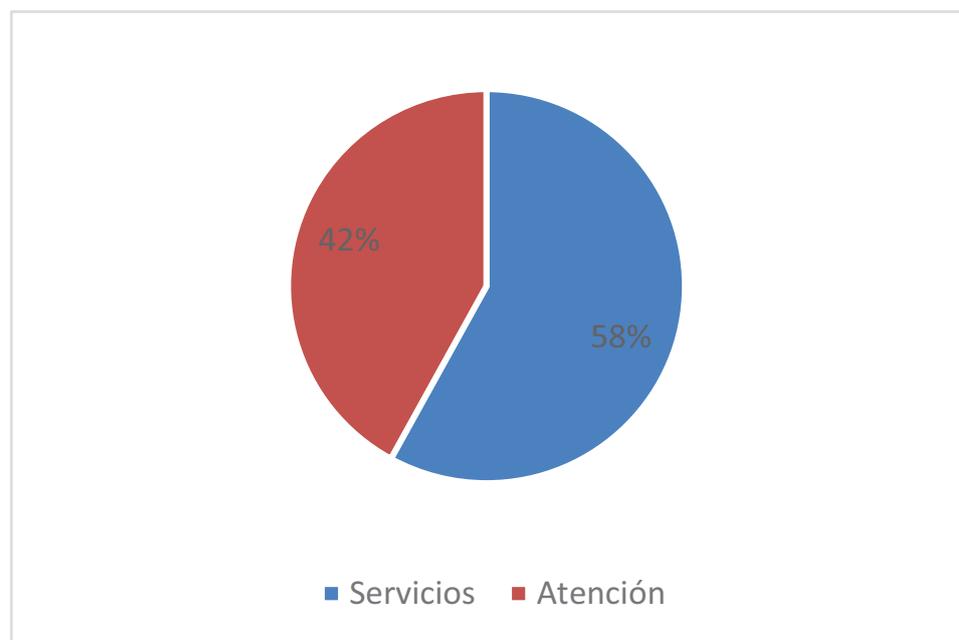


Gráfico 3

Valor Agregado.

Fuente: Operadoras de turismo.

Elaborado por: Daniela C. Viñán V.

3.3. Análisis e Interpretación

Un 58% considera que el valor agregado que ofrece a sus clientes se encuentra entre los servicios ofertados, mientras que un 42% considera que su valor agregado está enfocado en la atención que brindan. Si bien el valor agregado es un extra que ofrecen las operadoras, no hay que dejar de lado que la atención de por sí debe ser excelente más no debería ser considerado como un valor agregado.



1. ¿Cree usted que un plan de gestión del talento humano mejore el servicio al cliente en su empresa?

Tabla 6

Plan GTH - Mejorar el servicio.

	Número	Porcentaje
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%

Fuente: Operadoras de turismo.
Elaborado por: Daniela C. Viñán V.

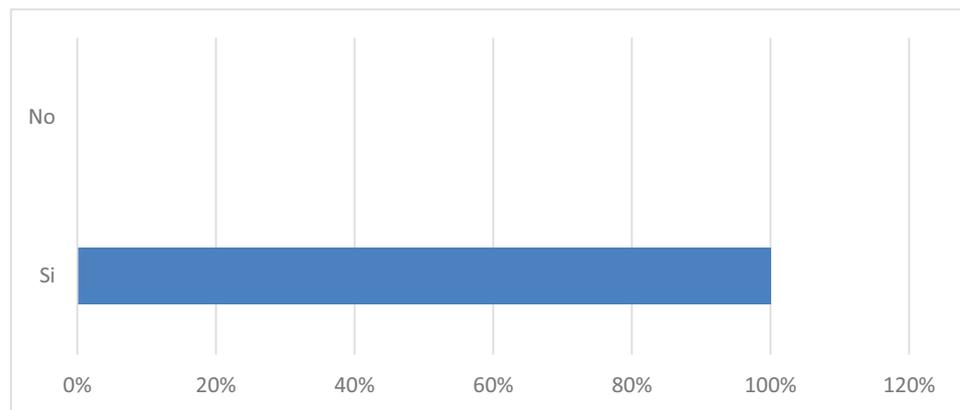


Gráfico 4

Plan GTH - Mejorar el servicio.

Fuente: Operadoras de turismo.
Elaborado por: Daniela C. Viñán V.

3.4. Análisis e Interpretación

Un 100% está de acuerdo con que un plan de gestión del talento humano mejorará el servicio al cliente. Sin duda hay que tomar en cuenta que el talento humano es la base de cualquier tipo de empresa, y siendo así hay que tomar las precauciones necesarias para mantener al talento humano lo más a gusto en su trabajo para que ellos se ocupen de la mejor manera de los clientes y por lo tanto que el servicio sea de calidad y llene de satisfacción.

El propósito del trabajo de investigación que se realizó fue el de conocer sobre como la gestión del talento humano incide en el mejoramiento del servicio en las operadoras de turismo de la ciudad de Riobamba.

**Tabla 7**

Plan de acción.

PROGRAMA	PROYECTOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	COSTO
P1 Talento Humano P2 Servicio al Cliente		A1 Reclutamiento del personal.	Dpto. de Talento humano.	Cada que se requiera	50.00
	PY1 Desarrollo Organizacional	A2 Selección del personal.	Dpto. de Talento humano.	Cada que se requiera	15.00
		A3 Capacitación y desarrollo.	Dpto. de Talento humano.	Anual	500.00
	PY2 Clima Organizacional	A4 Reuniones, charlas y talleres.	Dpto. de Talento humano.	Cada que se requiera	5.00
	PY3 Desempeño por competencias	A5 Evaluaciones.	Dpto. de Talento humano.	Anual	5.00
	PY4 Estímulos, Incentivos y Beneficios.	A6 Reconocimientos.	Dpto. de Talento humano. Dpto. de Talento humano.	Anual Trimestral Cada que se requiera	5.00 - 150.00
		A7 Bienestar laboral.	Dpto. de Talento humano.		
		A8 Beneficios.	Dpto. de Talento humano.		
	PY5 Gestión de la Calidad	A9 Satisfacción.	Dpto. de Talento humano.	Semestral	15.00
	PY6 Cultura de Servicios	A10 Valores del servicio. A11 Principios del servicio.	Dpto. de Talento humano. Dpto. de Talento humano.	Anual Anual	- -
	PY7 Optimización del Servicio	A12 Procesos para el servicio.	Dpto. de Talento humano.	Cada que se requiera	-
				TOTAL	\$745.00

Elaborado por: Daniela C. Viñán V.

Mediante los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas, se llegó a la conclusión que al talento humano que labora en las operadoras de turismo no se le está brindando la importancia que se merece, al no motivarlo, no capacitarlo, no reconocerle por el trabajo que desarrolla y muchos otros problemas que se vieron reflejados en las encuestas efectuadas. Siendo el talento humano muy importante en cualquier tipo de empresa u organización, puesto que ponen al talento humano como elemento básico y diferenciador, capaz de aportar ventajas competitivas, no se puede dejarlo a un lado, ya que son la base de toda empresa y son los que están a cargo de brindar un servicio de calidad a sus clientes.

En cuanto al servicio, los resultados obtenidos mediante las encuestas arrojan un resultado positivo, puesto que el servicio que ofrecen es de buena calidad más no es excelente, dado las deficiencias encontradas en base al talento humano a cargo de la atención y servicio al cliente.



La importancia del talento humano radica en que es el eje primordial en el servicio que se brinda al cliente, por lo tanto; al no estar dando su cien por ciento, el servicio no será de calidad y el perjudicado sería el cliente.

4. Conclusiones

Mediante la fundamentación teórica de las variables, encontré definiciones que me ayudaron a expandir mis conocimientos y así poder definir una clara diferencia entre la gestión del talento humano y el servicio al cliente.

La realización del diagnóstico situacional me permitió establecer la existencia de un gran déficit de gestión del talento humano con un porcentaje del 33% en las operadoras de turismo, la cual no permite que el servicio sea de calidad, encontrándose con un promedio de 56% de satisfacción. Llegando así a la conclusión de que el servicio no es de mala calidad, pero en la gestión del talento humano se encuentra su gran debilidad. Se estructuró un plan de gestión del talento humano, el mismo que pretende mejorar el servicio ofrecido en las operadoras de turismo de la ciudad de Riobamba.

Se procedió a la validación de la propuesta, mediante la presentación del plan al gerente de la agencia tour operadora Circulo Tours de la ciudad de Riobamba otorgándonos su visto bueno.

Referencias

- [1] Fidias G. Introducción a la metodología científica. Caracas: Episteme; 2012.
- [2] Palella S, Martins F. Metodología de la investigación cuantitativa. Fedeupel. 2010.
- [3] Hurtado J. Algunos aspectos a contemplar en el desarrollo de los criterios metodológicos de la investigación. Venezuela. 2008.
- [4] Acerenza MA. Agencias de viajes: Organización y viajes. México.1990.
- [5] Alles M. Dirección estratégica de RRHH. Gestión por competencias. 2006.
- [6] Armijo D. Manual de planificación estratégica. México: Ilpes/Cepal; 2009.
- [7] Camizón Zornoza C. La calidad en el turismo: Balance y prospectiva de la investigación. España.1996.
- [8] Chiavenato I. Gestión del talento humano. 3rd ed. Mexico: McGraw-Hill; 2008.
- [9] Couso RP. Servicio al cliente. En la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente. España: Ideaspropias; 2005.
- [10] Dapazo L. Conceptos de planificación estratégica. Quito. 2010.
- [11] De la Cuesta M. El porqué de la responsabilidad social corporativa. Quito. 2014.



- [12] García F, Gil M, García P. Técnicas de atención y servicio al cliente. 2003.
- [13] Lillo A, Sevilla M, Ramón A. El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. Murcia, España. 2007.
- [14] Lira M. ¿Cómo puedo mejorar el servicio al cliente? Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio a clientes. México. 2009.
- [15] Martínez JH. La calidad en el servicio para la satisfacción del cliente. Revista Unisangil Empresarial. 2008;2.
- [16] Morán R. Responsabilidad Social en las empresas. El Comercio. 2014.
- [17] Salas D. La elaboración del plan estratégico. Economía. 2011;3:1–85.
- [18] Sánchez M. Evolución histórica del talento humano. Quito. 2013.
- [19] Soto B. ¿Qué es la gestión del talento humano? Vecino JM, editor. La cultura del servicio. Los subsistemas de Recurso Humano. España. 2011.
- [20] Tschohl J, Flores S. Service Quality Institute Latin America. Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia. EEUU. 2012.