



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE
ESMERALDAS

Maestría en Gestión del Talento Humano

Tema: La gestión del talento humano y la calidad de servicio en la empresa
“Plastifull”

**Tesis de grado previo a la obtención del título de Máster en Gestión del
Talento Humano**

Autora: Ing. Ingeworth Chicaiza Espinoza

Asesora: Mgt. Freddy Betancourt

Esmeraldas – Ecuador

Junio 2022

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos establecidos por el reglamento de Grado la PUCESE previo la obtención del Título de Magíster en Gestión de Talento Humano.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Título de tesis: La gestión del talento humano y la calidad de servicio en la empresa “Plastifull”.

Autora: Ing. Ingeworth Chicaisa Espinoza

Mgt. Freddy Betancourt
DIRECTOR DE TESIS

F. _____

PhD. Roxana Benites Cañizares
LECTOR 1

F. _____

Mgt. Hugo Ocampo Erazo
LECTOR 2

F. _____

Mgt. David Puente Holguín
DIRECTOR DE POSGRADO

F. _____

Mgt. Alex Guashpa Gómez
SECRETARIO GENERAL PUCESE

F. _____

Esmeraldas Ecuador
Enero – 2022

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Ing. Ingeworth Chicaisa Espinoza, declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de Magister en Gestión de Talento Humano son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Ingeworth Chicaisa Espinoza

CERTIFICACIÓN

Yo, Mgt. Freddy Betancourt, en calidad de Director de la Tesis titulada “La gestión del talento humano y la calidad de servicio en la empresa “Plastifull”, certifico haber revisado que el trabajo final cumple los requisitos de calidad, originalidad y presentación exigibles y que se han incorporado las sugerencias del Tribunal, al trabajo de grado.

Mgt. Freddy Betancourt
DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

Mi primera dedicatoria está dirigida a Dios, porque me ha dado todo en la vida, porque sin su ayuda, no podría alcanzar esta meta académica.

A mi padre Luis Rodrigo Chicaiza, por haberse esforzado por mí, luchando para que no me falte nada, guiándome por el camino del bien, empujándome para que logre todos los objetivos que me proponga.

A mi esposo Héctor Vásquez, por todo el apoyo brindado en este proceso, porque siempre ha estado junto a mí, por compartir momentos buenos y malos, por luchar en la creación y sostenimiento de todos los sueños de nuestra familia.

A mis hijas Briana e Ivanna Vásquez Chicaiza, por ser el motor que me impulsa a seguir en cada lucha, por ser mi inspiración para esforzarme. Gracias hijas por soportar mis ocupaciones, por haber disminuido el tiempo de atención hacia ustedes para enfocarme en la consecución de esta gran meta; este triunfo es suyo. Las amo.

Ingeworth Chicaiza Espinoza

AGRADECIMIENTO

Agradecer a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas por ser una entidad de educación superior que nos brinda de manera eficiente, educación de calidad a los profesionales que buscan obtener títulos profesionales.

A mi Tutor, Magíster Freddy Betancourt, por todas las orientaciones que me ha brindado en pos de que el trabajo de grado realizado sea efectuado de la mejor forma posible y cumpliendo con los requisitos establecidos para su aprobación.

A mis lectores Phd. Roxana Benites y Mgt. Hugo Ocampo, por los criterios vertidos sobre mi trabajo de investigación y que sirvieron de mucho para alcanzar esta anhelada meta profesional.

Ingeworth Chicaiza Espinoza

La gestión del talento humano y la calidad de servicio en la empresa “Plastifull”.

RESUMEN

La presente investigación se realizó con la finalidad de identificar la incidencia que tiene la gestión de talento humano en la calidad de servicio que se brinda a los clientes de la empresa “Plastifull” de la ciudad de Esmeraldas. Respecto a la metodología, se trató de una investigación de enfoque cuantitativo y cualitativo, de nivel descriptivo, de campo y no experimental. La población estuvo conformada por nueve empleados de la empresa y 50 clientes que en promedio visitan diariamente la empresa. La técnica de recolección de datos fue la encuesta; para abordar la temática de gestión de talento humano, se realizaron 24 preguntas distribuidas en tres dimensiones: 10 para los aspectos relacionados a la inducción, 8 de recompensa de personal y 6 de desarrollo del personal. Respecto al cuestionario sobre calidad de servicio, se realizaron 22 preguntas distribuidas en cuatro dimensiones: 4 sobre valoración del mercado, 8 de diseño del servicio, 7 sobre prestación del servicio y 3 sobre valoración del servicio. Entre los resultados se pudo evidenciar que la empresa no cuenta con un modelo de gestión de talento humano; no existen procesos definidos para la selección de personal, selección, inducción y desarrollo, no se presentan planes de incentivo o motivación, planificaciones de capacitación y procesos de evaluación de desempeño. Del mismo modo, la evaluación de la calidad del servicio realizada en la presente investigación, determinó que la calidad del servicio percibida por los clientes de “Plastifull”, es positiva; los clientes consideran que los empleados de la empresa son amables, tienen empatía, responden a las dudas y requerimientos que les hacen, son cordiales al comunicar promociones y ofertas, son ordenados y muestran constante disponibilidad. Por último, la inexistencia de un modelo de gestión de talento humano no ha tenido una incidencia significativa en la calidad del servicio brindado.

PALABRAS CLAVE: Gestión del talento humano, calidad del servicio, inducción, recompensa, desarrollo, prestación, valoración del servicio.

The management of human talent and quality of service in the company "Plastifull".

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the purpose of identifying the incidence that the management of human talent has in the quality of service that is provided to the clients of the company "Plastifull" of the city of Esmeraldas. Regarding the methodology, it was a research with a quantitative and qualitative approach, descriptive level, field and not experimental. The population was made up of nine employees of the company and 50 clients who, on average, visit the company daily. The data collection technique was the survey; To address the issue of human talent management, 24 questions were asked, distributed in three dimensions: 10 for aspects related to induction, 8 for staff rewards, and 6 for staff development. Regarding the questionnaire on service quality, 22 questions were made distributed in four dimensions: 4 on market assessment, 8 on service design, 7 on service provision and 3 on service assessment. Among the results, it was possible to show that the company does not have a human talent management model; There are no defined processes for the selection of personnel, selection, induction and development, incentive or motivation plans, training plans and performance evaluation processes are not presented. In the same way, the evaluation of the quality of the service carried out in the present investigation, determined that the quality of the service perceived by the clients of "Plastifull" is positive; Customers consider that the company's employees are friendly, have empathy, respond to questions and requests that they make, are cordial when communicating promotions and offers, are orderly and show constant availability. Finally, the lack of a human talent management model has not had a significant impact on the quality of the service provided.

KEYWORDS: Human talent management, service quality, induction, reward, development, provision, service assessment.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada	i
Tribunal de graduación	ii
Declaración de autenticidad y responsabilidad.....	iii
Certificación.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Índice de contenidos	ix
INTRODUCCIÓN	1
Presentación del tema de investigación	1
Planteamiento del problema.....	2
Justificación	4
Objetivos.....	5
Objetivo general	5
Objetivos específicos.....	5
CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO.....	6
1.1. Antecedentes conceptuales	6
1.1.1. Talento humano	6
1.1.2. Gestión del talento humano: definición, importancia y objetivos.....	7
1.1.3. Procesos de la gestión de talento humano	9
Reclutamiento y selección del personal	10
Aplicación de personas.....	10
Compensación de personas.....	11
Desarrollo de personas	11
Mantenimiento de personas.....	11
Monitoreo de personas	12
Evaluación de desempeño	12
1.1.4 Servicio.....	13
1.1.5. Atención al cliente.....	14

1.1.6. Calidad del servicio	15
Sistemas para medir la calidad del servicio.....	17
1.2. Antecedentes investigativos.....	18
1.3. Fundamentación legal	20
CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA.....	22
2.1. Tipo de estudio.....	22
2.3 Conceptualización y operacionalización de variable.....	24
2.4 Población	26
2.5 Técnicas e instrumentos.....	26
2.6 Recolección y análisis de datos	27
CAPÍTULO 3. RESULTADOS	28
CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN	43
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	46
Referencias.....	48

INTRODUCCIÓN

Presentación del tema de investigación

Las empresas en la actualidad, sin importar la actividad a la que se dedican, se desarrollan en un entorno de mucha competitividad, razón por la que es indispensable que diseñen estrategias para obtener ventajas que las diferencien en el sector que se desenvuelven. Para Mittal y Kamakura (2018) una de esas ventajas es la satisfacción de los clientes, debido a que los clientes satisfechos, por lo general se convierten en clientes leales, estando dispuestos a transmitir las más favorables impresiones de la empresa y la seguridad de repetir su experiencia de compra en el local.

La satisfacción de los clientes puede lograrse cuando se ofrece un producto o servicio de calidad por parte de quien los atiende. Parzuraman, Zeuthaml y Berry (2015) cuando se adquiere un producto, el cliente puede determinar su satisfacción en base a criterios tangibles para juzgar; cuando se trata de servicios el cliente expresa como se ha sentido con el trato, cumplimiento de expectativas, entre otros aspectos.

En este orden de ideas, la gestión del talento humano se orienta directamente a generar satisfacción en los clientes. Surge como un factor decisivo respecto, no solo a la supervivencia de las empresas, sino también a su crecimiento sostenido en el mercado. Una correcta gestión de los colaboradores de la empresa permite estar a la vanguardia de la competitividad empresarial, satisfaciendo las necesidades y requerimientos de los clientes, que cada día son más cambiantes.

Para De Cenzo y Robbins (2018), la gestión de talento humano está directamente asociado con la calidad de servicio, específicamente como una expresión de mejora continua en la atención de los requerimientos de los clientes, convirtiéndose en una fortaleza que permite a las empresas fidelizar a sus clientes.

Ante las consideraciones expuestas se puede manifestar que, la calidad en la oferta de productos o servicios, es el punto medular que deben tener en cuenta las empresas, ya que los clientes son cada vez más exigentes; no solo buscan un buen precio sino también ser

atendidos con cortesía, en ambientes agradables, con rapidez y tratos personalizados, razón por la que la gestión del talento humano debe ser eficiente para lograrlo.

La presente investigación es realizada con la finalidad de identificar la incidencia que tiene la gestión de talento humano en la calidad de servicio que se brinda a los clientes de la empresa “Plastifull” de la ciudad de Esmeraldas, dado que las exigencias de competitividad han generado un mercado cada vez más exigente, al que hay que enfrentarlo con una mejor calidad en la prestación de productos y servicios a los clientes de la empresa.

La empresa objeto de estudio debe buscar alternativas que le permitan tener ventajas competitivas sobre otras empresas que ofertan sus mismos productos; necesita esforzarse de manera continua para mejorar, por medio de una eficiente gestión de talento humano, su calidad de servicio en pos de lograr la satisfacción plena de sus clientes y alcanzar su fidelidad comercial.

Planteamiento del problema

La excesiva competencia que existe actualmente en el mercado, obliga a las empresas a estar en constante innovación de sus procesos, evaluando la calidad de atención y servicio a los clientes, estableciendo objetivos y estrategias que permitan, en lo posible, lograr plena fidelidad de sus compradores.

Esta innovación y revisión constante de procesos y estrategias no debe ser ajena a la empresa “Plastifull” de la ciudad de Esmeraldas, organización comercial que desde el año 2011 se dedica a la comercialización de productos de plástico para el hogar en la zona central de la urbe esmeraldeña.

Aunque empezó como una pequeña empresa de corte familiar, sus bajos precios, buena atención, calidad y variedad de los productos le ha permitido crecer sostenidamente y captar de manera eficiente el nicho de mercado de su actividad, lo que permite en la actualidad, lograr un considerable volumen de ventas en comparación con otros locales que ofertan los mismos productos.

Con el paso del tiempo, los clientes de la empresa se han vuelto más exigentes, tienen una mayor expectativa de los productos que se les comercializa y de la calidad de servicio presencial y postventa que reciben. Es por esta razón que, por medio del presente estudio, la empresa debe considerar factores como la creciente y agresiva competencia, las tendencias cambiantes en el mercado y el grado de satisfacción que tienen sus clientes respecto al producto y servicio que reciben.

Se hace sumamente necesaria la ejecución de esta investigación en la que se pueda conocer cómo se desarrolla la gestión de talento humano y cuál es su incidencia en la calidad de servicio que se ofrece a los clientes de “Plastifull”. Es importante evaluar la gestión de los empleados, las directrices de los administradores en torno al tema, conocer cuál es el tipo de atención que brindan a los clientes, incluso los servicios posteriores que se ofrecen a los compradores habituales.

Es preciso que los administradores-propietarios de la empresa reconozcan la importancia que reviste la gestión del talento humano en la calidad del servicio de la empresa y, cómo esto contribuye a la satisfacción de sus clientes; muchas son las organizaciones que han fracasado en la conservación de las lealtades de sus clientes como consecuencia de no conocer el nivel de calidad de sus servicios.

Los resultados del proceso investigativo permitirán, no solo descubrir los niveles de eficiencia en la gestión de talento humano, sino identificar aspectos en los que, de alguna manera, se presenten deficiencias en la calidad del servicio que se brinda; todo en pos de generar alternativas que permitan sostener e incrementar la satisfacción de los clientes y construir relaciones comerciales a largo plazo con ellos.

Siendo que la satisfacción del cliente en las actividades económicas y comerciales ha sido y es el principal factor de sostenibilidad y crecimiento de las empresas dentro de un mundo cada vez más competitivo y globalizado, la empresa debe tomar conciencia que su éxito en el mercado se debe implícitamente a sus clientes, quienes cuanto más satisfechos se sientan, mayor rentabilidad y crecimiento podrán generarle; es posible lograrlo con una eficiente gestión de su talento humano.

Ante las consideraciones expuestas, se plantea la siguiente interrogante investigativa:

¿Cómo se desarrolla la gestión del talento humano y la calidad de servicio en la empresa “Plastifull”?

En base a la interrogante principal, surgen las siguientes interrogantes secundarias:

- ¿Cuál es la situación actual de la gestión del talento humano de la empresa?
- ¿Qué niveles de calidad de servicio se presta a los clientes de la empresa?
- ¿Cómo incide la gestión del talento humano en la calidad de servicio de la empresa?

Justificación

La dinámica que presenta la economía y el comercio actualmente, implica que las empresas busquen oportunidades de mercadeo constantemente y en este contexto, la satisfacción de los clientes sigue siendo el factor más importante para lograrlo. Es una obligación empresarial constante el fortalecimiento de la satisfacción del cliente, de modo que este, se sienta conforme con el producto, atención y servicio que se le está brindando.

La importancia del presente estudio tiene su fundamento en la posibilidad de que los propietarios-administradores de la empresa “Plastifull”, conozcan de manera objetiva cómo se desarrolla la gestión de su talento humano y cómo incide esta condición en la calidad de servicio que brindan a sus clientes. OJO Resulta importante conocer si los clientes están conformes con el trato y atención que reciben de los empleados de la empresa, si los tiempos de atención son adecuados y rápidos o si tienen quejas por alguna deficiencia presentada cuando han sido atendidos.

El estudio es pertinente porque, según criterios de los propietarios, la empresa poco ha realizado hasta sobre la evaluación que le permita conocer cómo se desarrolla su gestión de talento humano, teniendo en consideración que ésta, tiene una relación directa con la calidad de servicio y por ende la satisfacción de sus clientes, lo que debe considerarse

como el objetivo principal de la empresa ya que un cliente satisfecho es un cliente fiel, es un cliente potencial que demandará los productos de la empresa a largo plazo.

Serán beneficiarios directos los clientes de la empresa “Plastifull”, quienes podrán manifestar sus criterios individuales sobre sus niveles de satisfacción y sugerir mejoras en la atención que reciben, pudiendo a futuro recibir atención de calidad en la empresa. Los beneficiarios indirectos del proyecto investigativo son por una parte los propietarios-administradores y empleados de “Plastifull”, quienes podrán basar su accionar en una eficiente gestión de talento humano para brindar productos de calidad con calidez.

Los impactos que se podrían derivar del presente estudio son por una parte la generación de alternativas que, a futuro, permitan fidelizar en lo posible a los clientes a partir de las dimensiones del servicio no satisfechas. Además, permitirá que la empresa diseñe de manera correcta las estrategias de atención para seguir creciendo en el mercado y lograr un posicionamiento efectivo y duradero en la mente de los clientes.

Objetivos

Objetivo general

Analizar la gestión del talento humano y la calidad de servicio en la empresa “Plastifull”.

Objetivos específicos

- Diagnosticar la gestión del talento humano en la empresa.
- Medir la calidad de servicio que se brinda a los clientes.
- Establecer la incidencia de la gestión de talento humano en la calidad de servicio de la empresa.

CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes conceptuales

1.1.1. Talento humano

Según De Cenzo y Robbins (2018), el concepto de talento es congruente con el de competencias, la competencia es una característica de la personalidad devenida en comportamientos que generan un desempeño exitoso en un puesto de trabajo. Las competencias son cualidades que permanecen subyacentes al interior del individuo, el cual solo se hace visible en sus conductas laborales.

El talento humano se entiende como una combinación o mixtura de varios aspectos, características o cualidades de una persona, implica saber, querer y poder. No solo el esfuerzo o la actividad humana quedan comprendidos en este grupo, sino también otros factores que dan diversas modalidades a esa actividad: conocimientos, experiencias, motivación, intereses vocacionales, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud, etc. (Chiavenato, 2009).

Por lo expuesto se comprende que el talento humano abarca muchos factores del individuo tales como: conocimientos, experiencias, creatividad, aptitudes, motivación, intereses vocacionales, actitudes, habilidades, destrezas, potenciales, salud, etc. Es decir viene a ser posesión de varias competencias.

Por otra parte, de acuerdo con Bernal (2017), una empresa está compuesta de seres humanos que se unen para beneficio mutuo, y la empresa se forma o se destruye por la calidad o el comportamiento de su gente. Lo que distingue a una empresa son sus seres humanos que poseen habilidades para usar conocimientos de todas clases. Sólo es a través de los recursos humanos que los demás recursos se pueden utilizar con efectividad.

Según lo expresado, las personas integrantes en la empresa son el verdadero motor de la misma, y que sin ellos podríamos decir que no habría empresa. Por todo lo anterior es muy importante a la hora de transmitir estos conceptos a los colaboradores, hacerles ver

que “el principal activo de una empresa no es sino el factor humano de la misma, más que las maquinarias y el capital que posean” (Colunga, 2013).

El talento humano de las organizaciones debe ser correctamente administrado, con la finalidad de que, desde cada uno de sus puestos o funciones, puedan poner de manifiesto sus conocimientos y habilidades en beneficio de la empresa. Es entonces necesaria la gestión de talento humano, como el conjunto de procesos que buscan aprovechar al máximo las cualidades de los empleados.

1.1.2. Gestión del talento humano: definición, importancia y objetivos

Para Chiavenato (2009) la Gestión del Talento Humano “son las habilidades de cada persona en el proceso educativo a corto plazo aplicado de manera sistemática en la cual se desarrollan habilidades en función de los objetivos establecidos inicialmente en la organización” (p.48).

Por otra parte, Alles (2018) considera que la administración de los recursos humanos implica una gran variedad de funciones desde el inicio hasta el final en la relación laboral como en el reclutamiento y selección del personal, mantener la relación laboral y contractual dentro de las normas de la empresa y del país; además de evaluar el desempeño de los colaboradores, su seguridad y mantener ese control dentro de la entidad.

Según Cuesta (2016) la gestión del talento humano

Parte de la premisa de las organizaciones que son conformadas, habilitadas, por individuos que consideran a la empresa como su segundo hogar, los mismos que constituyen grupos sociales de gran importancia dentro de la organización orientándose no solo a fines personales sino también a fines empresariales. (p.89)

En concordancia con los criterios expresados anteriormente, se puede acotar que la gestión del talento humano consiste o se refiere a la administración adecuada de cada uno de los individuos o colaboradores existentes en la empresa, siempre llevando en cuenta

las competencias tanto del personal como empresarial, de manera que se cumplan los objetivos planteados dentro de la organización.

La importancia de la gestión del talento humano radica en que el motor fundamental en toda organización es el recurso humano, pues este pone en marcha a la empresa además que no solamente vela por su interés individual, sino que vela por la consecución de intereses generales; es decir van de la mano juntamente con la empresa para encaminarla hacia el éxito (Werther, 2018).

Para Vallejo (2016) cada factor productivo debe trabajar de manera eficaz en el logro de los objetivos que estos cambios conllevan, el tratamiento del talento humano como capital humano debe considerarse de real importancia por sus capacidades, aptitudes, por valerse de sí mismo y entregar lo mejor de sí en su trabajo, sintiéndose conforme con su labor, la misma que debe ser reconocida por parte de la organización para que se encuentren a gusto en su trabajo.

Según Werther (2018), la administración del talento humano se convierte en algo indispensable para el éxito de las organizaciones; tener personas no significa que tener talentos; para ser talento la persona debe poseer algún diferencial competitivo que lo valore entre estos se encuentran los siguientes:

- Conocimiento.- Constituye el conjunto de saberes que a lo largo del tiempo ha ido adquiriendo una persona.
- Habilidades.- Es la capacidad con la que cuenta en recurso humano para ejecutar un trabajo de la mejor manera posible.
- Juicio.- Se trata de tener esa manera de analizar la situación o ciertos conflictos que surgen dentro de las organizaciones; deben mantener un equilibrio entre las partes inmersas.
- Actitud.- Todo individuo debe poseer una actitud positiva dentro de la empresa, la misma que refleja el estado de ejecución de sus actividades; las actitudes afirmativas hacen que el individuo alcance la excelencia en sus resultados (Werther, 2018).

Respecto a los objetivos de la gestión de talento humano, Chiavenato (2009) considera:

El objetivo general de la gestión del talento humano es la correcta integración de la estrategia, la estructura, los sistemas de trabajo y las personas, con la finalidad de lograr de las personas el despliegue de todas sus habilidades y capacidades y lograr la eficiencia y la competitividad organizacional. Es decir, se debe lograr la máxima productividad en un buen clima de trabajo. (p.31)

Hay que destacar que la administración de recursos humanos promueve la interacción con la función administrativa y a su vez pretende involucrar a los gerentes en las actividades de la gestión de recursos humanos como el reclutamiento, la entrevista selección y el entrenamiento, que garantizan un personal adecuado para el perfil del cargo (Quezada, 2015).

En este sentido los objetivos deben estar relacionados a los elementos como captar, desarrollar y retener personal:

- Captar.- A través de una selección adecuada y basada en una estrategia para atraer el recurso humano con desempeño y talento superior. La búsqueda se realiza, en primer lugar, en la misma organización; descubriendo talentos, utilizando el enfoque de competencias laborales, y tras la evaluación de los conocimientos.
- Invertir.- Invertir en el talento humano, recompensar debidamente su capacidad de innovación, practicar una comunicación abierta y participativa en la organización pero, sobre todo, aprender a escuchar. Estimular en el trabajador una actitud favorable a demostrar su talento y a transmitir sus conocimientos en el trabajo.
- Retener al personal.- Brindar una atención adecuada a las necesidades personales del trabajador y lograr que su trabajo no se convierta rutinario, y sí en un constante reto, en una oportunidad de ser y de sentirse mejor (Quezada, 2015).

1.1.3. Procesos de la gestión de talento humano

Los procesos de la gestión del talento humano se relacionan con el reclutamiento del personal idóneo y las estrategias destinadas para retenerlo en el puesto laboral, logrando

un clima favorable y una eficaz retroalimentación entre el trabajador y los representantes de la empresa. Se destacan los siguientes procesos de gestión de talento humano:

Reclutamiento y selección del personal

De acuerdo con Wayne (2010), el reclutamiento permite establecer un conjunto de técnicas y procedimientos para atraer candidatos potenciales que estarán calificados y serán capaces de asumir los cargos establecidos con un alto desempeño.

Para Alles (2018), es un conjunto de procedimientos orientados atraer e identificar candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización de los cuales más tarde se seleccionará a alguno para efectuarle el ofrecimiento de empleo.

Es importante acotar que en el reclutamiento hay que tener en cuenta la información mediante la cual la organización divulga y ofrece al mercado de recursos humanos las oportunidades de empleo que pretende llenar.

Aplicación de personas

Según Alles (2018), las empresas deben considerar que para una eficaz gestión del talento humano se requiere de la aplicación de personas, es decir, que se deben diseñar los puestos que ocuparán los empleados en las diversas áreas para establecer procesos y procedimientos que deberán seguir; de esta forma se podrá evaluar el desempeño del empleado y establecer correctivos en caso de que sea necesario.

Se hace necesario acotar que en el diseño del puesto se especifica cuál será el contenido del puesto, los métodos y las relaciones, las obligaciones, las tareas y las actividades que deberá realizar en un tiempo específico.

Compensación de personas

De acuerdo a Dess y Lumpkin (2013) “la compensación abarca mucho más que los pagos efectuados ya sea en los sueldos o salarios, ya que incluye el campo de los incentivos, que motivan al personal y establecen un vínculo entre los costos laborales con la productividad” (p. 53).

De su parte, Juárez (2014) considera que la compensación es la retribución que reciben a cambio del trabajo que realizan. Como empleados de una empresa esta contribución se constituye del sueldo, los incentivos, prestaciones, beneficios entre otros.

En concordancia con los criterios expuestos anteriormente, se podría considerar a la compensación como una manera de retribuir el trabajo que realizan los empleados en la empresa, a través de una remuneración justa que esté acorde con las disposiciones laborales de cada país.

Desarrollo de personas

De acuerdo con Castillo (2015), el desarrollo de personas se enfoca en el entrenamiento, que permite al empleado mejorar sus habilidades y capacidades. La transmisión de conocimientos permitirá que el trabajador realice sus funciones en periodos más cortos pero eficientes; es un proceso cíclico y continuo que está basado en cuatro etapas.

Del mismo modo, se enfoca también en el desarrollo organizacional, en el que se utiliza un proceso de tres fases, que se basa en la investigación y en la acción, es decir, en realizar un diagnóstico situacional (investigación) y una intervención para modificar esa situación (acción), lo que conlleva a un refuerzo para mantener la nueva situación (Castillo, 2015).

Mantenimiento de personas

Las empresas se proponen atraer y conservar a personas calificadas, dinámicas y proactivas, puesto que el capital humano motivado y con opciones de realización

constituye una garantía para el logro de objetivos de crecimiento en un entorno altamente competitivo y en un sector que pasa por momentos difíciles (Amat, 2012).

De acuerdo con Dolan (2016), el mantenimiento de personas consiste en cuidar y velar por el bien de las personas, para que las mismas se sientan seguras, tengan un ambiente de trabajo agradable tanto psicológico como físico, y cuenten con el material de trabajo adecuado que facilite el proceso o acción.

En este sentido las empresas se interesan cada vez más por conservar a los empleados, y para ello establecen un sin número de alternativas que garantizan la lealtad, sin embargo hay organizaciones que registran una alta rotación de profesionales debido a su ineficiente promoción de estrategias y acciones en beneficios del talento humano.

Monitoreo de personas

De acuerdo con Jones (2012), el monitoreo es una parte esencial de la gestión del talento humano porque permite controlar el comportamiento de las personas y corregir aquellas actividades que pueden afectar el ambiente labora. Si dichas actividades no son corregidas a tiempo las metas se incumplen.

Sin embargo hay que considerar que el monitoreo trabaja en conjunto con el resto de componentes del control interno y proporciona una seguridad razonable en la organización. Ello conlleva la búsqueda y la corrección de las deficiencias de controles identificados, antes de que afecten el logro de los objetivos de control de la entidad; el monitorio permite a las personas reaccionar de forma rápida cuando se identifican controles insuficientes o controles innecesarios (Fonseca, 2011).

Evaluación de desempeño

La evaluación del desempeño consiste en valorar la eficiencia en cómo se ejecutan las actividades en un periodo de tiempo específico en donde el objetivo es el logro de objetivos (Rodríguez, 2012).

En esta misma línea Chiavenato (2009) considera que:

La evaluación del desempeño del talento humano como una valoración sistemática de la actuación de cada persona, en función de las actividades que desempeña, las metas y los resultados que debe alcanzar, las competencias que ofrece y su potencial de desarrollo; es un proceso que sirve para juzgar o estimar el valor, la excelencia y las cualidades de una persona y, sobre todo, su contribución al negocio de la organización. (p. 82)

Es importante acotar que la valoración que realizan las empresas permite evaluar los conocimientos, habilidades y resultados del personal y a la vez permite identificar qué metas se alcanzaron y los cambios destinados a cumplir los objetivos propuestos.

1.1.4 Servicio

Camison et al. (2017) definen al servicio como “una actividad económica que implica desempeños basados en tiempo que buscan obtener o dar valor a cambio de dinero, tiempo y esfuerzo sin implicar la transferencia de propiedad” (p.49).

En el ámbito del marketing, se suele entender por servicio a un cúmulo de tareas desarrolladas por una compañía para satisfacer las exigencias de sus clientes. De este modo, el servicio podría presentarse como un bien de carácter no material. Por lo tanto, quienes ofrecen servicios no acostumbran hacer uso de un gran número de materias primas y poseen escasas restricciones físicas. Asimismo, hay que resaltar que su valor más importante es la experiencia (Camison et al., 2017).

Podría acotarse que el servicio es cómo lo ve el cliente, no como lo ve el proveedor de dicho servicio. Verificar la satisfacción con retroalimentación. La clave del servicio es la relación con las personas. El servicio a veces se observa y se siente, pero es inmaterial.

Respecto a las características del servicio, Kotler et al. (2004) consideran que el servicio presenta las siguientes características:

- a) Intangibilidad: Se refiere a que los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse, por tanto, tampoco pueden ser almacenados, ni colocados en el escaparate de una tienda para ser adquiridos y llevados por el comprador (como sucede con los bienes o productos físicos).
- b) Inseparabilidad: Los bienes se producen, se venden y luego se consumen. En cambio, los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables.
- c) Heterogeneidad o variabilidad, significa que los servicios tienden a estar menos estandarizados o uniformados que los bienes. Es decir, que cada servicio depende de quién los presta, cuando y donde, debido al factor humano; el cual, participa en la producción y entrega.
- d) Carácter Perecedero o imperdurabilidad. Se refiere a que los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario. Por ejemplo, los minutos u horas en las que un dentista no tiene pacientes, no se puede almacenar para emplearlos en otro momento, sencillamente se pierden para siempre (Kotler et al., 2004).

1.1.5. Atención al cliente

De acuerdo con Serna (2016) la atención al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. La atención cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

Entre las principales características de la atención al cliente se destacan:

- Es intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- Es perecedero, se produce y consume instantáneamente.
- Es continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
- Es integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
- La oferta del servicio, prometer y cumplir.
- El foco del servicio, satisfacción plena del cliente.

- El valor agregado, plus al producto (Serna, 2016).

Sobre los elementos que conforman la atención al cliente, Gómez (2019) afirma que en la atención al cliente participan varios elementos: el cliente, el personal de contacto o sea el personal del almacén o negocio, el soporte físico o local, exhibición. El personal de contacto es quien se enfrenta a las diferentes situaciones con el cliente que se conocen como los momentos de verdad y el servicio mismo. Con estos cuatro elementos mencionados interactúan de una manera simultánea: el sistema de organización interna y los demás clientes.

El cliente, es el consumidor objetivo del servicio. Es el elemento primordial; si no hay cliente no hay servicio, y su presencia es absolutamente indispensable. El soporte físico, se refiere al soporte material necesario para la prestación del servicio. De este soporte físico se sirven, el personal de contacto, el cliente y ambos a la vez. Se divide en los instrumentos necesarios para la prestación del servicio como son los muebles, las maquinas, los exhibidores, las exhibiciones, etc. Y el entorno o ambiente, decoración, merchandising, uniformes, etc. El servicio mismo, que depende de la estrategia y plan de acción trazados y el personal de contacto (Gómez, 2019).

1.1.6. Calidad del servicio

La calidad en el servicio, es el grado en el que el servicio satisface las necesidades o requerimientos del consumidor, y en lo posible excederlos, lo que implica hacer las cosas necesarias bien y a la primera, con actitud positiva y espíritu de servicio. Y obtener el éxito en el mercado para mantener la ventaja competitiva (Larrea, 2016).

Sobre lo expresado, se podría acotar que el servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de una empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso; Satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se nos contrató. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que se entrega.

Para Evans (2018), el grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances. La mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija una intervención para rebasar sus expectativas.

Es importante considerar que la calidad es el elemento básico de las percepciones del cliente. En el caso de los servicios puros (por ejemplo, atención de salud, servicios financieros, educación), la calidad de servicio será el elemento dominante en las evaluaciones de los clientes. En casos en los que el servicio o servicios al cliente son ofrecidos en combinación con un producto físico, la calidad de servicio también puede ser muy importante para determinar la satisfacción del cliente.

De acuerdo con Camison et al. (2017), la calidad de servicio viene dada por la proximidad de entre el servicio esperado y el servicio percibido, la calidad de servicio mide el grado en que los requisitos deseados por el cliente son percibidos por el tras forjarse una impresión del servicio recibido.

Todos los procesos que incluye el servicio ofrecido, desde su inicio (cuando se establece los puntos y el diseño con el cliente), hasta que recibimos la conformidad por el trabajo bien hecho, deben contar con unos procedimientos que marquen, paso a paso todas las tareas que deben realizarse, como se deben realizar y el control existente) para evaluar los resultados (Kotler et al., 2004).

Por lo expresado, se debe prestar una atención especializada en la prevención de errores, ya que en este caso los problemas surgen a medida que se está ejecutando el servicio y hay que dar una solución lo más rápido posible, para lo cual hay que prestar especial atención a la relación proveedor cliente y a la formación de personal sobre todo el de aquel personal que tiene un contacto directo con el cliente.

Sistemas para medir la calidad del servicio

De acuerdo con Riveros (2014), la calidad del servicio puede ser medida a través de varios sistemas o aspectos que se destacan a continuación:

- a) Valoración del mercado.- A través de los estudios de marketing. Debido a que el mercado es cambiante, es necesario tener datos de las fluctuaciones, modas, nueva tecnología y acciones de competencia. En relación al cliente interno, toda la información que se obtenga deberá remitirse a los interesados, manteniendo con ellos reuniones de búsqueda de soluciones concretas.
- b) Diseño del servicio.- Para poder ofrecer un buen servicio al cliente se debe conocer en profundidad el mercado en el que se mueve el sector en el que se trabaja o se pretende trabajar. Para ello, a través del marketing se obtendrán los datos necesarios para llevar a cabo dicho objetivo. Es necesario definir también los medios, modos sistemas y métodos que especifique su prestación. Dentro del diseño se preverán posibles cambios que den respuesta rápidas a las fluctuaciones de la demanda.
- c) Prestación del servicio.- Lo primero que se deberá comprobar será si el diseño del servicio es el requerido por el cliente y que normas, códigos y especificaciones estén redactados de forma clara y comprensible para la empresa y para el cliente. Así que se deberá eliminar todas aquellas expresiones que sean de difícil comprensión. También deben especificarse medios y recursos necesarios para cumplir el servicio, tanto humanos como técnicos. La calidad se incluirá en todo el proceso, determinando métodos de control.
- d) Valoración del servicio.- En la valoración del servicio se ha de integrar al cliente en la organización, haciéndole sentirse parte de ella, dándole importancia, valorando sus sugerencias y aportes. Otra actividad a realizar por parte de la empresa será la obtención de datos concretos sobre el grado de satisfacción, quejas, reclamaciones, y opinión acerca del servicio, que permitirán tomar medidas adecuadas para variar el sistema de forma rápida y eficaz (Riveros, 2014).

Es importante destacar el nuevo papel que han de desempeñar los comerciales y los empleados que atienden clientes tanto de manera personal como telefónica. La formación debe ser atendida en todas sus vertientes para que puedan manejar la relación con eficacia.

1.2. Antecedentes investigativos

Se identificaron artículos científicos e investigaciones realizadas con anterioridad sobre la gestión del talento humano y su incidencia en la calidad de servicio de las empresas, con el propósito de tomar en consideración aspectos metodológicos, instrumentos y conclusiones que orienten el presente estudio.

Un artículo científico publicado por Hernández et al. (2019) planteó como objetivo de estudio, evaluar la calidad del servicio y la importancia que tiene el recurso humano en la atención a clientes de una empresa de Zulia, Venezuela. Respecto a la metodología, fue un estudio de tipo descriptivo en el que participó una muestra probabilística intencional escogida entre los clientes de la empresa; se recolectó datos por medio de un cuestionario de elección múltiple. En cuanto a los resultados se pudo determinar que la atención al cliente es regular y mala lo que afecta considerablemente la percepción de la calidad de servicio por parte de los clientes; que los empleados no tienen la suficiente capacitación para desarrollar su trabajo de forma efectiva. Se concluye en la necesidad de la empresa de diseñar un programa de entrenamiento que posibilite mejorar la calidad de servicio brindado en la gestión empresarial.

Montoya y Boyero (2016) establecen como objetivo de su artículo científico, analizar al recurso humano como el aspecto fundamental para lograr una gestión de calidad y competitividad organizacional. Respecto a la orientación metodológica, tuvo un enfoque cualitativo, así como una investigación documental en el que se identifican varias fuentes metodológicas de autores que resaltan la importancia del tema. Entre los principales resultados se pudo evidenciar que las organizaciones necesitan orientar su gestión a una visión más ambiciosa en cuanto a su talento humano, ya que el personal es un factor considerado clave para obtener ventajas competitivas, por lo que debe ser idóneo y comprometido con la misión empresarial. Finalmente se establece la necesidad de que se apliquen herramientas que promuevan la calidad de los procesos, bajo paradigmas de mejoramiento continuo y calidad total.

En la tesis de maestría de Chambilla (2017) se plantea el objetivo de demostrar la relación existente entre la gestión administrativa y la calidad del servicio brindado en una

organización educativa. La metodología se orientó a un estudio cuantitativo, de diseño no experimental transversal, en el que se tomaron como muestra a 80 estudiantes, a quienes se les aplicó una encuesta realizada en un solo momento. Entre los resultados se pudo establecer que no se han realizado mediciones sobre la calidad de servicio que se brinda a los estudiantes, hace falta la coordinación de un eficiente plan estratégico que recoja las necesidades por resolver en la institución. Del mismo modo, se concluye en la necesidad de definir políticas de calidad de servicio en aulas y oficinas para tener una mejor gestión organizacional y satisfacer las necesidades de los usuarios.

Abanto (2019) definió como objetivo de su tesis de maestría, establecer la relación existente entre la gestión del talento humano y la calidad del servicio que se brinda en empresas hoteleras de Cajamarca, Perú. Respecto a la metodología fue una investigación cualitativa y cuantitativa de tipo correlacional, en la que se aplicaron encuestas y entrevistas para la recolección de datos investigativos. Entre los resultados se destaca que existe una correlación significativa de la gestión del talento humano y la calidad del servicio; no se cuenta con información suficiente para la determinación de la calidad percibida por los servicios prestados, así como un poco verificación del cumplimiento de los objetivos organizacionales. Se destaca finalmente que se hace necesario establecer tiempos para cumplir con los requerimientos de los clientes, así como contar con una guía motivacional para mejorar el desempeño laboral, actualización y capacitación en temas de calidad y atención al cliente.

En la investigación de maestría realizado por Reinoso (2015), se establece como objetivo general, el diseño de un modelo de gestión por competencias de talento humano que permita mejorar la calidad del servicio que se brinda en una organización de servicios médicos de Ambato, Ecuador. En torno a la metodología, fue una investigación de campo, documental, bibliográfica y descriptiva, en la que se tomó en consideración como muestra a 23 colaboradores de este centro médico. Entre los resultados se pudo evidenciar que la institución no cuenta con un modelo de gestión por competencias que oriente al cumplimiento de las necesidades institucionales; la estructura organizacional es obsoleta sin una definición clara de los procesos; no cuenta con herramientas de gestión para satisfacer necesidades internas y externas. Finalmente el talento humano no cuenta con capacitación y actualización de conocimientos de manera continua, ocasionando una baja cultura de servicio.

1.3. Fundamentación legal

La investigación observará varios artículos y cuerpos legales que rigen la gestión del talento humano en las empresas.

Constitución de la República del Ecuador

El Art. 325 establece que el Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

En el Art. 327 se determina que la relación laboral entre personas trabajadoras y empleadoras será bilateral y directo. Se prohíbe toda forma de precarización, como la intermediación laboral y la tercerización en las actividades propias y habituales de la empresa o persona empleadora, la contratación laboral por horas, o cualquiera otra que afecte los derechos de las personas trabajadoras en forma individual o colectiva.

El Art. 328 determina que la remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia, será inembargable, salvo para el pago de pensiones por alimentos. El Estado fijará y revisará anualmente el salario básico establecido en la ley, de aplicación general y obligatoria.

Código del Trabajo

En el Art. 42 se establecen entre otras obligaciones del empleador:

- Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado.
- Atender las reclamaciones de los trabajadores.
- Brindar espacios adecuados para la realización de las actividades laborales.
- Promover la constante capacitación y desarrollo de sus funcionarios.
- Planificar procesos de formación de manera permanente.

El Art. 45 establece varias obligaciones del trabajador:

- Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.
- Observar buena conducta durante el trabajo.
- Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal.

Ley de apoyo humanitario

El Art. 16 determina que de los acuerdos de preservación de fuentes de trabajo.- Los trabajadores y empleadores podrán, de común acuerdo, modificar las condiciones económicas de la relación laboral con la finalidad de preservar las fuentes de trabajo y garantizar estabilidad a los trabajadores. Los acuerdos no podrán afectar el salario básico o los salarios sectoriales determinados para jornada completa o su proporcionalidad en caso de jornadas reducidas.

El Art. 20 determina la reducción emergente de la jornada de trabajo.- Por eventos de fuerza mayor o caso fortuito debidamente justificados, el empleador podrá reducir la jornada laboral, hasta un máximo del 50%. El sueldo o salario del trabajador corresponderá, en proporción, a las horas efectivamente trabajadas, y no será menor al 55% de la fijada previo a la reducción; y el aporte a la seguridad social pagarse con base en la jornada reducida.

Se exponen estos artículos de la Ley de Apoyo Humanitario (2020) debido a que las afectaciones económicas a los sueldos de los empleados podrían generar en ellos algún tipo de desmotivación que se vea reflejada en los servicios que presta hacia los clientes, razón por la que hay que tener en consideración este aspecto al desarrollar el trabajo.

CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de estudio

De acuerdo con la presentación de resultados, la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, considerada por Cerda (2011) como un estudio que basa su análisis en la cuantificación numérica y porcentual de los resultados para lograr conclusiones generales a través de los mismos. En función de estos criterios, el presente estudio fue cuantitativo porque aplicó instrumentos para recolectar los criterios sobre calidad de servicio que se brinda a los clientes en “Plastifull”, así como los criterios de los empleados sobre la gestión de talento humano que se presenta en la empresa.

Del mismo modo fue una investigación cualitativa, definida por Cerda (2011) como el proceso investigativo que analiza un fenómeno desde las características particulares en función del criterio de los actores identificados en torno al fenómeno. En este sentido, la investigación fue cualitativa porque buscó conocer el criterio de empleados y clientes de la empresa, sus opiniones sobre la gestión del talento humano y la calidad del servicio que se presenta en su empresa.

En relación al nivel de estudio, se trata de un estudio descriptivo, definido como la investigación que mide un fenómeno a través de sus características o principales atributos dentro de una población y tiempo específico (Veiga y De la Fuente, 2018). En torno a lo expresado, el estudio fue descriptivo porque buscó detallar las características principales del fenómeno que se estudia, realizando una descripción general de las situaciones que se derivan de la gestión del talento humano y la calidad del servicio en “Plastifull”.

Respecto al diseño de la investigación, el estudio es considerado no experimental, definido por Dzul (2016) como la investigación que no realiza una manipulación deliberada de las variables; es decir no realiza cambios sobre el fenómeno, sino que tan solo lo analiza y presenta alternativas de salud para mejorarlo. En este sentido, la investigación fue no experimental debido a que analizó el fenómeno de la gestión del talento humano y la calidad del servicio en “Plastifull”, limitándose tan solo a presentar

alternativas que mejoren las condiciones en las que se desarrolla actualmente el fenómeno de estudio.

Respecto al lugar y medios, la investigación fue de campo y documental. Para Soriano (2016), la investigación de campo es aquella que permite tener contacto con el fenómeno investigativo en el mismo lugar en el que se ha generado. Sobre la investigación documental la califica como el estudio que tiene un soporte significativo de teorías ya establecidas sobre el fenómeno que se estudia, en distintos tiempos y lugares. Sobre la base de estas definiciones, la investigación fue de campo porque se realizó en las instalaciones de “Plastifull”, mientras que fue bibliográfica porque se apoyó en teoría ya establecida sobre el tema de estudio para fundamentar adecuadamente la metodología y posteriores resultados.

2.3 Conceptualización y operacionalización de variable

Tabla 1.- Operacionalización de variable “Gestión de talento humano”

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Gestión de talento humano	La Gestión del Talento Humano son las habilidades de cada persona en el proceso educativo a corto plazo aplicado de manera sistemática en la cual se desarrollan habilidades en función de los objetivos establecidos inicialmente en la organización (Chiavenato, 2009)	<p>Teoría sobre talento humano.</p> <p>Metodología utilizada en el proceso investigativo</p> <p>Formas de recolección de datos</p> <p>Conclusiones y recomendaciones de estudio</p>	<p>Inducción al personal</p> <p>Recompensa al personal</p> <p>Desarrollo del personal</p>	<p>Selección</p> <p>Socialización</p> <p>Conocimiento y asignación de funciones</p> <p>Rotaciones</p> <p>Liderazgo</p> <p>Conocimiento e incentivos</p> <p>Remuneraciones</p> <p>Promociones o ascensos</p> <p>Motivación</p> <p>Capacitación</p> <p>Desempeño</p> <p>Supervisión</p>	<p>Cuestionario sobre gestión de talento humano</p> <p>Abanto (2019)</p> <p>Anexos</p>

Elaborado por Autora a partir de Abanto (2019)

Tabla 2.- Operacionalización de variable “Calidad del servicio”

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Calidad del servicio	La calidad en el servicio, es el grado en el que el servicio satisface las necesidades o requerimientos del consumidor, y en lo posible excederlos, lo que implica hacer las cosas necesarias bien y a la primera, con actitud positiva y espíritu de servicio. Y obtener el éxito en el mercado para mantener la ventaja competitiva (Larrea, 2016).	Teoría sobre calidad del servicio.	Valoración del mercado	Ambiente Confiabilidad Comunicación Cortesía	Cuestionario sobre calidad del servicio <i>Abanto (2019)</i> <i>Anexos</i>
		Metodología utilizada en el proceso investigativo	Diseño del servicio	Agilidad Capacidad de respuesta Comprensión al cliente	
		Formas de recolección de datos	Prestación del servicio	Seguridad Limpieza	
		Conclusiones y recomendaciones de estudio	Valoración del servicio	Empatía Grado de satisfacción Quejas y opiniones	

Elaborado por Autora a partir de Abanto (2019)

2.4 Población

La investigación se realizó en las instalaciones de “Plastifull” S.A., empresa en la que laboran 9 empleados en el área de ventas y servicios. Del mismo modo se tomaron en cuenta a 50 clientes que, en promedio visitan diariamente la empresa.

Tabla 3.- Población

ORDEN	DETALLE	CANTIDAD
1	Empleados de Plastifull S.A	9
2	Clientes de la empresa	50
TOTAL DE LA POBLACIÓN		59

Fuente: Propietarios de Plastifull S.A.

Al ser una población finita, no muy amplia, se utilizaron a todos los empleados en el proceso investigativo, es decir, no se aplicó ninguna fórmula muestral para identificar a los actores del estudio. En el caso de los clientes se aplicó un muestreo intencional por conveniencia, debido a que se fue tomando el criterio de los clientes conforme van acudiendo al local a realizar compras.

2.5 Técnicas e instrumentos

Para la recolección de información se aplicó una encuesta, definida por Soriano (2016) como un conjunto de preguntas que, de manera ordenada y cronológica, busca la obtención de información sobre un tema en particular. En la presente investigación se realizó una encuesta con preguntas cerradas y la utilización de una escala de Likert para facilidad y uniformidad de respuestas y una tabulación más sencilla de los resultados.

Para la aplicación de los instrumentos se consideraron cuestionarios ya validados con anterioridad de autoría de Abanto (2019), cuyo tema de maestría fue analizar la incidencia de la gestión de talento humano en la calidad de servicio de empresas hoteleras en Cajamarca, Perú. En el caso del cuestionario para abordar la temática de gestión de talento humano, se realizaron 24 preguntas distribuidas en tres dimensiones: 10 para los aspectos

relacionados a la inducción, 8 para aspectos referentes a recompensa de personal y 6 en torno a aspectos de desarrollo del personal.

Respecto al cuestionario sobre calidad de servicio, se realizaron 22 preguntas distribuidas en cuatro dimensiones: 4 preguntas sobre valoración del mercado, 8 preguntas respecto al diseño del servicio, 7 preguntas sobre prestación del servicio y 3 preguntas sobre valoración del servicio.

Es importante acotar que en los dos cuestionarios se va a utilizar una escala de tipo Likert con las siguientes nomenclaturas:

- Totalmente de acuerdo = 5
- De acuerdo = 4
- Neutral = 3
- En desacuerdo = 2
- Totalmente en desacuerdo = 1

2.6 Recolección y análisis de datos

Los procedimientos a tener en consideración para la investigación fueron:

- Conversación de apertura con los propietarios de “Plastifull” para la socialización de la investigación.
- Diseño de instrumentos basados en documentos ya validados en anteriores investigaciones.
- Realización de las encuestas en las instalaciones de la empresa.
- Tabulación y cálculo de promedios sobre los resultados obtenidos.
- Presentación de resultados en el documento final de investigación.

CAPÍTULO 3. RESULTADOS

La Gestión del Talento Humano reúne las habilidades de cada persona para la ejecución de determinada tarea a corto plazo, aplicado de manera sistemática para desarrollar habilidades en función de los objetivos establecidos en la organización.

Por otra parte, la calidad en el servicio, es el grado en el que el servicio satisface las necesidades o requerimientos del consumidor, y en lo posible excederlos, lo que implica hacer las cosas necesarias bien y a la primera, con actitud positiva y espíritu de servicio y obtener el éxito en el mercado para mantener la ventaja competitiva.

La presente investigación fue realizada con la finalidad de identificar la incidencia que tiene la gestión de talento humano en la calidad de servicio que se brinda a los clientes de la empresa “Plastifull” de la ciudad de Esmeraldas, dado que las exigencias de competitividad han generado un mercado cada vez más exigente, al que hay que enfrentarlo con una mejor calidad en la prestación de productos y servicios a los clientes de la empresa.

La empresa objeto de estudio debe buscar alternativas que le permitan tener ventajas competitivas sobre otras empresas que ofertan sus mismos productos; necesita esforzarse de manera continua para mejorar, por medio de una eficiente gestión de talento humano, su calidad de servicio en pos de lograr la satisfacción plena de sus clientes y alcanzar su fidelidad comercial.

Se presentan a continuación los resultados obtenidos en el proceso investigativo con la aplicación de un cuestionario sobre gestión de talento humano y un cuestionario sobre calidad del servicio, que permitan establecer con claridad la situación actual en la que desarrolla su gestión la empresa Plastifull.

3.1 Diagnóstico a la gestión de talento humano

Inducción del personal

Tabla 4

Inducción del personal

		Estadísticos									
		1. En la empresa se realiza el proceso de selección de personal	2. Usted ha sido contratado bajo algún parámetro de selección	3. La empresa realiza actividades para integrar al nuevo potencial humano	4. La empresa recibe a los nuevos empleados y los integra a su cultura, a su contexto y a su sistema	5. Conoce usted sus obligaciones y responsabilidades inherentes al cargo	6. Se encuentra preparado para resolver problemas dentro de su puesto del trabajo	7. Existe un manual de perfil y descripción de funciones	8. La empresa le dio a conocer cuáles son los procedimientos o funciones para el desarrollo de las actividades en el puesto asignado	9. Seguidamente se rota al personal a diferentes áreas	10. En este periodo la empresa ha despedido a trabajadores
N	Válido	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
	Media	3,7778	2,1111	2,2222	3,6667	4,5556	4,7778	1,5556	3,7778	1,6667	3,6667
	Mediana	4,0000	2,0000	2,0000	4,0000	5,0000	5,0000	2,0000	4,0000	2,0000	4,0000
	Moda	4,00	2,00	2,00	4,00	5,00	5,00	2,00	4,00	2,00	4,00
	Desv.	,44096	,33333	,44096	,50000	,52705	,44096	,52705	,44096	,50000	,50000
Desviación											
	Varianza	,194	,111	,194	,250	,278	,194	,278	,194	,250	,250
	Rango	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mínimo	3,00	2,00	2,00	3,00	4,00	4,00	1,00	3,00	1,00	3,00
	Máximo	4,00	3,00	3,00	4,00	5,00	5,00	2,00	4,00	2,00	4,00
	Suma	34,00	19,00	20,00	33,00	41,00	43,00	14,00	34,00	15,00	33,00

Fuente: Encuesta a empleados de Plastifull – SPSS

Al realizar el análisis del aspecto referente a la inducción del personal, se pudieron identificar varios aspectos que de manera positiva y negativa inciden en la gestión empresarial de Plastifull.

Entre los aspectos considerados positivos se pudo identificar que la empresa, a pesar de no tener una normativa que guíe el proceso, realiza una selección del personal en función de la experiencia y referencias de quienes aspiran un puesto de trabajo; a quienes se contrata, les hacen conocer desde su ingreso, las obligaciones y responsabilidades que debe cumplir.

Por otra parte, los empleados de la empresa, a pesar de no contar con procesos de formación continua, han adquirido experiencia con el propio desenvolvimiento de sus actividades; dicha experiencia la van adquiriendo por medio de la socialización de los procedimientos y funciones que debe cumplir cada colaborador.

Entre los aspectos negativos identificados en el análisis, se evidenció que no existe una adecuada integración hacia los nuevos empleados que son contratados, los mismos que no conocen de algún parámetro que se haya establecido para su contratación. Destacar por último que una de las deficiencias más notorias tiene que ver con la inexistencia de un manual de perfil y descripción de funciones que rijan la gestión individual y organizacional.

Recompensa al personal

Tabla 5

Recompensa al personal

		Estadísticos							
		11. La empresa posee un instrumento o parámetro que mide el liderazgo	12. Usted se siente preparado para liderar en su centro de trabajo	13. Se realiza reuniones periódicas para evaluar si los objetivos y acciones establecidas se cumplen	14. El personal se reúne para dar a conocer sus actividades y dificultades	15. Maneja la empresa programas de incentivos para el personal que cumpla con las metas establecidas o las superen	16. Se reconoce el esfuerzo del personal, con incentivos y/o ascensos	17. La empresa motiva al personal con reconocimientos por el esfuerzo que realiza en su centro de trabajo	18. Los estímulos que recibe por parte de la empresa lo motivan a atender a los clientes de mejor manera
N	Válido	9	9	9	9	9	9	9	9
Media		1,7778	2,3333	1,7778	2,3333	1,3333	1,3333	1,4444	1,4444
Mediana		2,0000	2,0000	2,0000	2,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000
Moda		2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Desv. Desviación		,44096	,50000	,44096	,50000	,50000	,50000	,52705	,52705
Varianza		,194	,250	,194	,250	,250	,250	,278	,278
Rango		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Mínimo		1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Máximo		2,00	3,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Suma		16,00	21,00	16,00	21,00	12,00	12,00	13,00	13,00

Fuente: Encuesta a empleados de Plastifull

En el aspecto de recompensa de personal, todos los promedios obtenidos muestran varias deficiencias en la gestión de la empresa. No se cuenta con instrumentos que eleven el liderazgo en los empleados y éstos puedan ponerlo de manifiesto en su trabajo, es decir, no se cuenta con empleados que estén en capacidad de liderar iniciativas que mejoren las actividades cotidianas.

Otra de las falencias identificadas tiene que ver con la poca realización de reuniones de trabajo en las que los empleados puedan dar a conocer sus inquietudes, las dificultades que atraviesan, así como la posibilidad de que los propietarios de la empresa sugieran alternativas de mejora del desempeño de sus colaboradores.

Finalmente se pudo establecer que la empresa no cuenta con algún sistema de incentivos que, ante el cumplimiento de metas y objetivos individuales y organizacionales, premie el esfuerzo, entregue incentivos económicos o no económicos; es decir, la empresa no realiza ningún tipo de motivación que influya en un mejor desenvolvimiento de los empleados en el desarrollo de sus funciones.

Desarrollo del personal

Tabla 6

Desarrollo del personal

		Estadísticos					
		19. Dentro de la empresa se promueve y planifica programas de capacitación, entrenamiento	20. La capacitación es planeada en base a los perfiles de puesto misión, visión y valores	21. Se realiza al personal evaluaciones periódicas que permitan medir el nivel de desempeño en cada puesto o función	22. Usted desempeña sus funciones correctamente	23. La empresa posee un registro del personal y de puestos	24. La empresa posee una base de datos para la supervisión del personal
N	Válido	9	9	9	9	9	9
Media		2,3333	2,2222	2,2222	4,3333	3,4444	2,2222
Mediana		2,0000	2,0000	2,0000	4,0000	3,0000	2,0000
Moda		2,00	2,00	2,00	4,00	3,00	2,00
Desv. Desviación		,50000	,44096	,66667	,50000	,52705	,44096
Varianza		,250	,194	,444	,250	,278	,194
Rango		1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00
Mínimo		2,00	2,00	1,00	4,00	3,00	2,00
Máximo		3,00	3,00	3,00	5,00	4,00	3,00
Suma		21,00	20,00	20,00	39,00	31,00	20,00

Fuente: Encuesta a empleados de Plastifull

En la evaluación del aspecto relacionado con el desarrollo del personal se pudo identificar entre las incidencias positivas que la empresa ha desarrollado un registro de datos personales y de las funciones que desarrollan en la empresa, de tal manera que existe pleno conocimiento de los colaboradores. También se puede mencionar como aspecto positivo que los colaboradores se sienten capaces de efectuar eficientemente sus funciones cotidianas.

Los aspectos negativos identificados tienen que ver con la poca planificación y ejecución de procesos de capacitación y actualización de conocimientos para mejorar el desempeño de los empleados, es más no se toma en consideración la misión, visión y objetivos que deben cumplirse de la mano con el perfeccionamiento de su personal.

Finalmente, no se efectúan procesos de evaluación de desempeño, que sirva, no solo para conocer cómo está trabajando el personal, sino también que sea el punto de partida para el planteamiento de alternativas de mejora y capacitación en función de mejorar efectivamente la gestión empresarial.

3.2 Medición de la calidad del servicio

Valoración del servicio

Tabla 7

Valoración del servicio

		Estadísticos			
		1. El espacio y mobiliario de la empresa es el adecuado	2. La ambientación e iluminación es cómoda	3. El conocimiento del personal transmite confianza	4. El personal muestra interés por resolver sus problemas
N	Válido	50	50	50	50
Media		2,6400	3,2400	3,1200	3,5200
Mediana		2,0000	3,0000	4,0000	4,0000
Moda		2,00	4,00	4,00	4,00
Desv. Desviación		1,08346	1,06061	1,33463	,97395
Varianza		1,174	1,125	1,781	,949
Rango		4,00	4,00	4,00	4,00
Mínimo		1,00	1,00	1,00	1,00
Máximo		5,00	5,00	5,00	5,00
Suma		132,00	162,00	156,00	176,00

Fuente: Encuesta a clientes de Plastifull – SPSS

Al realizar el análisis del aspecto valoración del servicio, se identificaron varios aspectos positivos y negativos en la calidad del servicio que se brinda en Plastifull.

Al considerar los aspectos positivos, el criterio de los clientes permitió evidenciar que se sienten cómodos con la iluminación y ambientación existente en la empresa, que el conocimiento de los empleados transmite confianza y a más de eso muestran interés constante por resolver las solicitudes que realizan.

Dentro de esta dimensión de análisis se identificó un aspecto con calificación negativa. De acuerdo con los clientes, el espacio y mobiliario de la empresa no es el adecuado, lo consideran muy pequeño para atender a los clientes que se acercan a solicitar y comprar un producto.

Diseño del servicio

Tabla 8

Diseño del servicio

		Estadísticos							
		5. Recibe información de los trabajadores sobre ofertas y promociones	6. El personal se expresa de forma clara y entendible	7. El personal de atención al cliente se muestra dispuesto a ayudar	8. La atención prestada por el personal se realiza de forma rápida	9. Considera usted que debería de contratarse más personal	10. El personal está capacitado para responder cualquier inquietud	11. Considera que el personal nunca está demasiado ocupado para atenderlo	12. El personal es amable con usted
N	Válido	50	50	50	50	50	50	50	50
Media		3,7200	2,9200	3,8800	4,1000	4,2000	3,1400	3,2800	3,9400
Mediana		4,0000	2,5000	4,0000	4,0000	4,5000	3,0000	4,0000	4,0000
Moda		4,00	2,00	5,00	3,00	5,00	3,00	4,00	5,00
Desv. Desviación		1,12558	1,24278	1,33463	1,16496	1,04978	1,08816	1,30993	1,20221
Varianza		1,267	1,544	1,781	1,357	1,102	1,184	1,716	1,445
Rango		4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Mínimo		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Máximo		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Suma		186,00	146,00	194,00	155,00	210,00	157,00	164,00	197,00

Fuente: Encuesta a clientes de Plastifull – SPSS

En la dimensión diseño del servicio, se obtuvieron diferentes respuestas, en su mayoría favorables a la calidad del servicio. Obtuvieron calificaciones positivas aspectos como la comunicación de ofertas y promociones de parte de los empleados, así como la disposición para ayudar ante cualquier requerimiento. Se evidenció también que la atención que se brinda por parte de los empleados es rápida.

Del mismo modo, se pudo conocer que los clientes consideran que los empleados que los atienden nunca se muestran demasiado ocupados para atenderlos y, más bien, muestran aceptables niveles de amabilidad en el trato y atención. Finalmente están de acuerdo que, a pesar de recibir buena atención, consideran la necesidad que la empresa contrate más empleados.

En el análisis de los datos se identificaron dos aspectos con baja calificación por parte de los clientes. Se presentan dificultades en la forma de expresarse por parte de los empleados; no lo hacen de una manera clara y entendible. También se considera que falta capacitación en los empleados porque no solventan todas las inquietudes y dudas de los clientes al momento de solicitar productos en el local.

Prestación del servicio

Tabla 9

Prestación del servicio

		Estadísticos						
		13. El personal se muestra siempre comprensivo con los clientes	14. El personal escucha con atención cualquier duda	15. La atención y seguridad que recibe, lo hace importante para la empresa	16. Usted se siente seguro en la empresa	17. Los ambientes le transmiten limpieza y orden	18. El personal tiene apariencia pulcra	19. El personal lo atiende correctamente, para que usted repita su visita
N	Válido	50	50	50	50	50	50	50
Media		3,6200	3,9400	2,7200	2,7400	3,7200	3,5200	3,7200
Mediana		4,0000	4,0000	2,0000	2,0000	4,0000	3,0000	4,0000
Moda		4,00	5,00	3,00	2,00	4,00	3,00	4,00
Desv. Desviación		1,17959	1,26829	1,23949	1,41147	1,25014	1,11831	1,12649
Varianza		1,391	1,609	1,536	1,992	1,563	1,251	1,269
Rango		4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Mínimo		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Máximo		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Suma		171,00	197,00	156,00	137,00	161,00	156,00	171,00

Fuente: Encuesta a clientes de Plastifull – SPSS

En la evaluación de la dimensión prestación del servicio se identificaron en su mayoría aspectos positivos devenidos de la atención a clientes. Según los encuestados, los empleados muestran comprensión ante cada requerimiento que se les hace; escuchan siempre con atención las solicitudes e inquietudes que les realizan.

Se evidenció también que, según los clientes, los ambientes en los que se realizan los procesos de venta y comercialización, se presentan limpios y en orden. El personal se presenta con una apariencia de limpieza y pulcritud y, a más de eso, brinda una buena atención que genera en el cliente una sensación de repetir su visita.

Dos aspectos obtuvieron una calificación negativa. Los dos aspectos tienen relación con la seguridad que sienten los clientes al visitar el local. A pesar de recibir buena atención por parte de los empleados, no sienten una total seguridad en la empresa, debido a que no tienen la posibilidad de estar dentro de ella, sino más bien realizar las compras desde la parte de afuera del local.

Valoración del servicio

Tabla 10

Valoración del servicio

		Estadísticos		
		20. El personal manifiesta su empatía ante cualquier situación difícil	21. El personal comprende las necesidades específicas de los clientes	22. Usted se encuentra plenamente satisfecho con la atención que recibe
N	Válido	50	50	50
Media		3,7000	4,1400	3,9400
Mediana		4,0000	4,0000	4,0000
Moda		4,00	5,00	5,00
Desv. Desviación		1,18235	1,08816	1,28428
Varianza		1,398	1,184	1,649
Rango		4,00	4,00	4,00
Mínimo		1,00	1,00	1,00
Máximo		5,00	5,00	5,00
Suma		185,00	207,00	197,00

Fuente: Encuesta a empleados de Plastifull – SPSS

En el análisis de la dimensión valoración del servicio, se pudieron identificar tan solo aspectos positivos derivados de la atención al cliente. Los consultados se sienten conformes con la empatía mostrada por los empleados de la empresa en el momento de atender sus pedidos y requerimientos.

Del mismo modo, los clientes consideran que los empleados comprenden de manera específica las necesidades que presentan al llegar al local. Finalmente, los clientes en su mayoría manifiestan sentirse satisfechos con la atención que reciben por parte de los colaboradores de la empresa Plastifull.

CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN

El objetivo de la presente investigación fue analizar la gestión del talento humano y la calidad de servicio en la empresa “Plastifull”. Para el cumplimiento de este objetivo se realizó un diagnóstico de la gestión del talento humano de la empresa, se midió la calidad de servicio brindado por el personal, para finalmente establecer la incidencia de la gestión de talento humano en la calidad del servicio de la empresa.

Al abordar la discusión de los resultados, resulta importante considerar lo expresado por Cuesta (2016), quien define a la gestión del talento humano como la correcta administración de los individuos que brindan su trabajo en una empresa, tomando en cuenta sus competencias y la manera en que éstas apunten al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

De su parte, Larrea (2016) califica a la calidad del servicio como la satisfacción de necesidades o requerimientos que presenta un consumidor o cliente. Es la razón por la que las empresas deben preocuparse por hacer las cosas bien, con actitud positiva y prominente espíritu de servicio.

Inicialmente, en torno al diagnóstico de la gestión del talento humano de la empresa, se tomó en consideración los resultados de la investigación de Reinoso (2015), quien estableció que una empresa de servicios médicos no cuenta con un modelo de gestión de talento humano por competencias orientado a solventar las necesidades institucionales, en la que se definan de forma clara funciones y procesos para la ejecución de una eficiente gestión empresarial. Del mismo modo, Montoya y Boyero (2016) muestran en sus resultados que, las organizaciones que no cuentan con herramientas administrativas como modelos de gestión de talento humano, tienen dificultades para la obtención de ventajas competitivas en el mercado en donde se desenvuelven, que contribuyan al mejoramiento continuo y la calidad total de la gestión.

Los datos expuestos en el párrafo anterior, se relacionan con los resultados obtenidos en la presente investigación, en donde se estableció que la empresa “Plastifull”, no cuenta con un modelo de gestión de talento humano que le permita orientar de forma estratégica

su gestión empresarial. No existen procesos definidos para la selección de personal, para su posterior inducción y desarrollo, no se presentan planes de incentivo o motivación para premiar el esfuerzo de los empleados por su labor realizada. Destacar también que no se cuenta con planificaciones de capacitación y tampoco se efectúan procesos de evaluación de desempeño que, posterior a resultados, mejore la gestión de los colaboradores. Ante lo descrito resulta importante generar varias interrogantes sobre los datos que se obtuvieron: ¿Cuáles son las razones por las que la empresa “Plastifull” no ha implementado un modelo de gestión de talento humano? ¿Los propietarios están en la capacidad administrativa y económica de implementar un modelo de gestión de talento humano? ¿Los propietarios conocen todos los beneficios administrativos y estratégicos de un modelo de gestión de talento humano?

Respecto a la medición de la calidad del servicio, resultó de importancia tomar en consideración los resultados de la investigación de Chambilla (2017), quien estableció que no se han realizado mediciones sobre la calidad de servicio que se brinda en una empresa educativa y que hace falta la coordinación de un eficiente plan estratégico que incluya la medición de la calidad de los servicios brindados. Se concluye en la necesidad de definir políticas de calidad de servicio en aulas y oficinas para tener una mejor gestión organizacional y satisfacer las necesidades de los usuarios. Del mismo modo, los resultados del artículo de Hernández et al. (2019) establecieron que, luego de la medición de la calidad del servicio en una empresa venezolana, se determinó que la atención al cliente es regular y mala lo que afecta considerablemente la percepción de la calidad de servicio por parte de los clientes; que los empleados no tienen la suficiente capacitación para desarrollar su trabajo de forma efectiva.

Los datos expuestos en el párrafo anterior tienen dos perspectivas de relación con los resultados obtenidos en la presente investigación. Por una parte, en función de lo expresado por Chambilla (2017), se pudo comprobar que, en la empresa “Plastifull”, hasta el momento no se habían realizado procesos de medición de la calidad del servicio que permitieran a sus propietarios conocer la realidad de la percepción del servicio que brindan a sus clientes. Por otra parte, contrario a los resultados de Hernández et al. (2019), la calidad del servicio percibida por los clientes de “Plastifull”, obtuvo calificaciones positivas. Los clientes consideran que los empleados de la empresa son amables, tienen empatía, responden a las dudas y requerimientos que les hacen, son cordiales al comunicar

promociones y ofertas, son ordenados y muestran constante disponibilidad. Ante los resultados expresados surge la siguiente interrogante: ¿Los resultados positivos de la calidad del servicio en “Plastifull” superan las expectativas de atención? Se podría considerar que, aunque la empresa no haya realizado procesos de medición de calidad del servicio con anterioridad, los resultados superan cualquier expectativa en cuanto a calidad del servicio. Sin saber con anterioridad aspectos que necesiten mejoramiento, el servicio brindado por los empleados tiene una buena percepción de parte de los clientes.

Finalmente, al abordar la incidencia de la gestión de talento humano en la calidad del servicio, se tomó en consideración los resultados de la investigación de Abanto (2019), quien estableció que existe una correlación significativa de la gestión del talento humano y la calidad del servicio; la aplicación de un modelo de gestión de talento humano permite contar con información específica de los procesos a desarrollar en la empresa y permitiría una mejora en la calidad percibida por los servicios prestados, así como una mayor verificación del cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Los datos expuestos en el párrafo anterior se relacionan con los resultados obtenidos en la presente investigación, en donde se determinó que, a pesar de presentar una falencia administrativa el no contar con un modelo de gestión de talento humano en la empresa “Plastifull”, se han obtenido resultados positivos en la percepción de clientes sobre la calidad del servicio. Ante los datos obtenidos surge la siguiente interrogante: ¿Qué efectos tendría la aplicación de un modelo de gestión de talento humano en la calidad del servicio brindado por “Plastifull”? Es evidente que existe una relación directa entre la gestión del talento humano y la calidad del servicio, pues este último es el horizonte que oriente las acciones y motivaciones de los colaboradores. Se hace necesario implementar en la empresa un modelo de gestión de talento humano que permita pasar del empirismo empresarial a procesos técnicamente definidos, que posibiliten una gestión eficiente de los colaboradores y que éstos resultados se mantengan en el tiempo. Al tratar de brindar los servicios, toda la organización debe funcionar como un equipo, con funciones y procesos claros, que se alineen a la misión de satisfacer los requerimientos de los clientes.

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Se estableció que la empresa “Plastifull” no cuenta con un modelo de gestión de talento humano que le permita orientar de forma estratégica su gestión empresarial. No existen procesos definidos para la selección de personal, selección, inducción y desarrollo, no se presentan planes de incentivo o motivación para premiar el esfuerzo de los empleados por su labor realizada. Destacar también que no se cuenta con planificaciones de capacitación y tampoco se efectúan procesos de evaluación de desempeño que promueva el mejoramiento de la gestión de los colaboradores.
- Los propietarios de la empresa “Plastifull” no habían realizado hasta el momento, procesos de medición de la calidad del servicio que permitiera conocer la realidad de la percepción del servicio que brindan a sus clientes. La evaluación de la calidad del servicio realizada en la presente investigación, determinó que la calidad del servicio percibida por los clientes de “Plastifull”, es positiva. Los clientes consideran que los empleados de la empresa son amables, tienen empatía, responden a las dudas y requerimientos que les hacen, son cordiales al comunicar promociones y ofertas, son ordenados y muestran constante disponibilidad.
- La gestión del talento humano es un factor crítico y de mucha importancia a la hora de mantener una ventaja competitiva dentro de una empresa y tener éxito en la calidad del servicio que brinda a sus clientes. A pesar de que la empresa “Plastifull” presenta una falencia administrativa de no contar con un modelo de gestión de talento humano, ha obtenido resultados positivos en la percepción de clientes sobre la calidad del servicio. Es decir, la inexistencia de un modelo de gestión de talento humano no ha tenido una incidencia significativa en la calidad del servicio brindado.

Recomendaciones

- Resulta necesario que los propietarios de la empresa “Plastifull” diseñen e implementen un modelo de gestión de talento humano adaptable a las características del negocio. Se deben establecer procesos y funciones claramente definidos, donde se indiquen los pasos a seguir para la selección, inducción, desarrollo y compensación del talento humano. Deben contar también con mecanismos que renueven la realidad de la organización en su entorno, que ofrezca pautas y estrategias orientadas a la optimización de la gestión, la mejora continua de la calidad y la rentabilidad.
- Es importante que los propietarios de la empresa “Plastifull” establezcan periodos de tiempo que no superen un año, para realizar mediciones constantes a la calidad del servicio brindado en el negocio. En la actualidad, la empresa necesita ser cada día más competitiva y la medición de la calidad del servicio debe convertirse en una herramienta clave para posicionarse en el mercado de forma sólida, permitiendo identificar las áreas o procesos deficientes e identificando las brechas de insatisfacción que presentan los clientes, siempre en función del mejoramiento continuo.
- La implementación de un modelo de gestión de talento humano en la empresa “Plastifull”, permitirá pasar del empirismo empresarial a procesos técnicamente definidos, que posibiliten una gestión eficiente de los colaboradores y que éstos resultados se mantengan en el tiempo. Para un seguro éxito de la empresa respecto a la calidad del servicio, es imperioso que se establezca, preliminarmente, un modelo técnico y estratégico para el manejo del talento humano.

Referencias

- Abanto, M. (2019). *Relación de la gestión de talento humano en la calidad de servicio de las empresas hoteleras del Distrito de Cajamarca*. [Tesis de posgrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio digital de la Universidad Nacional de Cajamarca.
- <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/4059/Tesis%20Nora%20Abanto%20Cotrina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alles, M. (2018). *Desarrollo del talento humano basado en competencias*. Editorial Granica.
- Amat, J. (2012). *Control de gestión: una perspectiva de dirección*. Editorial Gestión.
- Bernal, C. (2017). *Introducción a la Administración de las Organizaciones- Enfoque global e integral*. Editorial Pearson.
- Camison, C., Cruz, S. y González, T. (2017). *Gestión de calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Editorial Pearson.
- Castillo, D. (2015). *La gestión del talento humano y su incidencia en el desempeño laboral en MABETEX distribuidora textil de la ciudad de Ambato*.
- <http://C:/Users/MAX/Downloads/150%20ING.pdf>
- Cerda, H. (2011). *Los elementos de la investigación cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Bogotá, Colombia: Ed. Magisterio.
- Chambilla, E. (2017). *Gestión administrativa y calidad de servicio en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna* [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio digital de la Universidad César Vallejo.
- <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/33509>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. Editorial Interamericana.

- Colunga, T. (2013). *Administración para la calidad*. Editorial Panorama.
- Cuesta, A. (2016). *Gestión del talento humano y del conocimiento*. Editorial ECOE.
- De Cenzo, D. y Robbins, S. (2018). *Administración de recursos humanos*. México D.F: Ed. Limusa.
- Dess, G. y Lumpkin, G. (2013). *Dirección estratégica*. Ed. Mc Graw Hill.
- Dolan, S. (2016). *La gestión de los recursos humanos*. Editorial Mx Graw Hill.
- Dzul, M. (2016). *Aplicación básica de los métodos científicos*. México D.F: Ed. Universidad Autónoma de Hidalgo.
- Evans, J. (2018). *Administración y control de la calidad de servicio*. Editorial Mc Graw Hill.
- Gómez, E. (2019). *Barreras contra el buen servicio. Como conservar más clientes*. Editorial El Cid.
- Hernández, J., Chumaceiro, A. y Atencio, E. (2019). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. *Revista Venezolana de Gerencia* 14(47), 458-472.
<https://www.redalyc.org/pdf/290/29014477009.pdf>
- Jonez, G. (2012). *Administración Contemporánea*. . Ed. Mc Graw Hill .
- Juárez, O. (2014). *Administración de la compensación, sueldos, salarios, incentivos y prestaciones*. Editorial Patria.
- Kotler, P. (2004). *El marketing de servicios profesionales*. Editorial Paidós.
- Larrea, P. (2016). *Calidad de servicio: marketing a estrategia*. Editorial Díaz de Santos.
- Mittal, V., & Kamakura. (2018). Satisfacción, intención de recompra y comportamiento de recompra: investigación del efecto moderador del cliente. *Rev. Journal of Marketing Research*, 131-142.
<https://psycnet.apa.org/record/2001-16884-010>

- Montoya, C., & Boyero, M. (2016). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Revista Científica Visión de Futuro* 20(2), 1-20.
- <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357947335001.pdf>
- Parzuraman, A., Zeuthaml, V., & Berry, L. (2015). Un modelo conceptual de la calidad del servicio y sus implicaciones para la investigación futura. *Rev. The journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- https://www.researchgate.net/publication/225083670_A_Conceptual_Model_of_Service_Quality_and_its_Implication_for_Future_Research_SERVQUAL
- Quezada, K. (2017). *Modelo de gestión de talento humano para optimizar el rendimiento laboral de la empresa Distemca* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio digital de la Universidad de Guayaquil.
- <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20757/1/TESIS%20QUEZADA%20VELEZ%20KELLY.pdf>
- Rodríguez, V. (2012). *Introducción a la Administración*. Editorial ECASA.
- Reinoso, M. (2015). *Gestión por competencias del talento humano y la calidad del servicio en el departamento de enfermería del Hospital Básico Píllaro* [Tesis de posgrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio digital de la Universidad Técnica de Ambato.
- <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/13269/1/MG-GP-2513.pdf>
- Riveros, P. (2014). *Sistemas De La Gestión De La Calidad*.
- http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MDL/AC/S11/AC11_Lect
- Serna, H. (2016). *Conceptos básicos de servicio al cliente*. Editorial Panamericana.
- Soriano, R. (2018). *Investigación Social*. México D.F: Ed. Vladés.
- Vallejo, L. (2016). *Gestión del talento humano*. Editorial SPOCH.

Veiga, J., & De la Fuente, E. (2018). Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño. *Rev. Scielo vol.54 no.210*, 58-75.

https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0465-546X2008000100011

Wayne, S. (2010). *Administración de recursos humanos*. Editorial Prentice Hall.

Werther, W. (2018). *Administración de personal y recursos humanos*. Editorial Mc Graw Hill.

ANEXOS



MAESTRÍA EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO
ENCUESTA A EMPLEADOS SOBRE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Estimado (a), estamos realizando una investigación en torno a la gestión del talento humano y calidad del servicio en la empresa “Plastifull” por lo que le pedimos, conteste de la manera más objetiva posible el siguiente cuestionario, tomando en consideración la nomenclatura que se pone a disposición:

Totalmente de acuerdo = 5		De acuerdo = 4			Neutral = 3	
En desacuerdo = 2			Totalmente en desacuerdo = 1			
Nº	ÍTEMS	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN – INDUCCIÓN DEL PERSONAL						
1	1. En la empresa se realiza el proceso de selección de personal.					
2	2. Usted ha sido contratado bajo algún parámetro de selección					
3	3. La empresa realiza actividades para integrar al nuevo potencial humano con los demás trabajadores					
4	4. La empresa recibe a los nuevos empleados y los integra a su cultura, a su contexto y a su sistema para que se comporten con las expectativas de la organización					
5	5. Conoce usted sus obligaciones y responsabilidades inherentes al cargo que se encuentra desempeñando en la empresa					
6	6. Se encuentra preparado para resolver problemas dentro de su puesto del trabajo					
7	7. Existe un manual de perfil y descripción de funciones					

8	8. La empresa le dio a conocer cuáles son los procedimientos o funciones para el desarrollo de las actividades en el puesto asignado					
9	9. Seguidamente se rota al personal a diferentes áreas					
10	10. En este periodo la empresa ha despedido a trabajadores					
DIMENSIÓN – RECOMPENSA AL PERSONAL						
11	11. La empresa posee un instrumento o parámetro que mide el liderazgo					
12	12. Usted se siente preparado para liderar en su centro de trabajo					
13	13. Se realiza reuniones periódicas para evaluar si los objetivos y acciones establecidas se cumplen					
14	14. El personal se reúne para dar a conocer sus actividades y dificultades					
15	15. Maneja la empresa programas de incentivos para el personal que cumpla con las metas establecidas o las superen					
16	16. Se reconoce el esfuerzo del personal, con incentivos y/o ascensos					
17	17. La empresa motiva al personal con reconocimientos por el esfuerzo que realiza en su centro de trabajo					
18	18. Los estímulos que recibe por parte de la empresa lo motivan a atender a los clientes de mejor manera.					
DIMENSIÓN – DESARROLLO DE PERSONAL						
19	19. Dentro de la empresa se promueve y planifica programas de capacitación, entrenamiento y desarrollo profesional del personal					
20	20. La capacitación es planeada en base a los perfiles de puesto misión, visión y valores de la empresa					

21	21. Se realiza al personal evaluaciones periódicas que permitan medir el nivel de desempeño en cada puesto o función					
22	22. Usted desempeña sus funciones correctamente					
23	23. La empresa posee un registro del personal y de puestos					
24	24. La empresa posee una base de datos para la supervisión del personal.					

Abanto (2019)



**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO
ENCUESTA A CLIENTES SOBRE CALIDAD DEL SERVICIO**

Estimado (a), estamos realizando una investigación en torno a la gestión del talento humano y calidad del servicio en la empresa “Plastifull” por lo que le pedimos, conteste de la manera más objetiva posible el siguiente cuestionario, tomando en consideración la nomenclatura que se pone a disposición:

Totalmente de acuerdo = 5		De acuerdo = 4		Neutral = 3		
En desacuerdo = 2		Totalmente en desacuerdo = 1				
Nº	ÍTEMS	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN – VALORACIÓN DEL SERVICIO						
1	1. El espacio y mobiliario que posee la empresa es el adecuado para usted					
2	2. La ambientación en cuanto a color e iluminación que posee la empresa, lo hace sentir cómodo					
3	3. El conocimiento que posee el personal, le transmite confianza					
4	4. Cuando tiene un problema el personal muestra un verdadero interés en solucionarlo					
DIMENSIÓN – DISEÑO DEL SERVICIO						
5	5. Recibe información por parte de los trabajadores sobre ofertas, promociones					
6	6. La persona que lo atendió se expresaba de una forma clara y fácil de entender					
7	7. El personal de atención al cliente se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios y brindarle un trato considerado					
8	8. La atención prestada por el personal se realiza de forma rápida					

9	9. Considera usted que debería de contratarse más personal, para agilizar la atención al cliente					
10	10. El personal está capacitado para responder cualquier inquietud					
11	11. Considera usted que el personal nunca está demasiado ocupado para atenderlo					
12	12. El personal es amable con usted					
DIMENSIÓN – PRESTACIÓN DEL SERVICIO						
13	13. El personal se muestra siempre comprensivo con los clientes					
14	14. El personal escucha con atención cualquier duda					
15	15. La atención y seguridad que recibe por parte del personal, hace que usted se convenza cuán importante es para la empresa					
16	16. Usted se siente seguro en la empresa					
17	17. Los ambientes le transmiten limpieza y orden					
18	18. El personal tiene apariencia pulcra					
19	19. El personal lo atiende correctamente, lo que conlleva a que usted repita su visita					
DIMENSIÓN – VALORACIÓN DEL SERVICIO						
20	20. El personal manifiesta su empatía (ponerse en lugar del otro) ante cualquier situación difícil					
21	21. El personal comprende las necesidades específicas de los clientes.					
22	22. Usted se encuentra plenamente satisfecho con la atención que recibe por parte de los trabajadores					

Abanto (2019)

