

# MEJORA DEL TALENTO HUMANO: UNA ESTRATEGIA EMPRESARIAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA.

## IMPROVING HUMAN TALENT: A BUSINESS STRATEGY TO IMPROVE THE QUALITY OF CARE IN TOURISM PROMOTION.

**Delfina Goya Cornejo Poma**

[litojobs@gmail.com](mailto:litojobs@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-5665-3962>

**Demetrio Flavio Machaca Huancollo**

[fmachacah@gmail.com](mailto:fmachacah@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-8326-7103>

Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, Juliaca

**Enrique Genaro Apaza Chirinos**

[d02413103@uancv.edu.pe](mailto:d02413103@uancv.edu.pe)

<https://orcid.org/0000-0001-8602-3219>

Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, Juliaca

**Jimmy Humpiri Nuñez**

[jepistemologia@gmail.com](mailto:jepistemologia@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0003-0655-8403>

Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, Juliaca

### Resumen

Este estudio se propone investigar la relación entre la gestión del talento humano y la calidad de atención en las agencias de viaje de la región Puno en el año 2021, con el objetivo fue conocer el desarrollo de la gestión del talento humano como estrategia empresarial en la calidad de atención en la promoción del turismo – agencias de viaje región Puno 2021. La metodología empleada se basó en el método descriptivo, enfoque cuantitativo y de diseño no experimental transeccional - correlacional, para ello se utilizó una muestra de tipo censal por conveniencia para el caso de colaboradores de las agencias de turismo y una muestra de tipo probabilística representativa para el caso de turistas nacionales y extranjeros que visitaron la región durante el periodo señalado, a los que se les aplicó como instrumento de recolección de datos un cuestionario diseñado para cada muestra respectivamente. Para el procesamiento y tabulación de los datos recaudados se utilizaron tablas de frecuencia. En los estos resultados se subrayan la relevancia de una gestión adecuada del talento humano para garantizar un servicio de calidad en el sector turístico, aunque también señalan la necesidad de abordar los desafíos específicos que enfrentan ciertos grupos de trabajadores, como los guías turísticos oficiales, para mejorar la satisfacción del cliente y optimizar la experiencia turística en la zona. Finalmente, el desarrollo de la investigación llegó a la conclusión en la que se comprueba que los niveles de gestión del talento humano aplicado en las agencias de viaje, se relaciona directamente a la calidad de atención y servicio según la percepción de los turistas que visitaron la región durante el año 2021.

Palabras clave: gestión, talento humano, calidad de atención, agencias de viaje.

### Abstract

This study aims to investigate the relationship between human talent management and the quality of service in travel agencies in the Puno region in 2021, with the objective of knowing the development of human talent management as a business strategy in the quality of care in the promotion of tourism - travel agencies Puno region 2021. The methodology used was based on the descriptive method, quantitative approach and non-experimental transeccional - correlational design, for this a census-type convenience sample was used for the case of collaborators of the tourism agencies and a representative probabilistic sample for the case of national and foreign tourists who visited the region during the indicated period, to whom a questionnaire designed for each sample was applied as a data collection instrument. respectively. Frequency tables were used to process and tabulate the collected data. These results highlight the relevance of adequate human talent management to guarantee quality service in the tourism sector, although they also point out the need to address the specific challenges faced by certain groups of workers, such as official tour guides, to improve customer satisfaction and optimize the tourist experience in the area. Finally, the development of the research came to the conclusion that it is proven that the levels of human talent management applied in travel agencies are directly related to the quality of care and service according to the perception of tourists who visited the region during the year 202.

Keywords: management, human talent, quality of service, travel agencies

## Introducción

El turismo es uno de los pocos sectores económicos que pueden hacer gala de un crecimiento ininterrumpido durante un largo periodo de tiempo. Con décadas de crecimiento, el turismo ha demostrado su potencial global y resiliencia ante los muy diversos desafíos de nuestra historia reciente. El turismo representa uno de cada diez puestos de trabajo en el mundo y tiene un enorme potencial para crear oportunidades de empleo decente e inclusivo en una amplia gama de niveles de entrada. En países con alto desempleo, el turismo internacional es uno de los pocos sectores que puede generar empleo y facilitar el comercio internacional, ya que representa la exportación de servicios.

En América Latina, en concreto, La llegada de turistas internacionales se triplicaron de 38 millones en 1990 a 116 millones en 2019. En los últimos años, los destinos de la región se han beneficiado de un crecimiento en línea con el promedio mundial. El crecimiento anterior y las oportunidades de empleo que genera merecen una respuesta basada en empleos potenciales debidamente preparados que adquieran las habilidades necesarias para liderar la industria en innovación y digitalización del modelo de negocio, que a su vez es una de las prioridades de la industria turística mundial.

El desarrollo del turismo tradicional requiere la consideración de temas actuales. Como todos sabemos, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes de nuestro país, especialmente en Puno. El turismo no solo afecta a los sectores económicos, sino que también tiene el privilegio de proteger y valorizar el medio ambiente (natural y cultural), afecta también a otros sectores, como los de alojamiento y alimentación, los servicios turísticos, es decir, en aquellos sectores aledaños y relacionados con el turismo. Por lo tanto, el proceso de gestión de talentos es uno de los elementos esenciales en una organización, ya que solo con sabiduría se pueden lograr buenos resultados, y existen talentos que pueden manejar y administrar otros recursos, los cuales son todos beneficiosos para el desarrollo sostenible de la organización y posteriormente de la región, ya que esta cuenta con una rica biodiversidad de flora y fauna como patrimonio que forma parte de nuestro ecosistema natural.

En la actualidad, se evidencia la problemática latente sobre la necesidad de las empresas relacionadas a servicios turísticos de implementar mecanismos de gestión de talento humano que se oriente a la mejora de las condiciones laborales de sus colaboradores, además de disponer de diversos medios que motiven la inserción activa y el compromiso de dicho personal con el desarrollo del turismo local, más aún en una región como Puno que posee una alta concurrencia de visitantes nacionales y extranjeros.

Dicha necesidad involucra a las agencias de viaje de la región, en las que surge la necesidad de conocer el grado de aplicación de acciones enfocadas en la gestión del talento humano, ello bajo la percepción de los colaboradores, quienes son la razón de ser de dicho aspecto. Asimismo, cobra importancia la necesidad de conocer la percepción de los turistas

sobre la calidad de atención y servicio que brindan dichas agencias de viaje, a fin de conocer los resultados que tiene la aplicación de los mecanismos de la gestión del talento humano, dichas necesidades latentes conforman la problemática del presente estudio.

Con base a esta realidad se plantean las siguientes interrogantes que dan inicio al desarrollo de la investigación: ¿Cómo se relaciona la gestión del talento humano como estrategia empresarial y la calidad de atención en la promoción del turismo? considerando específicamente las agencias de viaje región Puno 2021?, lo que a su vez permite plantear la siguiente problemática: ¿Cuál es el nivel de aplicación de la gestión del talento humano como estrategia empresarial en las agencias de viaje de la región Puno 2021? y ¿Cuál es el grado de la calidad de atención percibida por los turistas en las agencias de viaje de la región Puno 2021?

Por lo tanto, se estableció como objetivo general: conocer la relación de la gestión del talento humano como estrategia empresarial y la calidad de atención en la promoción del turismo – agencias de viaje región Puno 2021.

Esta investigación se justifica porque representa un recurso que contribuirá mediante sus resultados, en conocer los niveles de aplicación de la gestión del talento humano por parte de las agencias de viaje de la región Puno, así como las percepciones de los turistas sobre la calidad de atención y servicio prestado por dichas agencias de la región en el año 2021, consecuentemente se espera incidir sobre la mejora en la calidad de la gestión del talento humano y la mejora en la prestación de servicios por parte de estas, en este sentido se considera que esta investigación es pertinente debido a que atiende la necesidad urgente de conocer los niveles de aplicación de la gestión del talento humano y la calidad del servicio prestado por las agencias de viaje de la región, lo que representa un factor que tendrá resultados que involucran directamente al turismo regional, que representa un sector fundamental de la región por ser de alta concurrencia de turistas. Asimismo, es innovadora ya que los resultados que se hallen aún no se han logrado conocer en la región y el periodo que se está estudiando, por lo tanto, es información de primera mano que servirá para posteriores investigaciones.

De la misma manera, se indica que la investigación es oportuna; porque las agencias de viaje y sus mecanismos de gestión del talento humano deben ser debidamente evaluados para determinar el grado de efectividad que tiene y los resultados a los que se está llegando, lo que hace que nuestra investigación sea oportuna al no conocerse dichos niveles de aplicación de mecanismos orientados a los recursos humanos y la percepción de los turistas respecto al servicio que prestan dichas agencias.

Entonces, se presenta a continuación, el estado del arte conformado por investigaciones que permiten soportar la investigación realizada en este artículo, en este sentido se presenta a Vera et al. (2022) en su artículo titulado “Gestión del talento humano para la mejora de los servicios turísticos”, en donde



señalaron como objetivo principal de estudio facilitar la mejora de los servicios en establecimientos del sector turismo del cantón Tena, provincia de Napo en el Ecuador, para lo cual llevaron a cabo un estudio de enfoque cualitativo, habiendo seleccionado una muestra de 133 establecimientos, entre los que se consideró agencias de turismo, hoteles, restaurantes, centros recreacionales, espacios de diversión y esparcimientos, etc, dentro de las conclusiones mostradas, los autores mencionaron que se pudo verificar deficiencias en el desarrollo de talentos, el nivel de enseñanza y el compromiso de los prestadores de servicios, así como su importancia y el desempeño de las agencias de turismo en el estado mencionado. Incidencia de mejoras requeridas en servicios que involucren talento, por lo tanto, asimismo, se realizó un modelo teórico para desarrollar habilidades esenciales para mejorar los servicios de las agencias del sector turístico a través de una gestión eficaz del talento en los recursos humanos y también se definieron.

De igual manera, Cepeda (2019) en su trabajo de investigación “Gestión del talento humano y la calidad del servicio turístico de la Empresa de Ferrocarriles Filial Sur” el autor señala haber tenido como objetivo realizar la determinación de la manera en que incide la gestión del talento humano en la calidad del servicio turístico de la empresa señalada en la ciudad de Riobamba en la provincia de Chimborazo, en la cual se tenía la presunción de niveles deficientes en aspectos de reclutamiento de personal y los métodos a los que recurre la empresa. Dicho estudio se realizó bajo el enfoque de la investigación cuantitativa, de tipo no experimental y de diseño relacional, quien, al culminar la investigación propuesta concluyó que, el modelo de gestión de recursos humanos es la herramienta que la Empresa Sucursal Ferrocarril Sur debe considerar para mejorar la eficiencia en las actividades turísticas, asimismo, se ha comprobado que, al identificar los procesos de gestión de recursos humanos adecuados, se ayuda a designar una empresa con el personal suficiente y capaz para lograr un desempeño laboral óptimo para la función encomendada, de igual manera determinó que, en el periodo de auge del modelo de gestión del talento, el proceso de reclutamiento, selección y adecuación serán factores clave para mejorar el desempeño laboral de la Empresa.

Noel y Serna (2017) en su investigación denominada “Gestión del talento humano y la calidad del servicio en hoteles tres estrellas del distrito de Zorritos – 2015” señala como objetivo determinar la manera en que se lleva la gestión del talento humano y la calidad de los servicios prestados por hoteles de tres estrellas en el distrito señalado. para el logro del objetivo propuesto, los autores realizaron una investigación de tipo aplicada y nivel descriptivo, asimismo se seleccionó una muestra de 164 turistas y 27 personas que laboran en los servicios de hospedaje señalados, como método de recolección de datos se recurrió a las encuestas y entrevistas respectivamente. Concluyendo que, la gestión del talento es efectiva para que se pueda brindar un gran servicio, superar las expectativas y generar lealtad en los clientes, asimismo, la gestión del talento es un factor clave para mantener una ventaja competitiva, por lo que en la primera etapa de reclutamiento se debe garantizar el

potencial humano, el positivismo, la creatividad, el comportamiento positivo y el compromiso con la misión. y estrategia organizativa. Como muestran los resultados obtenidos, el reconocimiento del esfuerzo y los buenos incentivos son claves para motivar a los trabajadores, y de esta manera, entregar servicios de alta calidad y alcanzar altos niveles de desempeño. Finalmente, las agencias de alojamiento deben tener en cuenta que tanto la formación como el desarrollo de los recursos humanos son elementos precisos de actuación en la consecución de cualquier objetivo organizativo.

Con base en lo antes descrito, se establece un soporte teórico a través de definiciones que permiten validar la investigación realizada, entonces, en cuanto al Talento humano en una Empresa se menciona que es un proceso que apareció por primera vez a finales de los años noventa, como una iniciativa de las empresas que comprendieron la correlación entre el número de empleados con talento y el aumento del rendimiento, esta consiste en reconocer o determinar la capacidad profesional y la actitud que debe tener el trabajador, para ejecutar de manera eficiente sus actividades en los puestos de trabajo, en este sentido, durante los primeros años, el recurso humano se centró en atraer a los mejores profesionales, retener y desarrollar a los que ya estaban en la empresa, y actualmente las funciones de recursos humanos ha evolucionado hacia un nuevo enfoque, la gestión del capital humano, de hecho, es el término con el que toda empresa debe identificar el conjunto de conocimientos, habilidades, experiencia y actitudes de sus empleados (Universidad Internacional de la Rioja, 2021).

En cuanto a la gestión del talento humano, Chiavenato (2006) manifiesta sobre la gestión del talento humano que en la era de la información aparecen los equipos de gestión con personas. Estos equipos sustituyen los departamentos de recursos humanos y gestión de personas, las personas, de agentes pasivos que son administrados, se constituyen en agentes activos e inteligentes que ayudan a administrar los demás recursos organizacionales. El cambio es decisivo, puesto que las personas ya se consideran socias de la organización que toman decisiones respecto a sus capacidades, cumplen metas y alcanzan resultados negociados con anticipación y sirven al cliente para satisfacer sus necesidades y expectativas. En la era de la información, tratar a las personas dejó de ser un problema y se convirtió en una solución para las organizaciones; también dejó de ser un desafío y pasó a ser una ventaja competitiva para las organizaciones exitosas. También este autor establece como las ventajas del talento humano las siguientes:

- Integrar talentos a la organización, socializando y orientando a los talentos en una cultura participativa, acogedora y emprendedora.
- Diseñar el trabajo, individual o en equipo para hacerlo, agradable y motivador.
- Recompensar a los talentos humanos, por un desempeño excelente.
- Evaluar el desempeño humano y mejorarlo continuamente, para formar y
- desarrollar talentos para crear una organización de aprendizaje.

Por otro lado Pérez (2021) señala que la gestión del talento humano en el ámbito empresarial y, en general, Los recursos humanos en las empresas han cambiado drásticamente a lo largo de los años, antes los departamentos de RR.HH. se enfocaban en funciones exclusivas como reclutamiento, nómina y beneficios, pero ahora las empresas comienzan a entender el impacto positivo de tener un equipo de empleados calificados y comprometidos con y objetivos de las organizaciones participantes.

La gestión del talento se entiende como la potenciación de los talentos individuales. Ya no puede definirse únicamente como encontrar personas con habilidades y desempeño extraordinarios, sino como una inversión, el valor que los individuos pueden aportar a la empresa a lo largo del tiempo, completando así la organización ejecutiva. Así no es sólo para las personas adecuadas. También lo potencia de la forma más conveniente y ventajosa. En una comunidad saludable, el trabajo satisface las necesidades específicas y básicas de las personas. Adecuada gestión empresarial de los empleados y del talento. Hay que considerar la magnitud de esta necesidad, evaluar la adecuación, gestión y disposición de personas valiosas. Por ello, el personal de la empresa y la dirección empresarial son fundamentales dentro de la entidad, debido a que brindan sustento, trabajo, realización y búsqueda de propósito, tanto para la organización como para sus empleados (Universidad Internacional de la Rioja, 2021).

Respecto a la importancia de la gestión del talento humano, no hay duda de que muchos trabajadores por lo general están insatisfechos con el empleo actual, además del empleo están insatisfechos con la remuneración, con el ambiente laboral que se tiene en un momento determinado, y eso se ha convertido en una preocupación para muchos gerentes, teniendo en consideración los cambios que ocurren en las fuerzas de trabajos, estos problemas se evidenciarán más con el paso del tiempo. Todos los gerentes deben de actuar como personas claves en el uso de técnicas, herramientas y conceptos de administración de personal para incrementar la productividad y el desempeño. La dirección del talento humano es una serie de decisiones acerca de la relación de los empleados que influyen en la eficacia de estos y de las organizaciones (Chiavenato, 2011).

Existen muchas ventajas para las empresas que realizan un esfuerzo orientado no solo en retener a su mejor talento, sino en fomentar su desempeño; y es que hay una fuerte relación entre tener un talento exitoso y obtener resultados empresariales óptimos (Universidad Internacional de la Rioja, 2021). Algunos de los beneficios que obtienen las compañías que gestionan el talento de sus trabajadores son:

- **Menos pérdidas económicas** ligadas a costes (despidos) y tiempos de formación de nuevos candidatos.
- **Aumento de la productividad**, con el consecuente mejoramiento económico para la empresa.
- **Mejor clima laboral**, fruto de la disminución de la rotación de personal.

- **Mayor satisfacción laboral**, que se traduce en una mejor exposición de la empresa (por medio de sus recomendaciones) y un mayor esfuerzo del empleado por obtener mejores resultados en su puesto de trabajo.
- **Incremento de la lealtad**, al saber que la finalidad del programa de gestión del talento humano los lleva a poder dar sus próximos pasos laborales dentro de la empresa.

El talento es absolutamente importante porque es la columna vertebral de una organización. Es la esencia básica, la forma en que todos existen. Cada uno usa sus habilidades o talentos para apoyar a la entidad a través de su propia inteligencia y creatividad, para que pueda durar un período de tiempo. Estas cualidades representan la verdadera ventaja competitiva de una empresa. Es a partir de ellos que puedes construir el futuro de tu negocio, administración (Pérez, 2021).

Los procesos para la gestión del talento humano, según lo postulado por Chiavenato (2006), la moderna gestión del talento humano implica varias actividades, como descripción y análisis de cargos, planeación de RH, reclutamiento, selección, orientación y motivación de las personas, evaluación del desempeño, remuneración, entrenamiento y desarrollo, relaciones sindicales, seguridad, salud y bienestar. Estos procesos son:

- Procesos para organizar a las personas: Diseñan actividades que las personas realizarán para orientar su desempeño.
- Proceso para recompensar a las personas: Incentivan a las personas satisfaciendo necesidades individuales más elevadas.
- Procesos para desarrollar a las personas: Ayuda a capacitar e incrementar el desarrollo profesional y personal.
- Proceso para retener a las personas: Crean las condiciones ambientales y psicológicas satisfactorias para las actividades de las personas.
- Procesos para auditar a las personas: Controlar las actividades de las personas, verificando los resultados.

Respecto a la calidad de atención o servicio, se tiene según Cardozo (2021) que se trata de una serie de estrategias y acciones encaminadas a mejorar la atención al cliente y la relación entre consumidores y marcas. La clave de este apoyo es construir buenas relaciones y un ambiente positivo, útil y amigable para garantizar que los clientes dejen una buena impresión. De esta manera, el consumidor estará satisfecho con el soporte y regresará más a menudo porque obtiene la calidad en la transacción. Además de eso, brindar un servicio de calidad ayuda a corregir errores, ya que se pueden identificar momentos en los que los consumidores necesitan más ayuda.

Según Castañeda (2022) la calidad del servicio al cliente se trata de cubrir y rebasar las expectativas que tienen los clientes. Es sumamente importante porque, como ya lo mencionamos, de esto puede depender el éxito de un negocio, el número de clientes, la fidelización de los mismos y hasta las

recomendaciones con otros consumidores. Lo anterior puedes lograrlo poniéndote en el lugar de tus compradores y previniendo problemas o dificultades que fomenten malas experiencias durante el proceso de compra o con lo que ofrecen. Debes conocer qué es lo que tu público está buscando ya que, cada vez los consumidores demandan recibir mejor y mayor calidad en el servicio. Como marcas tenemos la responsabilidad de llenar las expectativas del comprador, ya que cada vez es más amplia la competencia en el mercado y debemos resaltar entre la contienda por la atención del público.

Según manifiesta Castañeda (2022) El tipo de calidad del servicio al cliente nos ayuda a comprender cómo mejorar en función del tiempo de vida del comprador. Según investigaciones de Reeves y Bednar, existen 4 tipos o perspectivas de calidad de servicio, pero hay que tener en cuenta que algunos "conceptos" se ajustan según las necesidades del negocio, por lo que se debe considerar cada uno de ellos al momento de aplicarlos:

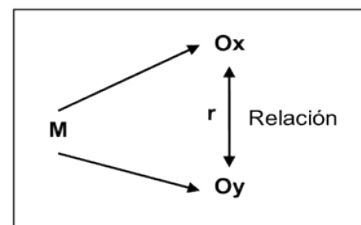
- **Calidad de excelencia:** Todas las empresas brindan servicio al cliente (directo e indirecto), por lo que su objetivo principal debe ser sobresalir en su campo. Conseguir la "mejor" calidad es un asunto complicado, por no decir imposible. Dado que el concepto de excelencia tiene un significado diferente para cada persona, las necesidades y expectativas de los consumidores son diferentes según se deriven del servicio o producto prestado.
- **Calidad de ajuste según las especificaciones:** La calidad del servicio se puede moldear de acuerdo con las necesidades del negocio. El propósito es evaluar la calidad del servicio a los clientes en las diferentes etapas del ciclo de compra, luego comparar los resultados y buscar estrategias de mejora.
- **Calidad como valor:** Como su nombre indica, la calidad importa. Cada consumidor tiene diferentes necesidades que deben satisfacerse, y cada consumidor debe ser satisfecho y provisto con un servicio excepcional que cumpla con las expectativas del consumidor. Si algo tiene que existir en tus procesos, servicios, productos y trabajo del día a día, tiene que ser la calidad que entregarás al usuario final. Debe considerar el punto de vista de las decisiones de calidad, así como las expectativas del cliente.
- **Calidad como satisfacción de las expectativas de los usuarios o consumidores:** El éxito de cualquier negocio depende de cómo se sientan los consumidores acerca de la marca y qué tan satisfechos estén después de recibir su atención. Los clientes darán sus puntos de vista personales y evaluarán la calidad del servicio al cliente que les brinda: cómo tratarlos y con qué eficacia su empresa puede satisfacer sus necesidades o satisfacer sus expectativas.

**Metodología**

Respecto a la metodología del estudio, el presente artículo de investigación se establece bajo los criterios del enfoque cuantitativo de la investigación científica, que de acuerdo con

Hernández et al. (2014) dicho enfoque se concentra en determinar la medida en que la aplicación de conceptos y teorías inciden en casos y experiencias específicas. Por otro lado, se recurre también al método descriptivo, mismo que constituye una importante herramienta para establecer las características y actitudes de personas o conjuntos de personas en relación a un escenario o situación determinada. De todo ello podemos desprender que la presente investigación busca medir las incidencias y el grado en que influye una variable sobre la otra.

Asimismo, el diseño de esta investigación es no experimental transeccional – correlacional, diseño que de acuerdo con lo establecido por Carrasco (2005) “se emplea para analizar y conocer las características, rasgos, propiedades y cualidades de un hecho o fenómeno de la realidad en un momento determinado del tiempo” (p. 73). Es en este diseño de investigación en el que se encuentran comprendidos los procedimientos desarrollados en este trabajo investigativo para el logro de sus objetivos.



Donde:

M: muestra del estudio.

Ox (variable X): Gestión del talento humano.

Oy (Variable Y): Calidad de atención.

r: Correlación de variables

Esta investigación se desarrolla en el contexto turístico que es propio de la región de Puno en donde se nota la gran concurrencia de visitantes nacionales y extranjeros cada año, lo cual convierte a la zona en un potencial mercado para los servicios turísticos que se puedan ofrecer, como hospedajes, restaurantes y agencias de viajes, siendo este último el objeto de estudio de la presente investigación.

Respecto a la concurrencia de turistas a la región, a continuación, se presentan los datos obtenidos de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - Puno (2021) en el boletín Estadístico Regional de Turismo 2021:

**Figura 1**  
Evolución de arribo de turistas nacionales y extranjeros 2010-2021.

AÑO	VISITANTES			VARIACIÓN ANUAL PORCENTUAL		
	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTAL
2010	418,864	203,486	622,350	-	-	-
2011	426,656	259,463	686,119	1.86	27.51	10.25
2012	416,471	304,708	721,179	-2.39	17.44	5.11
2013	419,481	356,993	776,474	0.72	17.16	7.67
2014	504,930	336,894	841,824	20.37	-5.63	8.42
2015	523,401	336,158	859,559	3.66	-0.22	2.11
2016	781,134	329,062	1,110,196	49.24	-2.11	29.16
2017	812,510	319,552	1,132,062	4.02	-2.89	1.97
2018	863,822	332,267	1,196,089	6.32	3.98	5.66
2019	925,530	335,815	1,261,345	7.14	1.07	5.46
2020	515,255	45,907	561,162	-44.33	-86.33	-55.51
2021	711,959	60,300	772,259	38.18	31.35	37.62

Fuente: Base de datos MINCETUR – DIRCETUR Puno.

**Población:**

Con base en la metodología seleccionada se toma como población de estudio al personal que se desempeña en las agencias de turismo de la región de Puno, para lo cual se ha obtenido la participación de 10 empresas (agencias de viajes) que participaron del estudio de forma voluntaria. A continuación, se detalla las empresas que fueron participes y la cantidad de colaboradores de cada una de ellas que conformaron la población del estudio:

**Tabla 1**  
Población del estudio

Ruc	Razón social	Número de trabajadores (participantes del estudio)
20529155621	Adventures & expeditions peru e.i.r.l	5
20115186214	Kontiki tours e.i.r.l	9
20448459978	Puno tours servicios turisticos eirl	3
20448802532	Servicios turisticos titikaka travel e.i.r.l	2
20602959784	Pacha expedition peru s.c.r.l	4
20405372950	Amaru tours e.i.r.l	3
20603292457	Andean lake travels e.i.r.l	2
20447845726	Coyla adventures e.i.r.l	4
20406522645	Inka expeditions e.i.r.l	1
20601022207	Inca's paradise travel agency e.i.r.l	3
Total		36

**Fuente:** elaboración propia

Asimismo, se tomó como población de estudio a los visitantes (turistas) que arribaron a esta región durante el año 2021, los cuales, como se aprecia en la Figura 1, ascienden a 772,259 turistas, a los cuales se les aplico un muestreo aleatorio representativo para obtener una cantidad accesible de turistas que participen de la aplicación del instrumento correspondiente.

**Muestra:**

Para el caso de la población de colaboradores de las agencias de viaje, la muestra es de tipo censal, la cual según Soto (2018) “es el tipo de muestra en la cual se considera a todos los miembros de la población estudiada como si se tratase de la misma muestra” (p. 12). En base a ello la muestra de la presente investigación se conforma de los 36 trabajadores de las agencias de viaje dadas a conocer, que accedieron a participar de la aplicación de los instrumentos de la investigación durante el periodo 2021.

Para el caso de turistas visitantes de la región de Puno, se seleccionó una muestra de tipo probabilística representativa, para determinar dicha muestra se hizo uso de la fórmula de muestreo aleatorio simple la cual de acuerdo con lo expresado por Cantoni (2009) es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot a \cdot b \cdot PQ \cdot N}{\epsilon^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot PQ}$$

En donde:

- n = tamaño necesario de la muestra
- Z = margen de confiabilidad
- P = probabilidad de que el evento ocurra
- Q = probabilidad de que el evento no ocurra
- E = error de estimación
- N = tamaño de la población

$$n = \frac{(1.95)^2 \times 0.9 \times 0.1 \times 772,259.00}{(0.05)^2 + (1.95)^2 \times 0.9 \times 0.1}$$

n = 289.4

**Técnica e instrumentos de recolección de datos.**

**Técnica**

Debido a la naturaleza de la investigación y por la versatilidad y objetividad, la técnica empleada para la presente investigación es la encuesta, la cual según Baena (2017) “es la aplicación de un cuestionario a un grupo representativo del universo al que estamos estudiando” (p. 82).

**Instrumento**

El instrumento utilizado para el desarrollo de la investigación es el cuestionario, el cual según Canales (2017) es un dispositivo de investigación cuantitativo que consiste en un conjunto de preguntas que son aplicadas a un sujeto, usualmente las respuestas son individuales y en un orden determinado, frente a la cual es sujeto puede responder adecuando sus respuestas al contexto o también puede marcar entre una serie de alternativas que el mismo cuestionario ofrece. Por lo que el instrumento utilizado para el desarrollo de la investigación es el cuestionario de tipo precodificado en base a una adaptación de la escala de Likert, dicho instrumento se orienta a conocer la percepción de ambas muestras de estudio, las interrogantes del instrumento solo admiten una respuesta, lo que refleja la percepción de los participantes y es de utilidad para la exposición de resultados de la investigación.

**Tabla 2**  
Instrumentos de investigación del estudio

Variable	Técnica	Instrumento
<b>Variable independiente:</b> Gestión del talento humano	Encuesta	Cuestionario a Colaboradores – Presencial
<b>Variable dependiente:</b> Calidad de atención	Encuesta	Cuestionario a Turistas – Virtual

**Fuente:** elaboración propia

**Resultados**

En la amplitud de este capítulo se puede encontrar la exposición interpretación y análisis de los resultados a los que se arribó a través de la ejecución de la investigación en base a los objetivos planteados y la aplicación de los instrumentos y técnicas correspondientes, este instrumento fue el cuestionario de preguntas precodificadas a colaboradores de las agencias de viaje y a los turistas que arribaron a la ciudad de Puno, en base a las variables estudiadas, con los cuales se pudo recoger la información sin manipular el entorno donde se aplicó, por ello se puede afirmar que la información obtenida plasma la realidad latente de la población de la investigación y su percepción sobre la gestión del talento humano y la calidad de atención. Se realizó el procesamiento necesario de los datos obtenidos mediante la utilización de herramientas estadísticas y las pruebas de confiabilidad necesarias, todo este desempeño de la investigación ha resultado en las tablas y figuras que se exponen a continuación, las cuales exponen de manera detallada los hallazgos de las acciones investigativas realizadas:

Resultados cuestionario a colaboradores de agencias de turismo – Gestión del talento humano

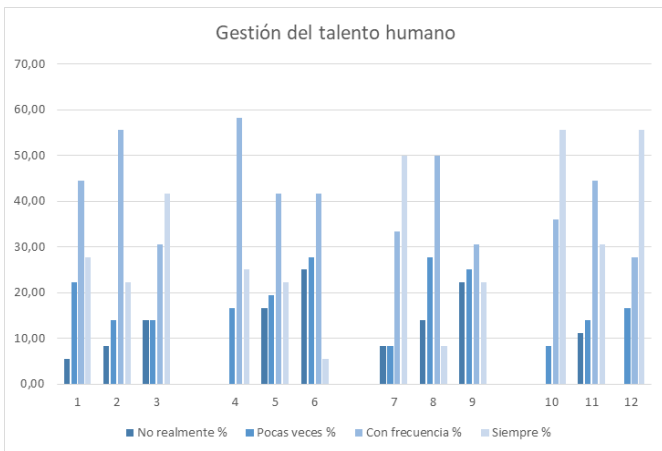


**Tabla 3**  
Resultados cuestionario a colaboradores – variable independiente

N°	Selección del personal:	1		2		3		4	
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
1	¿El personal que labora en la agencia cumple con el perfil requerido?	2	5.56	8	22.22	16	44.44	10	27.78
2	¿Se asignan de forma equitativa e igualitaria los equipos de trabajo y las labores a realizar?	3	8.33	5	13.89	20	55.56	8	22.22
3	¿Los responsables de área realizan las gestiones necesarias en función de las necesidades latentes?	5	13.89	5	13.89	11	30.56	15	41.67
<b>Capacitación de personal</b>									
4	¿El clima laboral es adecuado en su área de trabajo?	0	0.00	6	16.67	21	58.33	9	25.00
5	¿Entre quienes laboran en la agencia, existe una comunicación afectiva?	6	16.67	7	19.44	15	41.67	8	22.22
6	¿Se capacita a los colaboradores de la agencia de viajes en la que labora?	9	25.00	10	27.78	15	41.67	2	5.56
<b>Estrategias de motivación</b>									
7	¿Se reconoce la labor que realiza cada colaborador dentro de la agencia?	3	8.33	3	8.33	12	33.33	18	50.00
8	¿La gerencia brinda reconocimientos o incentivos a los colaboradores por el cumplimiento de objetivos?	5	13.89	10	27.78	18	50.00	3	8.33
9	¿La remuneración que se percibe es acorde a sus expectativas?	8	22.22	9	25.00	11	30.56	8	22.22
<b>Evaluación de desempeño</b>									
10	¿La gerencia lleva a cabo de manera activa los procesos de planificación, organización, ejecución y evaluación de los colaboradores?	0	0.00	3	8.33	13	36.11	20	55.56
11	¿Se evalúa la productividad de los colaboradores en su agencia?	4	11.11	5	13.89	16	44.44	11	30.56
12	¿La evaluación realizada se orienta a la mejora de deficiencias?	0	0.00	6	16.67	10	27.78	20	55.56
Promedio Porcentual		10.42		17.82		41.20		30.56	

Fuente: elaboración propia

**Gráfico 2**  
Resultados gestión del talento humano aplicado por las agencias de viaje región Puno 2021



Fuente: elaboración propia

En la Tabla N° 3 se observan las respuestas obtenidas de los colaboradores de las agencias de viaje de la región Puno que conforman parte de la muestra, es decir los 36 agentes de viaje que laboraron prestando servicios a través de dichas agencias. La interpretación de cada ítem del cuestionario se da a conocer a continuación:

- Mediante la primera pregunta del cuestionario aplicado a los colaboradores, se ha interrogado sobre si el personal que labora en la agencia cumple con el perfil requerido, de lo que se ha obtenido que el 5.56% de estos señala que no realmente, el 22.22% expresa que, en pocas veces, el 44.44% indica que con frecuencia y el 27.78% manifiesta que siempre. El porcentaje mayor predomina en la afirmación de que con frecuencia los colaboradores cumplen con el perfil requerido.

- En cuanto al ítem en que se interrogó a los colaboradores sobre la frecuencia en la que se asignan de forma equitativa e igualitaria los equipos de trabajo y las labores a realizar, de ello se ha encontrado que el 8.33% dice que no realmente, el 13.89% indica que pocas veces, el 55.56% dice que con frecuencia y el 22.22% señala que siempre. Como se aprecia, el mayor porcentaje de colaboradores coincide en que con frecuencia se asignan de forma igualitaria y equitativa las labores señaladas.
- En la interrogante tres, se ha buscado conocer la medida en la que los responsables de área realizan las gestiones necesarias en función de las necesidades latentes, de lo que se ha encontrado que el 13.89% de colaboradores señala que no realmente, otro 13.89% dice que pocas veces, el 30.56% dice que con frecuencia y el 41.67% ha marcado que siempre. Como se aprecia, el mayor porcentaje de colaboradores coincide en que siempre responsables de área realizan las gestiones necesarias.
- En la cuarta interrogante se pregunta a los colaboradores sobre si el clima laboral es el idóneo en su área de trabajo, de ello se ha hallado que el clima laboral es adecuado en su área de trabajo, de ello se ha encontrado que el 0.0% dice que no realmente, el 16.67% expresa que pocas veces, el 58.33% indica que con frecuencia y el 25.0% dice que siempre. A través de estos datos se muestra que la mayoría de colaboradores indica que con frecuencia el clima laboral es el adecuado en sus agencias de viaje.
- En la interrogante cinco a los colaboradores, se ha buscado conocer si existe una comunicación efectiva entre los que laboran en sus agencias de viaje, de ello se tiene que el 16.67% señala que no realmente, el 19.44% ha marcado que pocas veces, el 41.67% expresa que con frecuencia y el 22.22% indica que siempre. Como se muestra, el mayor porcentaje de colaboradores indica que con frecuencia existe una comunicación efectiva entre sus compañeros de trabajo.
- En el ítem 6 del cuestionario se interroga a los colaboradores sobre la frecuencia con la que se les capacita en la agencia de viajes en la que laboran, de ello se ha hallado que el 25.0% dice que no realmente, el 27.78% indica que pocas veces, el 41.67% señala que con frecuencia y el 5.56% dice que siempre. Se evidencia porcentualmente que la mayoría de colaboradores dice que frecuentemente se capacita a los colaboradores de su agencia de viajes.
- En cuanto a la interrogante siete, se ha buscado saber si en las agencias de viaje se reconoce la labor que realiza cada miembro de las agencias de viaje, mediante ello se ha obtenido que el 8.33% dice que no realmente, otro 8.33% indica que pocas veces, el 33.33% señala que con frecuencia y el 50.0% dice que siempre. Como se aprecia, la mayoría porcentual de colaboradores dice que siempre se reconoce la labor que realizan los colaboradores dentro de las agencias de viaje.
- En la pregunta ocho, se ha buscado conocer si la gerencia brinda reconocimientos o incentivos a los colaboradores por el cumplimiento de objetivos, de ello se ha encontrado que el 13.89% dice que no realmente, el 27.78% dice que pocas veces, el 50.0% dice que con frecuencia y el 8.33%

señala que siempre. Según lo que se aprecia, la mayoría de colaboradores señala que con frecuencia se brindan reconocimientos e incentivos por el logro de objetivos.

- En la interrogante nueve, se ha preguntado sobre la conformidad con la remuneración percibida en las agencias de viaje, de ello se ha encontrado que el 22.22% dice que no realmente, el 25.0% indica que pocas veces, el 30.56% dice que con frecuencia y el 22.22% señala que siempre. Se aprecia que el mayor porcentaje de colaboradores indica que con frecuencia perciben que la remuneración que perciben es adecuada.
- En el ítem 10 se interroga a los colaboradores sobre si la gerencia lleva a cabo de manera activa los procesos de planificación, organización, ejecución y evaluación de los colaboradores, de lo que se ha obtenido que el 0.0% dice que no realmente, el 8.33% dice que pocas veces, el 36.11% dice que con frecuencia y el 55.56% indica que siempre. Como se aprecia la mayoría de colaboradores señala que la gerencia siempre lleva a cabo de manera activa los procesos señalados.
- En el ítem 11 se ha interrogado sobre la medida con la que se evalúa la productividad de los colaboradores en su agencia, de ello se ha encontrado que el 11.11% dice que no realmente, el 13.89% señala que pocas veces, el 44.44% dice que con frecuencia y el 30.56% dice que siempre. De ello se tiene que la mayoría de colaboradores concuerda en que con frecuencia es evaluada la productividad de los colaboradores en las agencias de viaje.
- En la última interrogante del cuestionario se ha buscado conocer si la evaluación que se realiza en las agencias de viaje se orienta a la mejora de deficiencias, de ello se ha encontrado que el 0.0% dice que no realmente, el 16.67% dice que pocas veces, el 27.78% señala que con frecuencia y el 55.56% dice que siempre. Se ha encontrado que la mayoría de los colaboradores dice que siempre las evaluaciones están orientadas a la mejora de las deficiencias de las agencias de viaje.

De este resultado obtenido, se ha establecido mediante los resultados que los colaboradores de las agencias de viaje, en mayor porcentaje, comparten una percepción general en la que consideran que la aplicación de la gestión del talento humano como estrategia empresarial muestra niveles adecuados en el caso de las agencias de viaje de la región Puno.

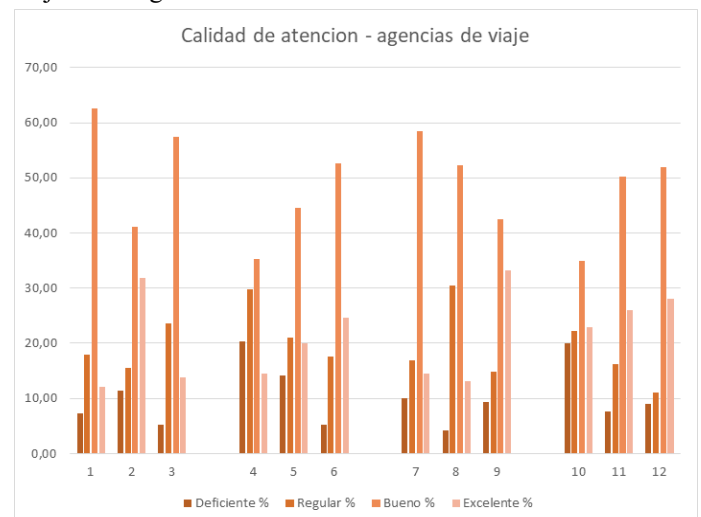
Resultados cuestionario a turistas – Calidad del servicio en agencias de viaje de la región Puno

**Tabla 4**  
Resultados del instrumento aplicado a turistas sobre calidad de atención

N°	Confiabilidad/reliability	1		2		3		4	
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
1	¿Según su percepción, el servicio prestado por la agencia ha sido confiable? According to your perception, has the service provided by the agency been reliable?	21	7.27	52	17.99	181	62.63	35	12.11
2	¿La agencia ha atendido todas sus dudas y problemas durante el servicio? Has the agency addressed all your questions and problems during the service?	33	11.42	45	15.57	119	41.18	92	31.83
3	¿Los agentes de viaje muestran interés real en solucionar sus problemas y atender sus demandas? Do travel agents show real interest in solving your problems and meeting your demands?	15	5.19	68	23.53	166	57.44	40	13.84
<b>Diligencia/Diligence</b>									
4	¿La atención brindada por la agencia de viaje fue oportuna y se realizó según el cronograma que le asignaron? Was the attention provided by the travel agency timely and carried out according to the schedule assigned?	59	20.42	86	29.76	102	35.29	42	14.53
5	¿Son respetados los horarios de atención al público y se muestra puntualidad y respeto en la agencia que contrato? Are the hours of attention to the public respected and is punctuality and respect shown in the agency that I contract?	41	14.19	61	21.11	129	44.64	58	20.07
6	¿Los colaboradores de la agencia son atentos ante sus consultas o problemas que tenga con el servicio? Are the agency's collaborators attentive to your queries or problems you have with the service?	15	5.19	51	17.65	152	52.60	71	24.57
<b>Garantía/warranty</b>									
7	¿El servicio brindado por la agencia de viajes cumplió sus expectativas? Did the service provided by the travel agency meet your expectations?	29	10.03	49	16.96	169	58.48	42	14.53
8	¿Volvería a utilizar el servicio de la agencia de viajes y recomendaría el servicio? Would you use the travel agency service again and would you recommend the service?	12	4.15	88	30.45	151	52.25	38	13.15
9	¿Cómo usuario de los servicios de la agencia, siente seguridad en las transacciones que realiza? As a user of the agency's services, do you feel safe in the transactions you carry out?	27	9.34	43	14.88	123	42.56	96	33.22
<b>Empatía/empathy</b>									

Fuente: elaboración propia

**Gráfico 3**  
Resultados calidad de atención brindada por las agencias de viaje de la región Puno 2021



Fuente: elaboración propia

En la Tabla N° 4 se observan los resultados obtenidos del instrumento aplicado a la población de turistas respecto a la calidad de atención en la promoción del turismo en el caso de las agencias de viaje de la región Puno, la interpretación hallada de cada dato se muestra a continuación según las dimensiones establecidas:

#### *Confiabilidad*

- Por medio del ítem 1 del cuestionario a turistas, se ha buscado conocer la medida en la que, bajo su percepción, el servicio que se les ha prestado por parte de las agencias de viaje ha sido confiable, de lo que se ha encontrado que el 7.27% indica que el servicio ha sido deficiente, el 17.99% dice que regular, el 62.63% dice que fue bueno y el 12.11% dice que fue excelente.
- Para el caso del ítem 2, se ha interrogado a los turistas sobre la medida en la que las agencias han atendido todas sus dudas y problemas en lo que duro el servicio, de lo que se ha encontrado que el 11.42% le da una calificación deficiente, el 15.57% le da una calificación regular, el 41.18% le asigna una calificación buena y el 31.83% le asigna una calificación de excelente.
- En el tercer ítem del cuestionario a turistas se ha interrogado sobre la medida que los agentes de viaje muestran interés real en solucionar los problemas y atender las demandas de estos, de lo que se tiene que el 5.19% dice que este aspecto es deficiente, el 23.53% dice que es regular, el 57.44% señala que es bueno y el 13.84 indica que es excelente.

#### *Diligencia*

- En el ítem 4 del cuestionario aplicado a turistas, se interroga a estos sobre si la atención brindada por la agencia de viaje fue oportuna y se realizó según el cronograma que le asignaron, de lo cual se ha encontrado que el 20.42% señala que es deficiente, el 29.76% indica que es regular, el 35.29% dice que es bueno y el 14.53% ha marcado que es excelente.
- En el ítem 5 del cuestionario se ha interrogado a los turistas sobre el grado en que son respetados los horarios de atención al público y si muestran puntualidad y respeto en la agencia que les han prestado el servicio, de lo cual se tiene que el 14.19% señala que es deficiente este aspecto, de lo cual el 21.11% indica que es regular, el 44.64% señala que es bueno y el 20.07 dice que es excelente.
- En la pregunta 6 del cuestionario a turistas se ha interrogado sobre el caso de los colaboradores de las agencias de viaje y la medida en que son atentos ante consultas o problemas que se tienen con el servicio, de lo cual se ha obtenido que el 5.19 dice que es deficiente, el 17.65% indica que es regular, el 52.60 marca que es bueno y el 24.57 dice que es excelente.

#### *Garantía*

- En el ítem 7 se ha interrogado a los turistas sobre la medida en la que el servicio brindado por la agencia de viajes ha cumplido sus expectativas, de lo cual se ha encontrado que el 10.03 dice que es deficiente, el 16.96%

indica que es regular, el 58.48% dice que es bueno y el 14.53% señala que es excelente.

- En el ítem 8 se ha interrogado mediante el cuestionario a turistas sobre la medida en la que volvería a utilizar el servicio de la agencia de viajes y lo recomendaría a conocidos o familiares, de dicha pregunta se ha obtenido que el 4.15% señala que este aspecto es deficiente, el 30.45% dice que es regular, el 52.25 indica que es bueno y el 13.15% señala que es excelente.
- En cuanto al ítem 9 del cuestionario, se ha interrogado a los turistas sobre la medida en la que, como usuarios de los servicios de la agencia, sienten seguridad en las transacciones que realiza en el contexto de los servicios de dichas agencias, de lo que se tiene que el 9.34% dice que este aspecto es deficiente, el 14.88% señala que es regular, el 42.56% dice que es bueno y el 33.22 dice que es excelente.

#### *Empatía*

- En la pregunta 10 del cuestionario, se pregunta a los turistas sobre la medida en la que las agencias de viajes logran atender sus necesidades específicas, de lo cual se ha encontrado que el 20.07% dice que dicho aspecto es deficiente, el 22.15% dice que es regular, el 34.95% señala que es bueno y el 22.84% indica que es excelente.
- En el ítem 11 del instrumento aplicado a turistas, se ha preguntado sobre si los colaboradores de la agencia son agradables y muestran interés en atender a los turistas, de ello se ha encontrado que el 7.61% de turistas señala que este aspecto es deficiente, el 16.26% indica que es regular, el 50.17% indica que es bueno y el 25.95% dice que es excelente.
- Por último, el ítem 12 se ha interrogado sobre el grado en el que los turistas se han sentido cómodos con el servicio que se les brindó de parte de las agencias de viajes durante su estadía en la región de Puno, de ello ha resultado que el 9.0% dicen que este aspecto es deficiente, el 11.07% indica que es regular, el 51.90% manifiesta que es buena y el 28.03% dice que ha sido excelente.
- De los datos hallados mediante la aplicación del cuestionario se aprecia mediante el análisis de los resultados hallados, que la mayoría de turistas, nacionales e internacionales, coinciden en que la calidad de los servicios y la atención prestados por las agencias de viaje de la región Puno muestran niveles de “regular” y “bueno” con tendencia positiva, ello durante el periodo del año 2021.

#### *Contrastación de hipótesis*

La relación de la gestión del talento humano como estrategia empresarial y la calidad de atención en la promoción en la promoción del turismo en las agencias de viaje de la región, se mide en función de las variables dependientes y la variación estadística que presenten estas, que las aleja una de la otra, para dicho análisis se ha aplicado un cuestionario a un grupo censal por conveniencia de colaboradores de las agencias de viajes y un grupo probabilístico aleatorio de turistas que visitaron la región puno durante el año 2021, los que conforman la muestra, misma que se ha servido para obtener los datos relevantes para la investigación.

En función de los criterios estadísticos seleccionados para el estudio, se ha tomado como índice de confianza un 95.0%; por ende, el margen de error asumido es del 5.0% ( $\alpha=0.05$ ).

Para la validez de la investigación y de las hipótesis que se proponen en esta, se ha empleado la prueba estadística inferencial Chi Cuadrado ( $X^2$ ), la cual, constituye una prueba de hipótesis que hace comparación del grado de distribución de los datos.

Para el presente estudio, se ha puesto en comparación estadística las frecuencias del nivel de aplicación de mecanismos de la gestión del talento humano (Instrumento 1) que resulta de las respuestas brindadas por los colaboradores y las frecuencias en las percepciones de los turistas sobre el grado de calidad de atención en las agencias de viaje (Instrumento 2), es decir se ponen a contraste estadístico los resultados de ambas variables respectivamente, para dicho caso, se tienen los siguientes posibles resultados:

- Si  $P - \text{valor} < \alpha \rightarrow$  No existen diferencias significativas entre el nivel de aplicación de la gestión del talento humano y el nivel de percepción positiva sobre la calidad de atención de las agencias de viaje, en dicho caso, se acepta  $H_a$  (hipótesis de alterna) y se rechaza  $H_0$  (hipótesis nula).
- Si  $P - \text{valor} > \alpha \rightarrow$  se comprueba la existencia de diferencias significativas entre el nivel de aplicación de la gestión del talento humano y el nivel de percepción positiva sobre la calidad de atención de las agencias de viaje, por lo cual, se rechaza la  $H_a$  (hipótesis alterna) y se acepta la  $H_0$  (hipótesis nula).

**Tabla 5**  
Tabla de datos cruzados: Gestión del talento humano/Calidad de atención

Gestión del talento humano/Calidad de atención	Instrumentos	
	Cuestionario a colaboradores (promedio porcentual %)	Cuestionario a turistas (promedio porcentual %)
No realmente/Deficiente	10.42	10.32
Pocas veces/Regular	17.82	19.78
Con frecuencia/Buena	41.20	48.67
Siempre/Excelente	30.56	21.22
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** análisis estadístico SPSS v.21

- $H_a$ : La gestión del talento humano como estrategia empresarial está relacionada directamente a la calidad de atención en la promoción del turismo – agencias de viaje región Puno 2021.
- $H_0$ : La gestión del talento humano como estrategia empresarial no está relacionada directamente a la calidad de atención en la promoción del turismo – agencias de viaje región Puno 2021.

**Tabla 6**  
Prueba Chi – cuadrado – hipótesis general

	Pruebas de chi-cuadrado		Sig. asintótica (bilateral)
	Valor	gl	
Chi-cuadrado de Pearson	48,037 <sup>a</sup>	6	,0251
Razón de verosimilitudes	54,328	6	,0000
Asociación lineal por lineal	29,364	1	,0000
N de casos válidos	289		

a. 8 casillas (67,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,68.

**Fuente:** análisis estadístico SPSS v.21

Tomando en cuenta los criterios establecidos previamente, de lo cual se tiene que  $P - \text{valor}$  (0,0251) es menor al nivel alfa ( $\alpha = 0.05$ ), por lo que, se comprueba que no existen diferencias estadísticas significativas entre el nivel de aplicación de la gestión del talento humano y el nivel de percepción positiva sobre la calidad de atención de las agencias de viaje, mediante ello se comprueba una relación directa significativa entre las variables de estudio, de lo cual se deduce que la aplicación de la gestión del talento humano guarda relación directa positiva con la calidad de atención en la promoción del turismo en las agencias de viaje de la región Puno, ello según los datos obtenidos de colaboradores de dichas agencias y turistas que arribaron a nuestra región durante el año 2021, comprobándose la existencia de adecuados niveles de aplicación de la gestión del talento humano y niveles positivos en la percepción sobre la calidad de atención, con lo cual la hipótesis del estudio queda ACEPTADA.

**Discusión**

En la información encontrada, se ha concretado los objetivos propuestos, lo cual se demuestra en las tablas expuestas y se corrobora con los datos mostrados en la Tabla 6, mediante las que se ha demostrado que la aplicación de la gestión del talento humano guarda relación directa positiva con la calidad de atención en la promoción del turismo en las agencias de viaje de la región Puno, ello a razón de comprobarse la existencia de adecuados niveles de aplicación de la gestión del talento humano y niveles positivos en la percepción sobre la calidad de atención, ambas variables relacionándose entre sí de forma directa y positiva. Dichos hallazgos de la presente investigación concuerdan con lo manifestado por:

Cepeda (2019) quien en su trabajo de investigación “Gestión del talento humano y la calidad del servicio turístico de la Empresa de Ferrocarriles Filial Sur” cuyo objetivo fue determinar la manera en que incide la gestión del talento humano en la calidad del servicio turístico de la empresa señalada, concluye el mismo manifestando que el modelo de gestión de recursos humanos es la herramienta que la Empresa Sucursal Ferrocarril Sur debe considerar para mejorar la eficiencia en las actividades turísticas. Asimismo, se comprobó que, al identificar los procesos de gestión de recursos humanos adecuados, se ayuda a designar una empresa con el personal suficiente y capaz para lograr un desempeño laboral óptimo para la función encomendada. Finalmente, se determinó que, en el periodo de auge del modelo de gestión del talento, el proceso de reclutamiento, selección y adecuación serán los factores clave para mejorar el desempeño laboral de la Empresa Sucursal Ferrocarril Sur.



Asimismo, con lo manifestado por Pruna y Albán (2019) en su artículo “Estudio del Talento Humano en las prácticas de los centros de información turística y su incidencia en el turismo de la provincia de Cotopaxi” en donde se enfocan en los diversos factores que inciden en la mejora de la gestión del talento en relación al sector turístico, han concluido dicho estudio manifestando que la relevancia del talento en la competencia por el turismo ha sido reconocida a lo largo del tiempo, por lo que es necesario contar con un formato integral que permita apreciar vínculos a nuevos mercados laborales, empresariales y educativos, acceso logrando la planificación y el desarrollo del talento humano en las agencias de información de turismo. Este artículo también establece un marco de análisis del talento turístico basado en los cuatro ángulos del diamante de Porter, que puede estudiar diferentes factores. Se establecen también, relaciones que puedan insertar pautas para mejorar los servicios de los centros de información turística.

Finalmente se encuentran coincidencias con Noel Puyen y Serna (2017) en su investigación denominada “Gestión del talento humano y la calidad del servicio en hoteles tres estrellas del distrito de Zorritos – 2015” en donde señala haber tenido como objetivo realizar la determinación de la manera en que se lleva la gestión del talento humano y la calidad de los servicios prestados por hoteles de tres estrellas en el distrito señalado, de lo cual concluye que ha llegado a determinar que la gestión del talento es efectiva para que se pueda brindar un gran servicio, superar las expectativas y generar lealtad en los clientes. La gestión del talento es un factor clave para mantener una ventaja competitiva, por lo que en la primera etapa de reclutamiento se debe garantizar el potencial humano, el positivismo, la creatividad, el comportamiento positivo y el compromiso con la misión, y estrategia organizativa. Como muestran los resultados obtenidos, el reconocimiento del esfuerzo y los buenos incentivos son claves para motivar a los trabajadores, y de esta manera, entregar servicios de alta calidad y alcanzar altos niveles de desempeño. Finalmente, las agencias de alojamiento deben tener en cuenta que tanto la formación como el desarrollo de los recursos humanos son elementos precisos de actuación en la consecución de cualquier objetivo organizativo.

De forma inversa, se encuentran similitudes con lo hallado Munarriz (2021) en su trabajo de investigación “Gestión del talento humano y el nivel de satisfacción de los guías oficiales de turismo en las agencias de viajes en el distrito de Ayacucho” en donde señala que tuvo como propósito de estudio, el realizar la determinación de la incidencia de la gestión del talento humano en el grado de satisfacción de los guías oficiales de turismo en las agencias de viaje del Distrito de Ayacucho, en donde arriba a la conclusión que señala que la falta de estrategias para promover e incentivar la gestión del talento de los guías turísticos oficiales puede perjudicar y afectar significativamente la satisfacción de los usuarios de las agencias de turismo en la ciudad de Ayacucho, ya que limita los siguientes factores: formalización laboral, condiciones laborales y reconocimiento de quienes se desempeñan en estas empresas. El ambiente laboral de los guías turísticos oficiales es

irregular a causa de la informalidad (55%), lo que afecta gravemente la calidad del servicio de los guías turísticos oficiales y afecta la satisfacción de este tipo de personal, debido a que el contrato laboral entre las agencias de turismo y los guías turísticos oficiales no cumple con los reglamentos que rigen los requisitos de trabajo formal especificado.

### Conclusiones

Mediante el desarrollo de la investigación planteada, se ha logrado conocer el desarrollo de la gestión del talento humano como estrategia empresarial en la calidad de atención en la promoción del turismo en las agencias de la región Puno, ello durante el año 2021, de lo cual se ha encontrado que el nivel de aplicación de diversos mecanismos de gestión del talento humano se encuentran relacionados directamente a la calidad de atención y servicio percibida por los turistas en cuanto a las agencias de viaje, dicha hipótesis se corrobora con la prueba de correlación de Chi cuadrado aplicada, en donde se ha obtenido un índice de 0.0251 el cual es menor al valor alfa (0.05) por lo cual se comprueba la existencia de una correlación significativa directa entre las variables de estudio.

Por otro lado, para el caso de los objetivos específicos, se ha logrado conocer el nivel de aplicación de la gestión del talento humano como estrategia empresarial en las agencias de viaje de la región Puno, de lo cual se ha encontrado que la mayoría porcentual de los colaboradores de dichas agencias (41.20%) señala que con frecuencia y siempre se aplican mecanismos orientados a la adecuada gestión del talento humano, ello en las dimensiones de Selección de personal, Capacitación del personal, Estrategias de motivación y Evaluación del desempeño respectivamente, a través de lo cual se logran niveles satisfactorios de la gestión del talento humano.

Asimismo, en cuanto al segundo objetivo específico, se ha logrado conocer la percepción de los turistas sobre el grado de la calidad de atención en las agencias de viaje de la región Puno, de ello se tiene que los turistas encuestados, en su mayoría (48.67%) expresan que tienen una percepción buena (positiva) respecto a la calidad de atención de dichas agencias, es decir, el servicio prestado por estas agencias ha sido adecuada en términos de Confiabilidad, Diligencia Garantía y Empatía en las labores desempeñadas durante el mencionado servicio.

### Referencias bibliográficas

- Baena, G.** (2017). Metodología de la Investigación (3rd ed.). Grupo Editorial Patria.
- Canales, M.** (2017). Metodologías de Investigación Social - Introducción a los oficios. Editorial LOM. <https://imaginariosyrepresentaciones.files.wordpress.com/2015/08/canales-eron-manuel-metodologias-de-la-investigacion-social.pdf>
- Cantoni, M.** (2009). Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en investigación cuantitativa. Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales, 7(2), 1–12. [https://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs\\_v7\\_n2\\_06.htm](https://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs_v7_n2_06.htm)

**Cardozo, L.** (2021). Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales. Zenvia. [https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/#:~:text=La calidad del servicio no,perjudicar la fidelización del contacto.](https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/#:~:text=La%20calidad%20del%20servicio%20no,perjudicar%20la%20fidelizaci%C3%B3n%20del%20contacto.)

**Carrasco, S.** (2005). Metodología de la Investigación Científica. Editorial San Marcos. [https://www.academia.edu/26909781/Metodologia\\_de\\_La\\_Investigacion\\_Cientifica\\_Carrasco\\_Diaz\\_1](https://www.academia.edu/26909781/Metodologia_de_La_Investigacion_Cientifica_Carrasco_Diaz_1)

**Castañeda, S.** (2022). ¿Qué es la calidad de servicio? concepto, tipos y medición. Blog de Atención Al Cliente. <https://www.tiendanube.com/mx/blog/calidad-de-servicio/>

**Cepeda, P.** (2019). Gestión del talento humano y la calidad del servicio turístico de la Empresa de Ferrocarriles Filial Sur [Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5819>

**Chiavenato, I.** (2006). Gestión del Talento Humano (5th ed.). Mc Graw-Hill.

**Chiavenato, I.** (2011). Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones. EDAMSA Impresiones S.A.

**Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - Puno.** (2021). Boletín Estadístico Regional de Turismo 2021. Gobierno Regional de Puno. <https://dircetur.regionpuno.gob.pe/wp-content/uploads/2023/06/BOLETIN-ESTADISTICO-REGIONAL-PUNO-2022.pdf>

**Hernández, R; Fernández, C; Baptista, P.** (2014). Metodología de la Investigación (M. G. Hill (ed.); Sexta Edic).

**Munarriz, J.** (2021). Gestión del talento humano y el nivel de satisfacción de los guías oficiales de turismo en las agencias de viajes en el distrito de Ayacucho [Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8350>

**Noel, M., & Serna, Y.** (2017). Gestión del talento humano y la calidad del servicio en hoteles tres estrellas del distrito de Zorritos - 2015 [Universidad Nacional de Tumbes]. <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/UNITUMBES/89>

**Pérez, E.** (2021). Gestión del talento humano y calidad de vida laboral en el sector calzado. Revista de Investigación En Ciencias de La Administración, ENFOQUES, 5(18), 103–121. <http://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v5i18.111>

**Pruna, L., & Albán, C.** (2019). Estudio del Talento Humano en las prácticas de los centros de información turística y su incidencia en el turismo de la provincia de Cotopaxi. Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA, 4(8), 451–467. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v4i8.294>

**Soto, E.** (2018). Muestreo y tamaño de muestra para una tesis. Tesis Ciencia. <https://tesisciencia.com/2018/08/29/muestreo-muestra-tesis/>

**Universidad Internacional de la Rioja, U.** (2021). ¿Qué es la gestión del talento humano y cuál es su ámbito de aplicación? Noticias. <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/gestion-talento-humano/>

**Vera, L., Rivera, L., & Reyes, M.** (2022). Gestión del talento humano para la mejora de los servicios turísticos. Revista Avances, 24(1), 61–67. <https://www.redalyc.org/journal/6378/637869301006/637869301006.pdf>