

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL
CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON
LINE).

Diana Carolina Romero Casiano
Universidad Escuela de Colombiana de Carreras Industriales
Programa: Técnico profesional lenguas modernas
Seminario comunicación organizacional y servicio al cliente.
dianarom88@hotmail.com

Resumen

Hoy en día las empresas pretenden reducir costos omitiendo la capacitación para los empleados, justificándose en que siendo así, los subalternos -un ejemplo de ello son los supervisores de área de la compañía Despegar.com- pueden desarrollar eficazmente sus labores con los conocimientos que ya poseen, pero cuando éste no es suficiente aparecen dudas como ¿La formación qué aspectos fortalece? ¿Qué ámbitos perjudicará en el entorno laboral? A continuación se verá la importancia de la formación en un jefe inmediato que recientemente asume su cargo, cómo impacta negativamente la comunicación interna; este hecho que afecta los procesos de respuesta al cliente final, al cliente interno (empleado), y al clima laboral.

Se han empleado herramientas útiles para argumentar al lector que la preparación, es un proceso ineludible el cual debe estar presente al momento de responsabilizarse de nuevas funciones, debido que si hay errores en las mismas va a ser únicamente desacierto de quien desempeñó la actividad. Por esta razón y otras más, es importante que las personas que ingresan a ser parte de una compañía, procuren ser capacitados para evitar situaciones que pueden provocar la finalización de su contrato.

Palabras clave: Formación, cliente interno, clima laboral, ineludible.

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL
CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON
LINE).

Abstract.

Today companies seek to reduce costs by omitting training for their employees justifying that being so, the junior -an example of this is the area supervisors at Despegar.com - they can effectively develop its your work with the knowledge they already have, when really is it not enough appears doubts as: It strengthens the training aspects? Areas that would prejudice in the workplace? Ahead you will see the importance of forming a line manager who recently assumed his post; and negatively impacts and internal communication. This affects response processes to the end customer, internal customer (employee), and the working environmental.

Are useful tools have been used to argue at reader that the preparation is an unavoidable process, which must be present to take on new functions, because if there are errors in them, it will be only who played the activity. For this reason and others, is important for people who enter to be part of a company, strive to be trained to avoid situations that could led to the termination of the contract.

Keywords: Training, internal customer, working environment, unavoidable.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad para algunas empresas la formación de sus empleados no es importante, o en ocasiones prefieren omitirla para evitar costos adicionales dentro de la compañía o porque creen que los empleados deben ser recursivos y ver como obtienen autónomamente el resultado que se solicita, sin tener en cuenta que esta situación genera zozobra u otro tipo sensaciones que alteran la tranquilidad del empleado y asimismo afecta la respuesta al cliente final.

Este estudio se realiza con el fin de identificar las falencias que retrasan la comunicación entre sí y la respuesta al cliente final con el objeto de desarrollar un plan de mejora en la comunicación interna de la agencia de viajes (on line), Despegar.com. Se demostrará cuán importante es la comunicación organizacional interna dentro del proceso de adquisición de un nuevo cargo

orientándose en la carencia de formación y los aspectos que afecta.

La comunicación organizacional interna se define como el conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros. (Andrade, 2005, p 17).

Para su correcto funcionamiento la misma debe contener el modelo de las cinco “ies”, incluye: investigación, identificación, integración e imagen, pero ¿cómo funciona este modelo? ¿Por qué es relevante? La investigación es un factor fundamental en cualquier nueva idea de negocio que se desee llevar a cabo, esta se encarga de establecer en qué punto se encuentra la competencia y también para evaluar al final de un proceso. La identificación es clave, debido que el cliente interno (empleado), se apropiará y

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

tendrá sentido de pertenencia hacia la compañía la misma llevará hacia la integración y la imagen del personal dejando así la última “i” para definir: información, en este aspecto es preciso que los personas con acceso a la empresa reciban bastante información, con las siguientes características: a tiempo, que sea veraz y a la vez confiable. (Andrade, 2005, p 24, 25,26).

La información juega un rol definitivo dentro del proceso de comunicación interna, debido que si no existiera no habría buenas relaciones laborales al interior de la compañía y justo en este momento es donde aparece el problema ¿Cómo influye la comunicación interna en la respuesta al cliente final, en el cliente interno y en el ambiente laboral?.

Uno de los objetivos de la comunicación organizacional interna es garantizar que las metas institucionales se cumplan

fortaleciendo el método anteriormente mencionado pero cuando no se cumple ¿qué puede ocurrir? Si no hay información lo más probable es que no haya formación en cualquier organización, esta investigación se enfoca en la carencia de formación de un empleado en el momento de recibir su nuevo cargo y cómo se afectan las respuestas a los clientes finales.

La formación de los empleados es un esfuerzo económico que realizan las compañías, pero muy pocas lo ven como inversión, omiten lo que traerá a futuro por ejemplo: clientes satisfechos, lealtad de ellos, reducción de quejas y reclamos, mayor satisfacción en el cliente interno, mejoría en el ámbito laboral también reducción de costos, minimización de tiempos de respuesta, mayor confiabilidad en la elaboración de los procesos y en los resultados obtenidos; Es un gana gana, para la empresa traería ventajas antes los

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

competidores porque alcanzaría mayor reconocimiento debido a la evolución en el trato tanto a los clientes internos como a los clientes externos. Para los colaboradores uno de los beneficios que obtendrán será mejor respuesta de los clientes, agradecimiento, y para el usuario final, mejoramiento en los tiempos de respuesta a sus requerimientos y porque no puede llegar a generarse nuevas necesidades que sean cubiertas por parte de la agencia de viajes Online Despegar.com.

En el momento que una persona adquiere el cargo de team leader (supervisor), tiene variedad de funciones que debe cumplir pero si no tiene una formación previa ¿las podrá desarrollar exitosamente dentro de los tiempos establecidos para ello? ¿Qué tan eficaz es brindar capacitación a los supervisores? Hay que tener en cuenta la frustración que sienten las personas al momento de enfrentar tantas tareas y no

saberlas gestionar solamente puede hacer con ellas lo que se le ocurra para brindarles solución, pero si ahondamos en esta situación una de las consecuencias que es posible llegue a generarse es la desmotivación del personal para ascender, y “La motivación por parte de la empresa es la capacidad de crear condiciones tanto laborales como organizativas para que los empleados de todos los niveles sean capaces de realizar sus labores de la manera más eficiente posible.”(Ministerio de Comercio Exterior y turismo, 2010, p 30). Teniendo en cuenta este artículo puede afirmarse que alrededor del empleado no existe solamente el factor conocimiento sino también se crean dos nuevos aspectos que son la actitud y los sentimientos del trabajador. Si bien es cierto que hay empresas que conciben se debe dejar de puertas hacia fuera la vida que no pertenece a lo laboral, por qué en lugar de ello no pensar en desarrollar un

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

ambiente laboral que logre compactar todo estos factores con el fin de que el empleado incremente las técnicas de aprendizaje y manejo de los casos que se presenten a diario en el aspecto laboral y por qué no en su ambiente familiar. La formación consta de aprendizaje que es el proceso en el que las personas adquieren conocimiento, y mediante este capturan técnicas y construyen actitudes a través de la experiencia, la reflexión o el estudio. Adicional se diferencia la educación que es definida como una serie de actividades a capacitar a alguien para asimilares decir apropiarse e interiorizar el conocimiento para hacerlo útil a futuro y luego desarrollar conocimiento, valores, principios que serán analizados y permitirán brindar soluciones a los casos que se presentan en el diario vivir. (Buckley, & Caple; 1991, Pág. 2).

Por otro lado, mediante la experiencia propia es posible evidenciar que existe

una estrecha relación entre comunicación organizacional, formación y ambiente laboral. Este último existe cuando un entorno muestra bienestar, en donde los vínculos existentes entre los compañeros sean de respeto y solidaridad sin pasar por encima de los demás para lograr sus objetivos personales.

Se hace necesario nombrar la definición de clima laboral debido que es inherente en la persona e incluye sentimientos y actitudes de la misma, si esto se cumple a cabalidad conlleva a que se cumpla la satisfacción laboral (Chiang, Martín & Núñez; 2010, p 14, 24).

Otro factor que protagoniza es el tiempo de respuesta al cliente final. Con el objeto de que las compañías elaboren una completa medición de las funciones que se deben realizar por persona en un día de atención a los clientes se encuentran establecidos los siguientes pasos:

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

-Elegir de la operación y del trabajador a cronometrar.

-Fijación o estabilización del método de trabajo utilizado.

-Descomposición de la operación en elementos.

-Valoración de la actividad.

-Medición del tiempo físico.

-Fijación del número de observaciones a realizar.

-Cálculo del tiempo normal.

-Adiciones por fatiga, necesidades y varios.

-Cálculo del tiempo concedido. (Marín, 1992, p. 40).

Si se llevan estos pasos al contexto que se está analizando (es decir al ambiente de agencia de viajes Despegar.com), primero se deberá seleccionar el área o campaña y persona a analizar luego organizar y explicar las técnicas a utilizar para el desarrollo de cada función, luego estime la complejidad del proceso que se está

realizando, después mida el tiempo que toma la persona para cumplir con el proceso completo, después de esto establezca la cantidad de veces que desea observar el fenómeno teniendo en cuenta que la observación es lo que permite desarrollar la investigación, luego calcule el tiempo en caso que pueda presentarse una falla puede ser técnica o de otro tipo, cuando la labor sea repetitiva, tenga en cuenta el cansancio, tiempo de pausas activas, tiempo de break y otros tiempos que puedan presentarse al realizar la actividad. De esta manera será posible que pueda cuantificar el tiempo de los procesos que se llevan en la compañía lo mismo permitirá plantear en tiempo real la productividad de cada persona lo que conlleva a que a futuro obtenga más datos, más situaciones no planeadas las cuales puede incluir en una guía que sirva para el conocimiento de quienes trabajan

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

para la compañía logrando reducir más tiempo del esperado.

Además de ser oportuno, este proyecto tiene características únicas que lo diferencian de otras investigaciones porque en la agencia de viajes Despegar.com posiblemente no ha percibido la importancia de la formación dentro del contexto en el que se desarrolla tal vez nadie se ha interesado por aportar algo nuevo a los procesos para mejorar la calidad de la información o desde otra perspectiva lo quieren evitar por el gasto económico que implica.

Más allá de desarrollar un manual que mejore un proceso dentro de una compañía tan prestigiosa como lo es la agencia de viajes Despegar.com; se espera que los resultados de la herramienta utilizada muestren información que enseñe a todas las áreas que basándose en la formación de los jefes inmediatos se lograrán respuestas satisfactorias a los

clientes y esto será provechoso para toda la comunidad que tenga contacto con cualquiera de los integrantes que son parte de la compañía y que logre la mejor experiencia en primer contacto lo cual conlleva a lograr más clientes muy satisfechos.

Otro aspecto que se examinará serán los indicadores de gestión que traerá beneficios para la organización si se realiza de manera correcta, esta es una manera de saber cómo se encuentra la empresa en general y mejorarla, además los indicadores de gestión permiten controlar la evolución de la compañía, de un área específica, estos tienen como objetivo mostrar lo que se necesita además satisfacen mayormente las expectativas de los clientes. Los indicadores son un instrumento muy eficaz que sirven para medir el rendimiento, paso a paso, de cualquier área o empresa. (Salgueiro, 2001, p

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

5,8). Trayéndolo al contexto actual aplica a que existe una forma de medir las metas diarias laborales para los agentes es decir, tienen estipuladas cierta cantidad de funciones a realizar por día con el fin de llegar a una meta a corto plazo que debe ser manifestada por la organización inmediatamente se inicia con el desempeño en un nuevo cargo pero ¿se cuenta con las herramientas para lograr las metas que se requiere por la compañía? Mediante el transcurso de este estudio se brindará respuesta a esta inquietud.

METODOLOGÍA

La investigación cualitativa se hace conveniente cuando se desean conocer las razones porqué los individuos (aisladamente o en grupos: consumidores., empleados, sectores de actividad...) actúan de la forma en que lo hacen, tanto en lo cotidiano, como cuando un suceso irrumpe de forma tal que pueda

dar lugar a cambios en la percepción que se tienen de las cosas. (Báez & Pérez; 2009, p 24).

Esta definición pone en marcha cada paso que se llevará a cabo para demostrar que si es necesaria la formación a los jefes inmediatos que recién toman su cargo y que la carencia de ello impacta la calidad en la solución al cliente y el ambiente laboral; para ello se realizaron 21 encuestas con el fin de analizar la información recopilada, seleccionarla y organizarla determinando así las deficiencias y necesidades en el proceso de comunicación interna de la compañía. También se busca establecer fortalezas y debilidades basándose en el análisis de los resultados obtenidos los cuales permitirán guiar el plan de mejora.

Dentro de la encuesta se encuentran 14 preguntas las cuales se clasificaron por variables a saber: carencia de capacitación, ambiente laboral,

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

indicadores de cumplimiento individual y tiempos de respuesta al cliente final.

La técnica de muestreo que se seleccionó es no probabilístico debido que está fundamentada en el juicio personal del investigador y también porque el mismo puede decidir de manera arbitraria o consciente qué elementos incluir en la muestra. (Malothra, 2004 p 320), por esta razón, la encuesta se realizó a 21 personas de diferentes áreas de Back office de la agencia de viajes Despegar.com como quejas, cancelaciones, cambios de vuelo y cambio de datos, puesto que son las personas que llevan más tiempo y que por méritos han logrado llegar a esta sección de la compañía, no solo conocen el área en el que se desarrollan sino también algunos han experimentado otras áreas en las que han tolerado de forma cercana la problemática de tener un nuevo supervisor sin la formación pertinente y esto mismo permitió que expresarán las

respuestas más cercanas a la opinión propia a fin de obtener datos más precisos. Adicional a ello la investigación es de carácter proyectivo debido que será un plan de mejora que se planteará y será la organización quien -una vez finalizada esta investigación- utilice este recurso para prosperar a nivel competitivo. En las técnicas proyectivas no se descubre el fin de la investigación. Las personas que participan en ellas no pueden adivinar para que servirá la prueba responden con naturalidad, sin que sean capaces de introducir intencionadamente sesgos. (Abascal & Grande; 2009 p 89)

Se utiliza la encuesta como instrumento de obtención de datos porque proporciona información acertada y concreta, además permite expresar de forma descriptiva los resultados. El análisis cualitativo consiste en ordenar, clasificar, reducir, comparar y dar significado a los resultados obtenidos (Delgado, Fernández, Ferreira, Mogollón,

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

Vargas & Vázquez; 2006, p 99). La elaboración de las preguntas empleado es tipo Likert debido que es el más popular de todos los procedimientos de escalamiento de actitud sin duda debido a su sencillez y versatilidad también porque después de diseñar un conjunto de preguntas los encuestados señalan la medida que más se acerca su parecer. (Aiken, 2003 p 298), que es el objetivo de la obtención de datos conseguir datos lo á concretos posibles.

En resumen se presentará información de la forma más concreta, clara y precisa basada en la descripción de los mismos debido que concuerda con el tipo de investigación realizada.

RESULTADOS.

En relación a las falencias que se presentan por carencia de formación al momento de ingresar a una nueva área específicamente al cargo de team leader,

se encontró que todo el personal encuestado con Despegar.com del área de back office constata la importancia de la capacitación al momento de tomar un nuevo cargo, por consiguiente más de la mitad de quienes diligenciaron la encuesta afirman que el proceso actual de ingreso a un nuevo cargo (supervisor), presenta falencias que deben mejorarse.

Se destaca también que el interés por formación es total en tanto se evidenció que los empleados demandan una minuciosa capacitación en la que se aborden la totalidad de los procesos que se desarrollan dentro del área de trabajo incluso aquellos que se consideran de escasa complejidad; prueba de ello es que el poco menos de la mitad de quienes fueron encuestados consideran que la formación completa debe ser realidad en la compañía.

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

Por otro lado, se tuvo en cuenta el aspecto de ambiente laboral, todos los encuestados convienen en que la formación inicial en un team leader incrementará la confianza y seguridad para brindar soluciones a los clientes, se verifica lo anterior porque la mayor parte de los encuestados piensan que es beneficioso para las relaciones laborales porque dentro del proceso actual se ha encontrado que un poco menos de los encuestados piensan que las respuestas ineficientes por parte de los supervisores perjudican el clima laboral; asimismo se lograría brindar respuestas muchas más eficaces a los pasajeros.

El siguiente eje que se analizó es el tiempo de respuesta al cliente final (es decir, los pasajeros) se identificó que más de la mitad de la población encuestada considera muy importante la presencia del aprendizaje previo a ejecutar funciones debido que deteriora la calidad de la

solución brindada al cliente final, del mismo modo casi tres partes sumadas del total de los encuestados estima que la preparación para supervisores nuevos minimizaría los tiempos de respuesta en el pasajero puesto que se tendría un conocimiento previo acerca del tema que está cuestionando y esta situación contribuirá al rápido avance de los procesos en la empresa.

Otra arista que se verificó es el impacto en los indicadores personales. Con los datos obtenidos se deduce que alrededor de la mitad de las personas encuestadas saben cuáles son las metas que deben cumplir a nivel laboral y las mismas están siendo afectadas por terceros, lo que conlleva a pensar que pueden tener sentimientos no favorables hacia la organización.

Haciendo un análisis transversal de los resultados y las variables, en primer lugar

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

se observa que la formación de los supervisores contribuye al mejoramiento del ambiente laboral, los tiempos de respuesta al cliente y lo que es inquietante y desde el punto de vista del empleado es que se está afectando su bonificación por esta razón.

En segundo lugar, se puede inferir que los funcionarios que fueron encuestados participan con sus ideas y no dependen únicamente de su jefe inmediato para guiar la respuesta a un requerimiento de su pasajero, lo cual puede generar resultados ambiguos porque mientras se juega a ser astuto por brindar lo que se cree es una buena respuesta puede no ser satisfactoria y en consecuencia tendrá que asumir pérdidas económicas o sanciones que a futuro conllevarán al despido, todo a causa de la falta de conocimiento sobre un determinado proceso. Con esta información obtenida se corrobora que predomina la necesidad de capacitación

anticipada a la práctica de funciones de los team leader.

Contemplando la situación desde el punto de vista del empleado, los resultados permiten entender que la formación en los supervisores nuevos traería beneficios al clima laboral, indicadores personales y algo muy importante la respuesta al cliente final que ciertamente es quien debe estar mayormente satisfecho. Sin duda, con los estudios que se realizaron se evidencia que la balanza se inclina mayormente hacia las falencias por carencia de capacitación y la afectación en el clima laboral lo cual creará un grado desmotivación en el personal.

Un factor que soporta la hipótesis es que gran parte de los encuestados conocen o ha escuchado hablar acerca de los tiempos de respuesta establecidos en su área de trabajo, de esto puede inferirse que los sujetos participantes en este estudio saben

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

que en ocasiones se afectan sus indicadores personales pero aún siguen allí sin expresarlo, puede ser que estén esperando que los cargos administrativos tengan en cuenta los resultados de las encuestas, para lograr un cambio beneficioso en la organización o porque saben que es un proceso que ya se encuentra establecido así y de esta manera se quedará, pero las anteriores posiciones mencionadas son perspectivas que pueden tomar los operadores en cuanto a la situación que viven a diario.

DISCUSION Y CONCLUSIONES.

En el análisis de las variables se encuentra que el **ambiente laboral**, es un aspecto a mejorar dentro de la compañía Despegar.com, en cuanto a seguridad y confianza en las respuestas que reciben los agentes de su jefe inmediato para la gestión de los casos que les consultan. Esto concuerda con la definición que

realiza el autor Andrade de comunicación organizacional interna, donde explica que se hace necesario aplicar actividades que pretendan mejorar el ambiente laboral y como doble objetivo mantener y mejorar las relaciones entre todos los rangos y áreas dentro de la compañía. Según Chiang, Martín y Núñez, el clima laboral es innato en la persona, en la misma están incorporados sentimientos y actitudes las cuales son características netamente humanas los resultados de un buen clima laboral pueden ser inesperados generalmente en forma positiva pero si no, existe la posibilidad de corregirlo empleando un tratamiento que se cumpla a cabalidad así logrará la satisfacción laboral de sus empleados.

Llama la atención que no se reportó ningún caso en el que la población estuviera en posición contraria a la que predomina en los resultados, en otras palabras, nadie se encuentra en contra de

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

la formación de un supervisor antes de tomar el cargo, es más se muestra un acuerdo imprevisto que deja la sensación de que sin duda será beneficiosa la enseñanza al cambiar de cargo para el mejoramiento del clima laboral en la organización explorada.

Examinando las falencias que se presentan por **carencia de formación** al momento de ingresar a una nueva área específicamente al cargo de team leader con certeza puede expresarse que es relevante y pertinente la capacitación de un nuevo miembro en cualquier área, a fin de estar preparado para las funciones a realizar solucionando casos teniendo en cuenta que todos merecen preparación, tanto en los procesos elementales como los que son de mayor complejidad. Se vincula con la teoría de Buckley y Caple donde determinan que la formación consiste en el aprendizaje la cual permite que idear técnicas a fin de lograr un

desempeño excepcional en las funciones que tendrá a cargo, además al aprehender lo conocido el empleado lo podrá aplicar a futuro teniendo como base los valores y principios, en este orden se tendrían los valores y principios de la empresa en la que se labora a fin de solventar las peticiones que se presentan a diario.

En definitiva los aspectos examinados apuntan no solo a que la formación en el cambio de cargo es necesaria sino también gracias a ella se mejorarán aspectos de clima laboral como certeza convicción y fiabilidad de los empleados al brindar una respuesta al cliente siendo esta obtenida de su jefe inmediato. La intención es enriquecer la comunicación organizacional interna, si se tiene en cuenta la observación realizada, tendrá un defecto menos en el proceso actual de cambio de cargo, reduce notablemente los tiempos de respuesta al cliente debido que si existe una solución concreta para un

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

caso que es frecuente se planteará al área encargada con el objeto de generar un nuevo proceso escrito dentro de un manual que se consulte de manera conjunta. Además, renovar el ambiente laboral es un cambio constante que se debe mantener si desea que los clientes internos estén satisfechos y estén motivados como el Ministerio de Comercio Exterior y turismo de Perú lo expresa en el manual de servicio al cliente donde explica que una empresa debe ser capaz de crear condiciones tanto laborales como organizativas para que los empleados de todos los áreas realicen sus actividades laborales de la manera más eficiente, y esto conllevará a continuar desarrollando nuevas ideas que mejoren los procesos en la organización.

En cuanto a los **indicadores de cumplimiento personal** es fundamental fortalecer la claridad de la información interna, dado que las respuestas obtenidas

no son muy favorables y revelan que hay inseguridad en las metas a alcanzar teniendo en cuenta que no en todos los casos las respuestas a los pasajeros dependen únicamente de los operadores. En este punto puede utilizarse la teoría de las 5 “ies” donde el autor Andrade sugiere para el correcto funcionamiento de la comunicación organizacional interna, que la clave se encuentra en investigar, identificar, integrar, proyectar imagen, e información, siguiendo este sumario logrará profundizar y desarrollar procesos de mejora que proporcionarán material para trabajar en las falencias que detecte en su negocio. Concuerta lo mencionado con lo que plantea el autor Salgueiro donde explica que los indicadores son herramientas útiles para medir tiempos de respuesta o lo que requiera la empresa desde varios enfoques depende de la necesidad para lograr el resultado es decir, existen varias formas

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

de obtener información pero deberá saber cuál es el fin de los datos a obtener para lograr utilizar la forma más adecuada de medir los tiempos de respuesta o cualquier otro indicador que logrará mostrarle el estado de su empresa y las mejoras que puede efectuar.

Refiriéndose a los **tiempos de respuesta al cliente final** las personas coinciden en que no hay incertidumbre al decir que la preparación para supervisores nuevos minimizaría los tiempos de respuesta a los clientes finales teniendo como objetivo mejorar la satisfacción del cliente externo. Respecto a los tiempos de respuesta más de la mitad de las personas conocen las metas a las que desean llegar como individuos y a nivel grupal lo cual permite deducir que si conocen el tiempo límite individual para el manejo de un caso de forma más rápida buscarán la solución al cliente final; para llevar a cabo esta mejoría reconozca que la

comunicación organizacional interna en definitiva es una herramienta contundente que conseguirá progreso para los stakeholders y la empresa. Según Marín es útil realizar la medición del tiempo de elaboración del proceso a desarrollar por un operador o team leader, expresamente escribe una lista de pasos que funcionan como instrumento de recolección de datos a fin de establecer un proceso escrito, cantidad de funciones por persona, en otras palabras, implantar un proceso interno que se verá reflejado en el proceso externo como se ha pretendido mostrar en el proyecto.

Como fortalezas de este estudio se puede mencionar que se identificaron mejoras que se pueden plantear como parte del proceso de cambio de cargo en la agencia de viajes Despegar.com, teniendo en cuenta que afecta el ambiente laboral y ámbitos que van desde lo personal hasta lo global como las variables analizadas.

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON LINE).

Del mismo modo, fueron contrastadas: las teorías utilizadas y los resultados, lo cual permitió obtener una serie de actividades que guiarán el plan que se propuso desde el inicio del estudio lo cual permite dar mayor credibilidad al plan que se pretende proponer.

Como fortalezas de la empresa sus empleados muestran con franqueza sus necesidades, gracias a ello pueden implementarse otro tipo de métodos para lograr obtener información para mejorar las posibles fallas que existan en los procesos actuales que afecten la comunicación interna y externa.

Como debilidad de la compañía se evidencia falta de elaboración en los procesos internos precisamente en el momento de realizar cambio de cargo.

Puede evidenciarse que el impacto laboral de la comunicación interna en la respuesta al cliente final y al clima laboral en

cualquier organización advierte atención, pues de no ser así, alejaría de los objetivos corporativos a la compañía y su personal.

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA RESPUESTA AL
CLIENTE FINAL Y AL CLIMA LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES (ON
LINE).

REFERENCIAS

Abascal, F., & Grande, I. (2009). Fundamentos y técnicas de investigación comercial. 10Ed. España: ESIC Editorial.

Andrade, H. (2005). Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica. España: Netbiblo, S.L.

Báez, J. & Pérez, T. (2009). Investigación cualitativa. 2Ed. España: Editorial ESIC.

Buckley, R. & Caple J. (1991). La formación teoría y práctica. España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Chiang, M., Martín, M. & Núñez, A. (2010). Relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral. España: Editoriales S.L.

Delgado, M., Fernández, M., Ferreira, M., Mogollón, A., Vargas, I. & Vázquez, M.; (2010) Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud. España: Edición Servei de Publicacions.

Malothra, N. (2004). Investigación de mercados un enfoque aplicado. México: Editorial Pearson Educación.

Marín, A. (1992). Sociología de la empresa. 5ed. España: Editorial ibérico europea de ediciones, S.A.

Ministerio de Comercio Exterior y turismo. (2010). Manual de buenas prácticas para la atención a clientes dirigido a gerentes, administradores y mandos medios. Perú: Edición Ministerio de Comercio Exterior y turismo.

Salgueiro, A. (2001). Indicadores de gestión y cuadro de mando. España: Editorial Díaz de Santos, S.A.