

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Tema: “La Gestión del Talento Humano y la Satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán ”

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciado en Turismo

AUTOR: Quizhpi López Anderson Paul

TUTORA: Ing. Guevara Guevara Elizabeth J, MSc.

Tulcán, 2024.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que el estudiante Quizhpi López Anderson Paul con el número de cédula 0450079991 ha desarrollado el Trabajo de integración Curricular: "La gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán"

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Ing. Guevara Guevara Elizabeth Josefina MSc.

TUTORA

Tulcán, junio de 2024

AUDITORIA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención de título en Licenciado en la Carrera de turismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales

Yo, Quizhpi López Anderson Paul con cédula de identidad número 0450079991 respectivamente declaro que la investigación es absolutamente original, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado es de mi responsabilidad.



Quizhpi López Anderson Paul

AUTOR

Tulcán, junio de 2024

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Quizhpi López Anderson Paul declaro ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "La gestión del Talento humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán" y se exime expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes posibles reclamos o acciones legales.



Quizhpi López Anderson Paul

AUTOR

Tulcán, junio de 2024

AGRADECIMIENTO

A mi Madre y a mis Hermanos..., porque siempre me han apoyado ante cualquier situación, incluido este proceso de la Universidad. Y por ello les doy Gracias. Y no menos importante, me doy gracias a mí, por la fuerza de voluntad que puse en todo este proceso académico y personal. El cual sé, que no voy a olvidar.

Agradezco a mi tutora, la MSc. Elizabeth Guevara por haberme acompañado en mis estudios, salidas académicas, y por haberme guiado en el proceso para culminar mi trabajo de investigación.

DEDICATORIA

Decido este trabajo a mi Madre, que ha estado a mi lado desde mucho antes de llegar a la Universidad, y a mis Hermanos por ser partícipes de mi proceso académico y personal. Y me dedico este trabajo porque sé el valor humano que invertí para llegar a este punto académico.

ÍNDICE

RESUMEN	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN	13
I. EL PROBLEMA	15
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.3. JUSTIFICACIÓN	16
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	17
1.4.1. Objetivo General	17
1.4.2. Objetivos Específicos	17
1.4.3. Preguntas de Investigación	17
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	18
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	18
2.2. MARCO TEÓRICO	20
2.2.1. Gestión del talento humano.....	20
2.2.1.1. Procesos de la gestión del talento humano.....	20
2.2.1.1.1. Proceso para integrar personas.....	21
2.2.1.1.2. Proceso para organizar personas	22
2.2.1.1.3. Proceso para recompensar personas	24
2.2.1.1.4. Proceso para desarrollar personas	25
2.2.1.1.5. Proceso para retener personas.....	27
2.2.1.1.6. Proceso para supervisar personas	28
2.2.2. Satisfacción del cliente	29

2.2.2.1. La satisfacción	29
2.2.2.2. El cliente	29
2.2.2.3. La satisfacción del cliente	29
2.2.2.3.1. Elementos que conforman la satisfacción del cliente.....	29
2.2.2.3.2. Como medir la satisfacción	30
2.2.2.3.3. Calcular la satisfacción del cliente	30
2.2.3. Servicio de Alojamiento	31
III. METODOLOGÍA	33
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	33
3.1.1. Enfoque Cuantitativo	33
3.1.2. Tipo de Investigación.....	33
3.1.2.1. Investigación Descriptiva	33
3.1.2.4. Investigación Documental.....	34
3.2. HIPOTESIS.....	34
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	35
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	36
3.4.1. Método analítico sintético	36
3.4.1.1. Técnicas	36
3.4.1.2. Instrumento	36
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	37
3.5.1. Población.....	37
3.5.2. Muestra	37
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	39
4.1. RESULTADOS.....	39
4.2. DISCUSIÓN	51
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	54

5.1. CONCLUSIONES	54
5.2. RECOMENDACIONES	54
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55
VII. ANEXOS	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Técnicas para la selección del personal	22
Tabla 2. Modelos de puesto	23
Tabla 3. Métodos de la evaluación de desempeño	24
Tabla 4. Tipos de salario	24
Tabla 5. Técnicas para el desarrollo de personas	25
Tabla 6. Técnicas para capacitar a las personas	26
Tabla 7. Entorno de trabajo.....	28
Tabla 8. Establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán.....	31
Tabla 9. Definición y Operacionalización de variables	35
Tabla 10. Asignación de encuestas.....	38
Tabla 11. Comprobación de Hipótesis	38
Tabla 12. Proceso de integración	39
Tabla 13. Proceso de organización	41
Tabla 14. Proceso de recompensación	42
Tabla 15. Proceso de desarrollo	43
Tabla 16. Proceso de retención	44
Tabla 17. Proceso de supervisión	45
Tabla 18. Resumen de calificación del rendimiento percibido	46
Tabla 19. Resumen de la calificación de las expectativas	47
Tabla 20. Resumen de calificación de la satisfacción.....	49
Tabla 21. Cálculo de la satisfacción del cliente por NPS	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Reclutamiento interno y externo	21
Figura 2. Indicadores del proceso de Integración	40
Figura 3. Indicadores del proceso de Organización.....	41
Figura 4. Indicadores de proceso de Recompensación	42

Figura 5. Indicadores del proceso de Desarrollo	43
Figura 6. Indicadores del proceso de Retención	44
Figura 7. Indicadores del proceso de Supervisión	45
Figura 8. Servicio brindado	46
Figura 9. Relación de precio y calidad	47
Figura 10. Publicidad y calidad de servicio	48
Figura 11. Cumplimiento de expectativas	48
Figura 12. Solicitud de servicio.....	49
Figura 13. Recomendación de servicios	50
Figura 14. Encuesta cliente 1.....	61
Figura 15. Encuesta a cliente 2.....	61
Figura 16. Encuesta cliente 1.....	66
Figura 17. Encuesta cliente 2.....	66
Figura 18. Encuesta a cliente 3.....	66
Figura 19. Encuesta a cliente 1.....	67
Figura 20. Encuesta a personal 2.	67
Figura 21. Encuesta a personal 3.	67
Figura 22. Plazas de los establecimientos hoteleros	68

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de Sustentación de Predefensa de TIC.	58
Anexo 2. Certificado del abstract por parte idiomas	59
Anexo 3. Instrumentos	61
Anexo 4. Tabulación de información en el programa SPSS	65
Anexo 5. Recolección de información por medio de los instrumentos	66
Anexo 6. Registro de plazas de los establecimientos de acuerdo el catastro turístico 2022.....	68

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue analizar la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán, al igual que su nivel de correlación. La metodología fue cuantitativa, donde se aplicaron dos instrumentos modelo, uno dirigido al personal de los hoteles y otro para los clientes que se encontraban en los mismos. La tabulación de información y la prueba de Chi-cuadrado se realizaron por medio del programa SPSS. Los resultados obtenidos permitieron determinar que la gestión de los procesos de talento humano se cumplen de la siguiente manera: integración 27,8%, organización 97,8%, desarrollo 79%, recompensación 66,7%, retención 100% y auditoría 100%. Con respecto a la satisfacción del cliente, se aplicó la fórmula del Net Promoter Score-NPS, un cálculo que permite determinar si el cliente está satisfecho o no con los servicios brindados por el establecimiento. En los resultados de satisfacción se logró determinar un nivel del 60,5% con respecto al último estudio realizado en el año 2023, el cual obtuvo un 33% de satisfacción. Finalmente, para la correlación de las variables se aplicó la prueba de Chi-cuadrado, donde la respuesta fue la aceptación de la hipótesis alternativa que menciona que, la gestión del talento humano se relaciona en la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

Palabras clave: Gestión del talento humano, Satisfacción del cliente, Neet Promoter Score, Hoteles de la ciudad de Tulcán.

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze human talent management and customer satisfaction in hotels in the city of Tulcán, as well as their level of correlation. The methodology was quantitative, employing two model instruments: one directed at the hotel personnel and the other at the clients staying in the hotels. Data tabulation and the Chi-square test were conducted using the SPSS program. The results obtained indicated that the human talent management processes are fulfilled as follows: integration 27.8%, organization 97.8%, development 79%, reward 66.7%, retention 100%, and audit 100%. Regarding customer satisfaction, the Net Promoter Score (NPS) formula was applied, a calculation that determines whether or not the customer is satisfied with the services provided by the establishment. The satisfaction results indicated a level of 60.5% compared to the last study conducted in 2023, which reported a 33% satisfaction level. Finally, the Chi-square test was applied to correlate the variables, resulting in the acceptance of the alternative hypothesis that human talent management is related to customer satisfaction in the hotels of the city of Tulcán.

Keywords: human talent management, customer satisfaction, Neet Promoter Score, hotels of Tulcan.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el talento humano es un concepto fundamental dentro del ámbito administrativo y empresarial en el sector turístico. Las empresas reconocen la importancia de contar con un talento humano de calidad, en el cual se pueda implementar políticas justas y las prácticas necesarias para cumplir con los objetivos de la empresa y de los empleados.

Gestionar el talento humano es aplicar diferentes estrategias que van a permitir la mejora y transformación del recurso humano, como una de las herramientas más fuerte de las empresas. Estas estrategias se aplicarían desde el momento que las personas postulan, hasta que son contratados por la misma y son designados en sus áreas correspondientes. Sin embargo, para llevar a cabo esta gestión es importante que las empresas comprendan las necesidades y aspiraciones de los empleados, de tal manera que se logre potenciar sus habilidades y capacidades. Para finalmente conducir al recurso humano por el camino que busque cumplir con los objetivos de las empresas.

La satisfacción es uno de los objetivos más buscados del sector turístico, que a su vez se ve alterado por el funcionamiento del mismo. En el caso de hotelería, los clientes que buscan adquirir los servicios de alojamiento esperan recibir la mejor atención y recibimiento por el personal responsable. Debido a su conexión directa que existe con los clientes, estos son la imagen representativa de la organización, cuyos servicios ofertados deben garantizar siempre la calidad.

En este apartado se expone los capítulos por los que se conforma la presente investigación; en el primer capítulo se menciona el problema a estudiar, los objetivos propuestos y la justificación de investigación; el segundo capítulo concentra los antecedentes y la revisión bibliográfica que permitieron el desarrollo de la misma; el tercer capítulo se refiere a la metodología aplicada, el enfoque, la hipótesis, operacionalización de variables y el análisis estadístico; en el cuarto capítulo se expone los resultados alcanzados; el quinto capítulo trata de las conclusiones y recomendaciones que permitieron reflexionar acerca del sector hotelero de la ciudad de Tulcán; el sexto capítulo adjunta las referencias bibliográficas; y finalmente

el séptimo capítulo presenta los anexos, instrumentos y certificados acerca del proceso realizado en la investigación.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Toda empresa se conforma por un conjunto de personas, las cuales deben ser seleccionadas de acuerdo a los requerimientos empresariales. Conforme avanza el tiempo, el talento humano se convierte en una herramienta fundamental para las empresas. Por lo tanto, es importante aplicar las estrategias necesarias que permitan el cumplimiento de los objetivos de la empresa y de las personas que forman parte de ella.

Según Burbano et al. (2019) las empresas turísticas deben proyectarse a un cambio fuera de lo tradicional, en el cual el talento humano sea gestionado con un estilo de liderazgo, motivación, comunicación etc., que permita llevar a la organización a nuevo nivel de competitividad, donde se brinde las herramientas necesarias para crear una estructura empresarial firme.

De acuerdo con Males (2018), en la provincia del Carchi el 80% de la oferta hotelera se centra en la ciudad de Tulcán, distribuida en establecimientos que varían de categoría, desde hoteles, hostales y hosterías. Todos ubicados en un punto estratégico con el vecino país de Colombia, obteniendo de tal manera oportunidades de afluencia en visitas y pernoctación. Lamentablemente, esto no ha sido aprovechado por el sector hotelero, debido a falencias encontradas en el nivel de profesionalismo y preparación por el personal de cada establecimiento.

Benavides (como se citó en Reyes, 2023) menciona que la competencia en el sector hotelero presenta una baja calidad de servicio, provocada por las acciones de la administración de cada establecimiento, y la falta de iniciativa para potencializar el desarrollo de la empresa, como resultado se genera un estancamiento o déficit en la demanda de cada establecimiento turístico.

Acorde a la información del Departamento de Turismo (como se citó en Leitón, 2021) el servicio de hospedaje a nivel cantonal, cuenta con un nivel bajo de calidad causado por la ineficiente gestión administrativa para obtener un personal adecuado para realizar las tareas correspondientes. Estas acciones han provocado

que cada establecimiento cuente con un personal polivalente, cuyas actividades alteran el recibimiento del cliente y con ello su nivel de satisfacción.

La sucesión histórica de los hoteles de la ciudad de Tulcán no ha tenido críticas positivas en cuanto a su principal actividad que es el recibimiento y pernoctación de turistas y/o clientes. Con investigaciones realizadas en este sector, se ha detectado que los problemas con estas empresas nacen a partir de la administración superior de cada establecimiento, generando un desinterés o insatisfacción para los clientes que adquieren sus servicios.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influye la gestión de talento humano en la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán, en el año 2023?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Actualmente, gestionar el talento humano es una base fundamental para las empresas que buscan prevalecer y ser más competitivas en el mercado. En el sector hotelero, mantener un personal actualizado y preparado va a garantizar que un hotel brinde un buen servicio de calidad. Para ello, la comunicación, compromiso, dedicación y apoyo es lo que va a permitir que la empresa pueda cubrir con las necesidades de los empleados y al mismo tiempo con las expectativas de los clientes.

El talento humano es quien establece una conexión directa con los clientes, resuelve los problemas y representa la imagen de la empresa, por ello, la presente investigación busca indagar si la gestión del talento humano se correlaciona en la satisfacción de los clientes. Porque si una empresa se preocupa por el bienestar de sus empleados estos también lo van a ser con sus clientes.

Los beneficios que presenta esta investigación van dirigidos para la administración de cada establecimiento hotelero, y al mismo tiempo, para los clientes que participan en esta actividad turística. Cuando una empresa reconoce sus fortalezas y debilidades, puede establecer las estrategias adecuadas para mejorar el desempeño y destrezas de los empleados en cada área designada, lo que permitirá que el talento humano comparta el mismo objetivo de brindar un servicio de calidad mientras cumplen con las normas y/o políticas que establece la empresa. Estas prácticas proyectarán una imagen de excelencia hacia los demás proveedores turísticos, dando a conocer que dentro de estos establecimientos existe preocupación por el bienestar de las personas que trabajan en ellos. Finalmente, los

resultados se reflejarán en el nivel de satisfacción de los clientes que adquirieron sus servicios. Incluso, esta satisfacción puede llegar a oídos de otros grupos de clientela más sofisticados que buscan servicios de alojamiento de calidad, y que no dudan en cancelar el valor o tarifa predeterminado, lo que garantizará un éxito a largo plazo para toda la empresa.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Sustentar bibliográficamente las variables de investigación.
- Identificar el cumplimiento de los procesos de la gestión de talento humano en los hoteles de la ciudad de Tulcán.
- Determinar la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.
- Relacionar la gestión del talento humano en la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Qué es la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente?
- ¿Cuál es el cumplimiento de los procesos de la gestión del talento humano en los hoteles de la ciudad de Tulcán?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán?
- ¿La gestión del talento humano se relaciona en la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se presenta una revisión bibliográfica acerca de los estudios que orientaron y aportaron a la investigación, cuyos temas están relacionados con las variables de estudio.

Para comenzar, Palma (2019), realizó un estudio sobre el clima organizacional y el desempeño laboral en el hotel Decamerón Punta Centinela en la provincia de Santa Elena. La metodología fue cuantitativa donde aplicó una encuesta dirigida a los jefes de cada departamento del hotel. Los resultados obtenidos permitieron determinar que si existe una correlación entre el clima de organización y el desempeño laboral de cada empleado. Así mismo, se evidenció que en las instalaciones del hotel se puede identificar las áreas correspondientes, acompañadas de un reglamento de higiene y limpieza. Además, cuentan con un sistema de recompensa e incentivos para los empleados de la empresa. El estudio aportó a la investigación en cuanto a la propuesta de un diseño de estrategias que permita mejorar el desempeño laboral de talento humano dentro de la organización.

Males (2018) investigó acerca de la formación profesional del personal de los establecimientos hoteleros en la ciudad de Tulcán, y su influencia en la satisfacción de atención del cliente. La metodología fue cuantitativa donde aplicó tres instrumentos; uno para evaluar el perfil de los empleados, otro para medir la satisfacción del cliente y el último para estudiar la situación del sector hotelero. Los resultados arrojaron que la preparación de los empleados es baja y la planificación para realizar capacitaciones es muy reducida, a pesar de la libertad para tomar decisiones, existe una inestabilidad laboral en todos los establecimientos. En cuanto a la calificación por parte del cliente los resultados fueron aceptables, aunque, acompañadas por algunas observaciones dirigidas al personal de cada establecimiento. En estos resultados también se mencionan aspectos positivos como la confiabilidad, tranquilidad y seguridad del cliente durante su pernoctación. Por otro lado, se identificó que en el sector hotelero existe un desorden en cuanto a la categorización de los establecimientos, ya que algunos de ellos no disponen de las

condiciones que se establecen en el reglamento de alojamiento turístico. Esta investigación permitió identificar los antecedentes que tienen los hoteles de la ciudad de Tulcán en cuanto a desarrollo, capacitación y retención del personal, tres procesos importantes con los que se va a trabajar en la presente investigación.

Reyes (2023) realizó un estudio sobre la calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente de los hoteles de la ciudad de Tulcán. La metodología fue cuantitativa donde puso a prueba dos hipótesis por medio del análisis estadístico y la información levantada fue a través de encuestas para analizar cada una de las variables. Los resultados con respecto a la calidad fueron positivos, donde se destacó un alto porcentaje de calificación hacia las instalaciones de cada hotel conjuntamente con la presentación del personal. En cuanto a los resultados de la segunda variable también fueron positivos, el cual se determinó una calificación del 33% de satisfacción por parte del cliente. La investigación ayudó a determinar los elementos que conforman la variable de satisfacción y de qué manera puede ser analizada.

Baquero (2022) presenta un artículo acerca del Neet Promoter Score-NPS, un método para medir la lealtad y satisfacción del cliente en la industria hotelera. El método NPS se aplicó por dos años en hoteles de alta categoría en España, cuyos resultados permitieron identificar las áreas con menor supervisión, por lo que los administradores de cada empresa pudieron crear sus propias estrategias de mejora. El enfoque del NPS se centra en realizar una pregunta al cliente (¿Qué tan probable es que usted recomiende la empresa a un amigo o conocido?), y en base a la calificación la empresa podrá saber si está brindando o no, un servicio de calidad. A pesar de la aceptación de NPS se recomienda fusionar esta pregunta con otras más específicas con el objetivo de conocer las razones por las que el cliente puede dar una mala calificación a los servicios de la empresa. El aporte de este estudio es la aplicación de la pregunta clave en el instrumento para medir la variable de la satisfacción del cliente.

Finalmente, Ayala et al. (2023) en su investigación se establece como objetivo analizar la gestión del talento humano y la satisfacción el cliente en los restaurantes de Tulcán y Cotacachi. La metodología tuvo un enfoque cuantitativo donde se analizaron dos hipótesis para comprobar su nivel de correlación. Para la recolección de información se utilizó dos cuestionarios; uno para los empleados de los restaurantes y el segundo dirigido a los clientes de los mismos. Los resultados arrojaron que el

cumplimiento del proceso de la gestión del talento humano oscila entre el 40% en Cotacachi y 50% en Tulcán. Con respecto a la segunda variable se determinó un nivel de satisfacción regular, el cual fue medido en una escala de Likert. La importancia y aporte de esta investigación es en cuanto a la metodología para estudiar la variable del talento humano.

2.2. MARCO TEÓRICO

En este apartado se presenta la revisión bibliográfica sobre las dos variables de investigación; la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente.

2.2.1. Gestión del talento humano

Ardilla (como se citó en Aldaz, 2019) define al talento humano como "la capacidad intelectual de las personas, que puede ser de manera natural o adquirida, a lo largo de la vida" (p. 12).

De acuerdo con Chambers (como se citó en Vallejo, 2016) administrar el talento humano es cuando la empresa participa en capacitar, desarrollar, y motivar a los empleados y a su vez en conservar a cada uno de estos.

El termino talento humano también puede entenderse como recurso humano (RH).

La administración de recursos humanos (ARH) es el conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos administrativos en cuanto a las "personas" o los recursos humanos, como el reclutamiento, la selección, la formación, las remuneraciones y la evaluación del desempeño (Chiavenato, 2009, p. 9).

Actualmente, las personas son capaces de mejorar o reducir la calidad de servicio de una empresa considerando el nivel de trato que reciban por la administración superior. Por ello es importante aplicar los valores que la misma empresa redacta en su estructura empresarial, de tal manera que se pueda cumplir los objetivos empresariales y de las personas que pertenecen a ella (Chiavenato, 2009).

2.2.1.1. Procesos de la gestión del talento humano

Gestionar el talento humano es aplicar las políticas y prácticas necesarias que permitan administrar el trabajo de las personas, así como aumentar el capital intelectual de los mismos y de toda la organización. Estas prácticas se centrarían en seis procesos fundamentales para el talento humano cuya relación puede tener una influencia recíproca, siendo estos procesos los que se mencionan a continuación.

2.2.1.1.1. Proceso para integrar personas

De acuerdo con Chiavenato (2009) y Vallejo (2016) la integración es el proceso que se lleva a cabo para incluir a nuevas personas a la empresa, en donde aquellos que tengan las características y competencias necesarias tendrán mayores oportunidades de ingresar. Esto se puede ejecutar a través de un llamado hacia el exterior, o dirigido de forma directa a conocidos de la empresa. A continuación, la Figura 1 muestra el proceso de integración por medio de un reclutamiento interno o externo.

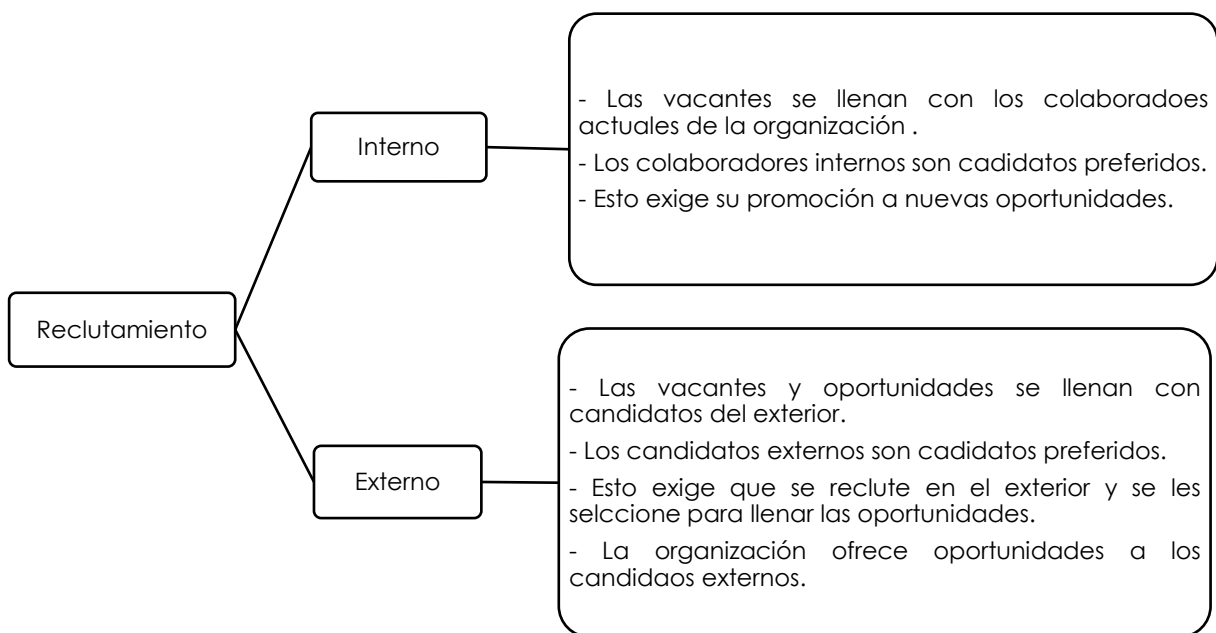


Figura 1. Reclutamiento interno y externo
Fuente: (Chiavenato, 2009)

Para Chiavenato (2009) las técnicas para realizar un reclutamiento externo son: “anuncios en diarios y/o revistas, agencias de reclutamiento, contactos con escuelas, universidades y agrupaciones, carteles o anuncios, consulta a los archivos de candidatos, reclutamiento virtual” (p. 122).

- Selección del Personal

“La selección es el proceso que utiliza una organización para escoger, entre una lista de candidatos, a la persona que mejor cumple con los criterios de selección para el puesto disponible” (Chiavenato, 2009, p. 137).

Cuando la empresa determina los requisitos que deben cumplir los candidatos para ocupar el puesto deseado, es importante conocer más a fondo la personalidad de

las personas y los atributos que tiene para desempeñar en la empresa. En la Tabla 1 se muestra las técnicas que se pueden utilizar para seleccionar al mejor candidato.

Tabla 1. Técnicas para la selección del personal

Selección de merecimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento • Experiencia • Habilidades
Pruebas de conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Generales: cultura general, idiomas • Específicas: conocimientos técnicos
Pruebas psicológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba de aptitudes: generales y específicas
Pruebas de personalidad	<ul style="list-style-type: none"> • Expresivas • Proyectivas • Inventarios
Entrevista	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista: dirigida • Entrevista: no estructurada
Examen médico	<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedades, sida etc.
Técnica de simulación	<ul style="list-style-type: none"> • Psicodramas, dinámica de grupo • Dramatización • Resolución de problemas

Fuente: (Vallejo, 2016)

2.2.1.1.2. Proceso para organizar personas

Organizar es el conjunto de procesos que la empresa espera sean cumplidos por los empleados, para ello es importante que la empresa aplique una orientación, cultura organizacional, diseño y análisis de puestos y una evaluación de desempeño. Estos puntos son clave para que exista una buena coordinación dentro de la empresa (Chiavenato, 2009).

- Orientar a las personas

La orientación es dejar en claro cuáles van a ser las funciones y objetivos de las personas y en qué puesto se llevarán a cabo, también deben saber hacia dónde y de qué forma deben realizar sus actividades de tal manera que puedan perseguir los objetivos que busca la empresa (Vallejo, 2016).

- Cultura organizacional

Consiste en la filosofía que posee la empresa, esto incluye creencias, hábitos, rutinas entre otros. Esta filosofía se comparte y respeta con todos los miembros de la organización, y se relaciona con el nivel de autonomía para expresarlo durante y después de las horas de trabajo (Vallejo, 2016).

- Diseño de puestos

Según Chiavenato (2009) son las competencias que se deben cumplir para ocupar el puesto, esto incluye su contenido y la recompensa que le corresponde. Aunque no todos los puestos son iguales lo que se busca es cubrir las necesidades de las personas. A continuación, en la Tabla 2 se presenta los tres modelos de puesto que pueden existir en una empresa.

Tabla 2. Modelos de puesto

Modelo	Concepto
Clásico	Establece una división rígida entre jefe y subordinado. El gerente manda, el obrero ejecuta.
Humanista	También conocido como modelo de relaciones humanas, del modelo autocrático e impositivo, al modelo participativo.
Contingencia	Considera tres variantes: las personas, las tareas y la estructura de la organización.

Fuente: (Vallejo,2016)

- Descripción de puestos

Según Chiavenato (2009) consiste en detallar en un documento las actividades que realiza el ocupante, en este se definen los términos de derechos, obligaciones y las condiciones en las que se deben ejecutar.

- Análisis de puestos

Son las exigencias que se deben cumplir por parte del ocupante de puesto, estas exigencias requieren un buen estado físico, mental y de responsabilidad. También se mencionan otras condiciones de trabajo que son necesarias para desempeñar en el trabajo (Vallejo, 2016).

- Evaluación del desempeño

Es una calificación que se realiza a cada persona de la empresa de acuerdo a las tareas que realiza y como llega a cumplirlos, considerando los requisitos decretados por la organización (Vallejo, 2016).

Las empresas pueden definir su propio sistema de evaluación de acuerdo a sus necesidades y requerimientos. Como se muestra en la Tabla 3, existen dos métodos de la evaluación que pueden aplicar las empresas.

Tabla 3. Métodos de la evaluación de desempeño

Método tradicional	Método moderno
Escala gráfica	Evaluación participativa por objetivos (EPPO)
Elección forzosa	Evaluación 360°
Investigación de campo	
Incidentes críticos	
Lista de verificación	

Fuente: (Chiavenato,2009)

2.2.1.1.3. Proceso para recompensar personas

Recompensar significa reconocer los servicios que brindan las personas hacia la empresa, el nivel de dedicación que realicen las personas dependerá de que tan recíprocos sea la empresa con ellos. Por ello es importante implementar un sistema de recompensa justo y equitativo, que no genere desinterés y que aumente el nivel de empeño en las personas (Chiavenato, 2009).

- Remuneraciones

Es un proceso de pago o cancelación que va dirigido a las personas por desempeñarse en sus labores de trabajo. Se la puede considerar también como una forma de agradecimiento o reciprocidad de la empresa hacia sus colaboradores (Chiavenato, 2009).

A continuación, en la Tabla 4 se comparte los tipos de salario posibles en una empresa.

Tabla 4. Tipos de salario

Salario por unidad de tiempo	Salario por resultados	Salario por tareas
La organización realiza el pago de acuerdo al tiempo dedicado por parte de la persona, puede ser horas, días, semanas o meses.	Es el número de obras o proyectos que realiza la persona para la empresa, esta puede designarle un número determinado y le pagara por cada proyecto terminado.	Las personas dedican su tiempo y dedicación en realizar proyectos para la empresa, esto conlleva que se cumpla con los dos tipos de salarios anteriores

Fuente: (Vallejo,2016)

- Prestaciones

Las prestaciones son beneficios que concede la empresa a sus empleados, como por ejemplo el seguro de vida, asistencia médica, jubilaciones entre otros (Vallejo, 2016).

- Incentivos

Si bien el sistema de recompensa es una forma de agradecimiento, no está de más motivar a las personas para que realicen sus tareas con mayor esfuerzo y dedicación, generando un mayor enfoque hacia los objetivos empresariales (Chiavenato, 2009).

2.2.1.1.4. Proceso para desarrollar personas

Desarrollar, es brindar a las personas las herramientas necesarias que permitan mejorar sus habilidades y conocimientos, para luego ser aplicadas en sus tareas correspondientes. Drucker (como se citó en Chiavenato, 2009) afirma:

Hoy en día los gerentes son los responsables de hacer que el conocimiento sea productivo. Es más, se trata de un desafío organizacional, que exige aplicar el conocimiento de forma provechosa al conocimiento, el cual es bueno cuando es útil (p. 368).

Los procesos del desarrollo se distinguen en desarrollo, capacitación y desarrollo organizacional.

- Desarrollo de personas

Para Chiavenato (2009) el desarrollo de las personas es preparar la ocupación de un puesto en un futuro determinado, teniendo en cuenta los requisitos que se deberán cumplir. Como se muestra en la Tabla 5, existen muchas técnicas para que la empresa pueda potenciar las habilidades de las personas.

Tabla 5. Técnicas para el desarrollo de personas

Rotación de puestos	El objetivo es expandir sus habilidades, conocimientos y capacidades. La rotación puede ser vertical u horizontal. La rotación vertical: la persona es ascendida provisionalmente a un puesto más complejo. La rotación horizontal: la persona hace una transferencia lateral de corto plazo para que la persona absorba conocimientos y experiencias de igual complejidad.
Puestos de asesoría	Es brindar a la persona la oportunidad de trabajar provisionalmente en diferentes áreas de la organización, bajo la supervisión de un gerente. La persona trabaja como asistente de staff en equipos de asesoría directa y desempeña diferentes tareas con el apoyo del administrador.
Negociador de conflictos	La persona puede dedicarse tiempo completo al trabajo y análisis de problemas.
Asignación de comisiones	Las personas participan en comisiones de trabajo, donde toman decisiones, aprender a resolver más problemas de la empresa. Estas comisiones son temporales y son diseñadas para resolver problemas específicos.
Simulaciones	Son ejercicios o simulaciones cercanos a la realidad que la empresa realiza para que las personas puedan analizar y proponer las mejores soluciones.

Juegos de empresa	Denominados también business games, consiste en la participación de varios administradores cuyo objetivo es resolver casos reales o simulaciones.
Centro interno de desarrollo	La dinámica de esta técnica es mejorar las habilidades internas de la empresa entre las personas.
Couching	El administrador de la empresa se presenta como un líder que guía a los demás integrantes de la empresa.
Cursos y seminarios	Son exposiciones que permite incrementar el conocimiento de las personas.
Tutoría o mentoring	Es una orientación por parte de la administración hacia las personas que buscan un mejor puesto en la organización.
Asesoría de trabajadores	La administración cumple el papel de mentor, donde interviene cuando siente que hay un mal comportamiento dentro del ambiente de trabajo.

Fuente: (Vallejo,2016)

- Capacitaciones

"La capacitación se orienta al presente, se enfoca en el puesto actual y pretende mejorar las habilidades y competencias relacionadas con el desempeño inmediato del trabajo" (Chiavenato, 2009, p. 371). A continuación, la Tabla 6 muestra las técnicas para capacitar a las personas.

Tabla 6. Técnicas para capacitar a las personas

Técnica	Concepto
Lecturas	Las personas participan de forma pasiva en una charla ofrecida por el instructor.
Instrucción programada	La información es programada sin intervención del instructor.
Capacitación en clase	Es un entrenamiento activo que se realiza fuera del área de trabajo.
Capacitación por computadora	La información es transmitida con ayuda de la tecnología, por medio audiovisual.
E-learning	También conocida como web-based-training y se realiza de forma virtual.

Fuente: (Chiavenato,2009)

- Desarrollo organizacional

Es el proceso mediante el cual la empresa se propone en cambiar y mejorar sus competencias y habilidades, realiza un análisis interno y busca las mejores alternativas para lograr un crecimiento humano. Aquí el liderazgo, la motivación, y el trabajo en equipo resultan de mucha importancia (Vallejo, 2016).

2.2.1.1.5. Proceso para retener personas

No es suficiente que las empresas distribuyan, remuneren y especifiquen las funciones que deben cumplir las personas, es muy importante que estos se queden satisfechos con el trabajo que realizan en la organización, y aún más, que tengan la oportunidad de permanecer en la empresa por el mayor tiempo posible, en un ambiente sano que asegure su salud física y psicológica.

La retención de las personas exige poner atención especial a un conjunto de cuestiones, entre las cuales sobresalen los estilos administrativos, las relaciones con los empleados y los programas de higiene y seguridad en el trabajo que aseguren la calidad de vida dentro de la organización (Chiavenato, 2009, p. 440).

- Higiene y seguridad

Se conforma de las normativas que buscan controlar y preservar la vida de la persona en su estado físico y mental, preparando un ambiente de trabajo saludable y en las condiciones adecuadas cuyos agentes externos no puedan alterar su ritmo laboral (Vallejo, 2016, p. 110).

- Calidad de vida

Es el nivel de comodidad y/o bienestar que poseen las personas al momento cumplir con sus jornadas laborales. Su importancia radica en la preocupación que tiene la empresa hacia sus colaboradores y en la manera en que busca solucionar su problemas personales o laborales. (Vallejo, 2016, p. 115).

- Relación con los empleados y los sindicatos

Los gerentes deben supervisar a sus subordinados, quienes también requieren ser atendidos ante los problemas que enfrentan en el exterior, y que pueden alterar su desempeño en el trabajo. Sin importar el surgimiento de los problemas de cada empleado debe existir una comunicación directa con el objetivo de brindar todo el apoyo posible (Chiavenato, 2009, p. 447). Del mismo modo, Vallejo (2016) afirma: "es importante mantener buenas relaciones con los sindicatos de trabajadores, ya que nos permiten realizar acuerdos ganar-ganar" (p.116). En la Tabla 7 se muestra el cómo se puede conseguir un entorno de trabajo saludable para las personas.

Tabla 7. Entorno de trabajo

Entorno físico	Entorno psicológico del trabajo
<p>Iluminación: cantidad de luz adecuada Ventilación: eliminación de gases, humos y olores. Temperatura: debe estar dentro de los niveles adecuados. Ruidos: la eliminación de ruidos o el uso de auriculares. Comodidad: un entorno agradable y amigable.</p>	<p>Relaciones humanas agradables Tipo de actividades agradables y motivadoras Estilo de administración democrático y participativo Eliminación de fuentes de estrés Entrega personal y emocional</p>
Ergonomía	Salud ocupacional
<p>Máquinas y equipos adecuados para las características humanas Mesas, instalaciones ajustadas al tamaño de las personas Herramientas que reducen la necesidad de esfuerzo físico y humano.</p>	<p>Asistencia preventiva ante: Riesgos físicos: accidentes Riesgos biológicos: gastritis, problemas cardiovasculares, dolores de cabeza, nerviosismo Riesgos tóxicos Riesgos químicos Riesgo psicológico: baja autoestima, depresión, ansiedad, estrés, etc.</p>

Fuente: (Vallejo,2016)

2.2.1.1.6. Proceso para supervisar personas

Supervisar es seguir, acompañar, orientar, mantener y controlar el cumplimiento de las reglas impuestas en la organización. Es dar seguimiento a las operaciones y actividades a efecto de garantizar que los planes y objetivos de la organización sean ejecutados (Vallejo, 2016).

- Bancos de datos

Es un sistema de almacenamiento informático que permite reducir las inconsistencias y errores dentro de la empresa. Para Chiavenato (2009), el buen uso de las bases de datos debería permitir el acceso suficiente para conocer los datos del personal, registro de los puestos de la empresa, las fechas y remuneraciones que se realizan, el número de candidatos que postularon a la empresa entre otros.

- Sistemas de información administrativa

Este sistema tiene por objetivos reducir los costos y tiempo para procesar la información, así como brindar apoyo en la toma de decisiones. En base a toda la información que se obtenga de estos sistemas, el personal y los gerentes tienen la oportunidad de tomar las mejores decisiones para la empresa (Chiavenato, 2009).

2.2.2. Satisfacción del cliente

2.2.2.1. La satisfacción

Para Carvache-Franco, et al. (como se citó en Raquel, et al., 2021) se puede entender la satisfacción como una evaluación final que el usuario realiza después de haber consumido el servicio ofrecido, este sería el resultado de lo que se espera recibir junto con las expectativas logradas.

Kotler y Armstrong (como se citó en Raquel, et al., 2021) definen: " es el grado anímico de un ser humano, que es el resultado de la comparación de lo que se percibe de un servicio con la generación de expectativas" (p. 196).

2.2.2.2. El cliente

Un cliente es aquel que obtiene los productos o servicios de una empresa, donde su actividad puede ser frecuente o simplemente por un momento dado. Su importancia influye en la misión que tenga la empresa y como está recibe los resultados que comparte el cliente al momento de adquirir el producto o servicio (Rodríguez, 2021).

2.2.2.3. La satisfacción del cliente

Sucede cuando una persona siente y percibe el servicio, generando en sí mismo una sensación de placer o incomodidad, los resultados surgen de la experiencia con el producto recibido y, dependiendo de estos resultados el cliente puede estar satisfecho o no (Santillán y Cachay, como se citó en Huaranga, 2021).

Según Moreno (como se citó en Saavedra, 2021) es un proceso que busca alcanzar la satisfacción del cliente y así garantizar su retorno de visita, su importancia influye tanto en el destino como en las empresas que se dedican a la atención del cliente (p. 25).

De acuerdo con Martínez (como se citó en Aldaz, 2019), el servicio al cliente es la clave de toda una empresa independientemente del servicio o producto que se esté ofreciendo. Este servicio debe ser un motivo para todo el personal al momento de atender al cliente, de tal manera que este pueda quedar satisfecho con los servicios adquiridos.

2.2.2.3.1 Elementos que conforman la satisfacción del cliente

De acuerdo con Thompson (2019) existen tres elementos indispensables que conforman el nivel de satisfacción de un cliente:

1. El Rendimiento Percibido. - Es la calificación que se otorga al nivel de trabajo hacia el producto o servicio que se adquirió.
2. Las Expectativas. - Es lo que el cliente espera recibir del producto o servicio.
3. Niveles de Satisfacción. – Es el resultado del producto o servicio que consumió el cliente, y se puede distinguir tres niveles; insatisfacción, satisfacción, complacencia (p.3).

2.2.2.3.2. Como medir la satisfacción

Según Baquero (2022) se puede medir la satisfacción por medio del Net Promoter Score (NPS), un proceso por medio de la elaboración de una pregunta dirigida al comprador. De esa forma se puede conocer la lealtad y la satisfacción del cliente hacia a empresa y así, crear estrategias para mejorar la atención hacia el mismo. La empresa puede aplicar las preguntas según la información que requiera, pero una de las preguntas clave que debe recibir el cliente es, si recomendaría el producto o servicio recibido a sus amigos o familiares. Según Hammond (2023) es posible aplicar las siguientes preguntas para continuar con el sistema NPS:

- ¿Qué le pareció el producto o servicio?
- ¿El producto o servicio cumplió con las expectativas?
- ¿El producto o servicio era justo lo que necesitaba?
- ¿Qué diferencia o beneficios ha traído este servicio o producto?
- ¿Cuáles serían sus sugerencias para mejorar nuestro servicio o producto?
- ¿Recomendaría a sus conocidos nuestro producto o servicio?
- ¿Volvería a comprar nuestro servicio o producto?

2.2.2.3.3. Calcular la satisfacción del cliente

De acuerdo al sistema NPS, el proceso para calcular la satisfacción del cliente es el siguiente:

Al momento de realizar la pregunta al cliente este deberá calificar la misma en una puntuación de 0 a 10, aquellos que califiquen de 0 a 6 se los denominará "detractores", los de 7 a 8 serán "pasivos" y de 9 a 10 "promotores". Posteriormente se resta las puntuaciones de los detractores con los promotores y al final de divide para el número de preguntas. Los clientes pasivos no se consideran.

Con este método Reicheld (como se citó en Baquero,2022) argumenta que no es necesario el uso de encuestas extensas y complejas, ya que además es una forma

de que las organizaciones sepan el nivel de lealtad y satisfacción que tienen sus clientes.

Ahora, si la dinámica que maneja la empresa es de un cuestionario, es posible cambiar los valores de calificación, a través de un sistema de respuesta de 1 a 5 en una escala de medición. De esa forma se evalúa más áreas de la empresa teniendo en cuenta el índice NPS.

2.2.3. Servicio de Alojamiento

El Ministerio de Turismo – MINTUR (2015) menciona que, el servicio de alojamiento es “una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros” (p. 3).

2.2.3.1. Hotel

De acuerdo al reglamento de alojamiento turístico, se menciona que un hotel es un establecimiento cuyas instalaciones permiten el servicio de hospedaje no permanente hacia los turistas locales y extranjeros. En donde, sus interiores también deberán existir áreas para alimentos y bebidas según la categoría.

Un establecimiento hotelero debe cumplir con los requisitos que se establecen de acuerdo al reglamento para los servicios de alojamiento turístico, de esa manera se garantiza una oferta hotelera de calidad en los destinos turísticos (MINTUR,2015).

Conforme al Catastro de Establecimiento Turísticos (2023) en la ciudad de Tulcán se presentan 11 establecimientos registrados como hoteles, cada uno con su respectiva categoría de 2 hasta 4 estrellas, como se muestra en la Tabla 8.

Tabla 8. Establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán

Establecimientos alojamiento turístico de la ciudad de Tulcán	
Nombre del establecimiento	Categoría
Flor De Los Andes	2 estrellas
Palacio Imperial	4 estrellas
Lumar	2 estrellas
One Season	2 estrellas
Torres De Oro	2 estrellas
Espíndola	2 estrellas
San Miguel	2 estrellas
Park	2 estrellas
Machado	2 estrellas
Golden Coral	3 estrellas
Sáenz	2 estrellas

Fuente: (Catastro turístico,2023)

En este punto se menciona que la participación de los establecimientos fue limitada, debido a condiciones de privacidad y confidencialidad. Teniendo en cuenta estas limitaciones, se trabajó con cinco de los once establecimientos hoteleros que se encuentran registrados en el catastro turístico.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque Cuantitativo

Para Sampieri (2014) "se utiliza el enfoque cuantitativo para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías" (p.4).

Ugalde y Balbastre (como se citó en Saavedra, 2021) afirman:

La investigación cuantitativa se utiliza cuando se pretende explicar fenómenos de causa y efecto. Este modelo requiere el empleo de un lenguaje unificado y la posibilidad de cuantificación de los fenómenos estudiados, o se expliquen, son principios similares, validados por un método científico o por otros medios (p.186).

La investigación presenta un enfoque cuantitativo debido a que se pone a prueba una hipótesis para buscar una correlación entre las dos variables de estudio, la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

3.1.2. Tipo de Investigación

3.1.2.1. Investigación Descriptiva

Según Arias (2022) esta investigación permite describir de forma precisa una población, situación o fenómeno. Se utiliza este tipo de investigación para identificar frecuencias o tendencias.

Se utilizó esta investigación ya que se detalla las variables de estudio juntamente con los elementos que las conforman.

3.1.2.2. Investigación de Campo

Para Balestrini (2002) la investigación de campo es un área de estudio en el cual los datos se obtienen de manera directa en su ambiente natural, observando o interrogando a las personas relacionadas con el problema a investigar (p. 5).

Se aplicó este tipo de investigación porque se requirió obtener la información de manera directa en los lugares de estudio, siendo en este caso los hoteles de Tulcán.

3.1.2.3. Investigación transversal

Según Hernández et al. (2010) "la investigación transversal recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado" (p. 151).

Se utilizó de esta investigación porque la recolección de información se dio en momentos dados que no afectaran el rendimiento de los establecimientos.

3.1.2.4. Investigación Documental

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis e interpretación de datos secundarios por otros investigadores en fuentes documentales (Arias, 2006).

Por medio de esta investigación se realizó una revisión literaria de las dos variables de estudio.

3.1.2.5. Investigación No Experimental

En la investigación no experimental el investigador se limita a observar los acontecimientos sin intervenir, controlar o manipular en los objetos de estudio (Grajales, 2000).

Se requirió esta investigación porque no hubo intervención o manipulación en el área de estudio ni en la recolección de información.

3.1.2.6. Investigación correlacional

De acuerdo con Peña (2013) este tipo de investigación permite estudiar la relación entre dos o más variables, y una vez que estas son detalladas se ponen a prueba de hipótesis para estimar su correlación.

Se utilizó esta investigación con el fin de indagar la relación entre las variables de; la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de Tulcán.

3.2. HIPOTESIS

H₁.- La gestión del talento humano se relaciona en la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

H₀. – La gestión del talento humano no se relaciona en la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.3.1. Definición de las variables

3.3.2. Operacionalización de las variables

A continuación, se muestra en la Tabla 9 la conceptualización y operacionalización de las variables de la investigación.

Tabla 9. Definición y Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicador	Técnica	Instrumento
Independiente	Integración	Reclutamiento Selección		
Gestión del Talento Humano				
La administración de los recursos humanos permite una colaboración más eficiente entre las personas de la organización, su efecto es alcanzar los objetivos de la misma. La administración de los recursos humanos es el conjunto de procesos dinámicos e interactivos, que son; integración, organización, recompensación, desarrollo, retención y auditoría (Chiavenato,2009, p. 11).	Organización	Orientación Cultura organizacional Diseño de puestos Análisis de puestos Evaluación de desempeño		
	Recompensación	Remuneración Prestaciones Incentivos	Encuesta	Cuestionario
	Desarrollo	Desarrollo Capacitaciones Desarrollo Organizacional		
	Retención	Calidad de vida Relaciones con los empleados y sindicatos		
	Auditoría	Bancos de datos y sistemas de información administrativa		
Dependiente	Rendimiento percibido	Desempeño de servicio recibido		
Satisfacción del cliente	Expectativas	Expectativa de bienes y servicios	Encuesta	Cuestionario
Para Kotler (como se citó en Thomson,2019) la satisfacción del cliente es "el nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas".	Nivel de Satisfacción	Insatisfacción Satisfacción Complacencia		
	NPS	Grado de satisfacción expresada como recomendación a terceros		

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Método analítico sintético

Este método se gestiona a través de dos procesos que son análisis y síntesis, el primero permite separar el todo en varias partes y así estudiar cada una de ellas, identificando cualidades y propiedades. Por otro lado, la síntesis reúne cada parte que se analizó anteriormente y así se combinan para establecen relaciones hasta llegar a un todo (Pérez y Rodríguez, 2017).

Se tomó en cuenta este método con el fin de analizar las dos variables de investigación para seguidamente realizar una síntesis a partir de los datos y resultados obtenidos.

3.4.2. Método inductivo deductivo

Este método se conforma de un proceso inverso entre la inducción y deducción; la inducción es el razonamiento que surge de lo particular a lo general, donde se detallan los objetos estudiados, y la deducción es un conocimiento que permite la deducción de nuevas ideas, pero de menor generalidad, su construcción puede inferir en el encuentro de nuevos principios y relaciones (Pérez y Rodríguez, 2017).

Este método permitió profundizar y construir un marco teórico de las dos variables de estudio, para luego deducir su nivel de relación.

3.4.3. Método hipotético deductivo

El punto de partida para este método es la hipótesis, que surge a partir de leyes o datos empíricos para luego ser verificada o sometida por la deducción y así comprobar la veracidad de los hechos (Pérez y Rodríguez, 2017).

Se aplicó este método ya que se busca explicar las bases teóricas de la investigación a través de la hipótesis, el cual es posible analizar por la recolección de información.

3.4.1.1. Técnicas

Para la presente investigación se llevó a cabo la encuesta. De acuerdo con Arias (2012) la encuesta es "una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular" (p. 72).

3.4.1.2. Instrumento

Los instrumentos son aquellos recursos que van a permitir al investigador extraer la información necesaria. En este caso se utilizó dos cuestionarios, uno dirigido al

personal de los establecimientos hoteleros y el segundo para los clientes que se encontraban en los mismos.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

3.5.1. Población

Variable 1.- administración y personal de los hoteles de la ciudad de Tulcán.

Variable 2.- cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

La variable independiente requirió una muestra no probabilística por conveniencia debido a que solo se necesitó la participación de grupos específicos de cada establecimiento hotelero.

Para la variable dependiente se utilizó una muestra finita, ya que se conoce la capacidad de carga que tienen los hoteles que participaron en la investigación, esta capacidad es el número total de plazas que dispone cada establecimiento. Con un total de 225.

3.5.2. Muestra

Se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple con afijación proporcional, el cual menciona que todos los elementos tienen la posibilidad de ser seleccionados, para luego ser asignado con un número para su identificación. Esta selección no tiene influencia en el rechazo de otros elementos para pertenecer a la muestra.

$$n = \frac{z^2 N p q}{(N - 1) e^2 + z^2 p q}$$

Donde:

n= total número de plazas = 225

P= Probabilidad de ocurrencia = 0,50

Q= Probabilidad de no ocurrencia = 0,50

Z= Nivel de confianza al cuadrado= 95% lo que equivale a 1,96

E= Error muestral= 0,05

$$n = \frac{1,96^2 (225) (0,5) * (0,5)}{(224) (0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = \frac{216,9}{1,52}$$

$$n = 142$$

Posteriormente a estos elementos se les designa una asignación proporcional de acuerdo al tamaño de la muestra, como se muestra a continuación en la Tabla 10.

Tabla 10. Asignación de encuestas

Hotel	Número de Plazas	Peso Proporcional	Asignación proporcional
Golden	41	18%	26
One Season	58	26%	37
Machado	24	11%	15
San Miguel	45	20%	28
Espíndola	57	25%	36
TOTAL	225		142

Prueba de hipótesis

Para comprobar la hipótesis se utilizó la prueba de Chi-cuadrado que permite saber si existe correlación entre dos variables, siendo en este caso la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente. En la tabla 11 se muestra los resultados obtenidos.

Tabla 11. Comprobación de Hipótesis

	Prueba de chi-cuadrado		
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado	18,850	3	,000
Razón de verosimilitud	9,592	3	,022
Asociación lineal por lineal	5,229	1	,022
N de casos válidos	142		

De acuerdo al valor de significancia, el valor obtenido es de 0,000 inferior a lo establecido que es de 0,05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa y se niega la hipótesis nula, donde se manifiesta que la gestión del talento humano se relaciona en la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

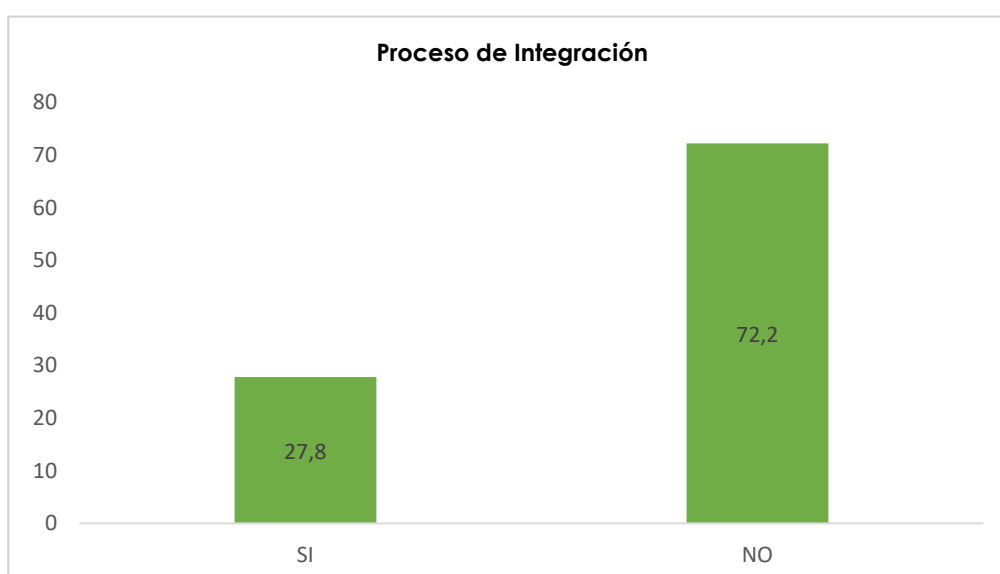
En este apartado se da a conocer los resultados obtenidos de acuerdo a los instrumentos aplicados para las dos variables de estudio. Siendo la primera variable la gestión del talento en los hoteles de la ciudad de Tulcán, y la segunda variable con respecto a la satisfacción del cliente. Posteriormente, se procedió a interpretar la información en el programa SPSS para así mismo, analizar y correlacionar las variables mencionadas.

4.1.1. Resultados de la gestión del talento humano

A continuación, se presentan los resultados generales que hacen referencia a las dimensiones que abarcan en el proceso de la gestión del talento humano en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

Tabla 12. Proceso de integración

PROCESO DE INTEGRACIÓN		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	27,8
NO	20	72,2
TOTAL	27	100



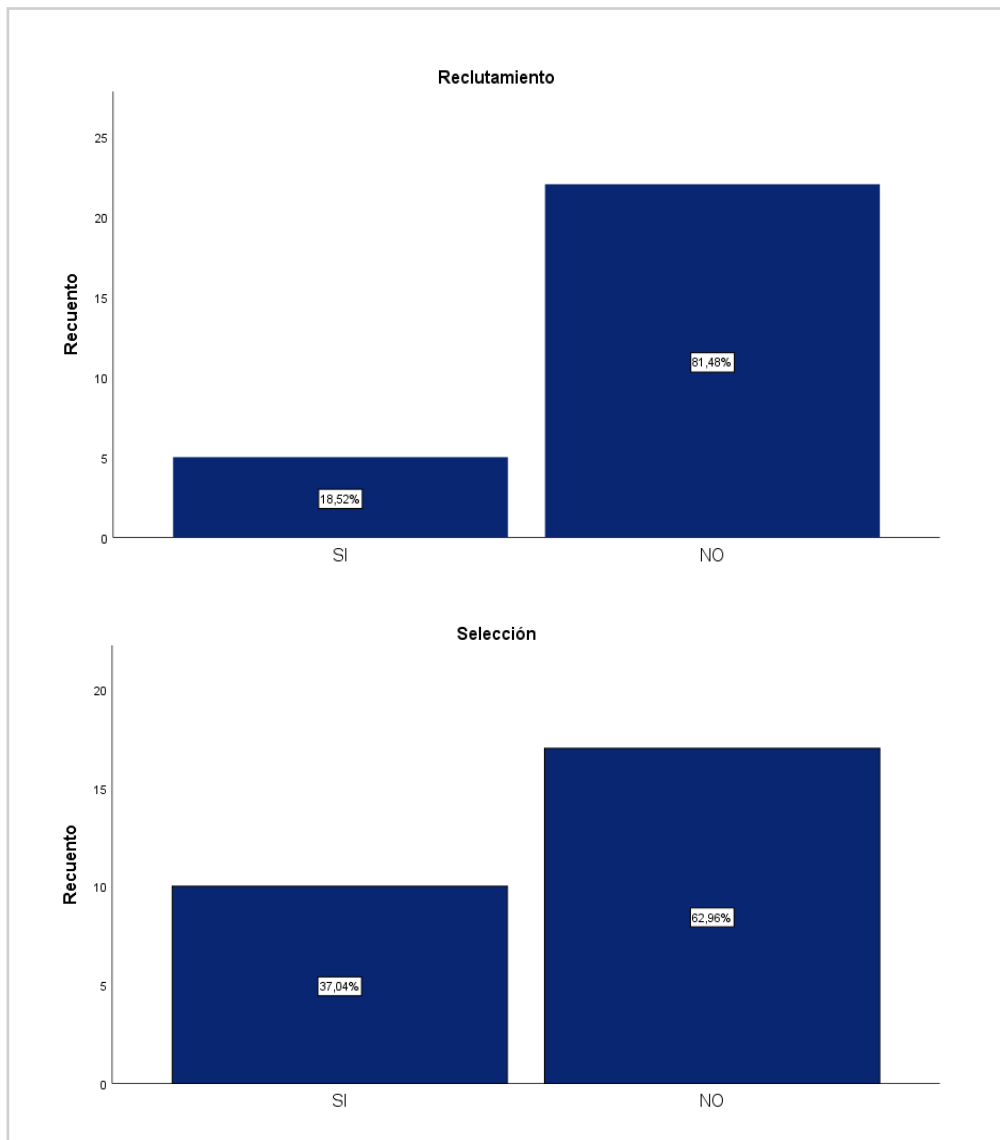


Figura 2. Indicadores del proceso de Integración

En los hoteles de la ciudad de Tulcán, los indicadores que abarcan la dimensión de integración tienen un cumplimiento de 18,52% en reclutamiento y un 37,04% en selección. Dando a conocer que las técnicas de reclutamiento como los anuncios, carteles, avisos, o incluso los ascensos internos no se aplican para un llamado de nuevo personal, lo que conlleva a la reducción de las técnicas de selección como son la entrevista, pruebas de conocimiento, habilidades o simulación.

Tabla 13. Proceso de organización

PROCESO DE ORGANIZACIÓN		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	26	97,8
NO	1	2,2
TOTAL	27	100

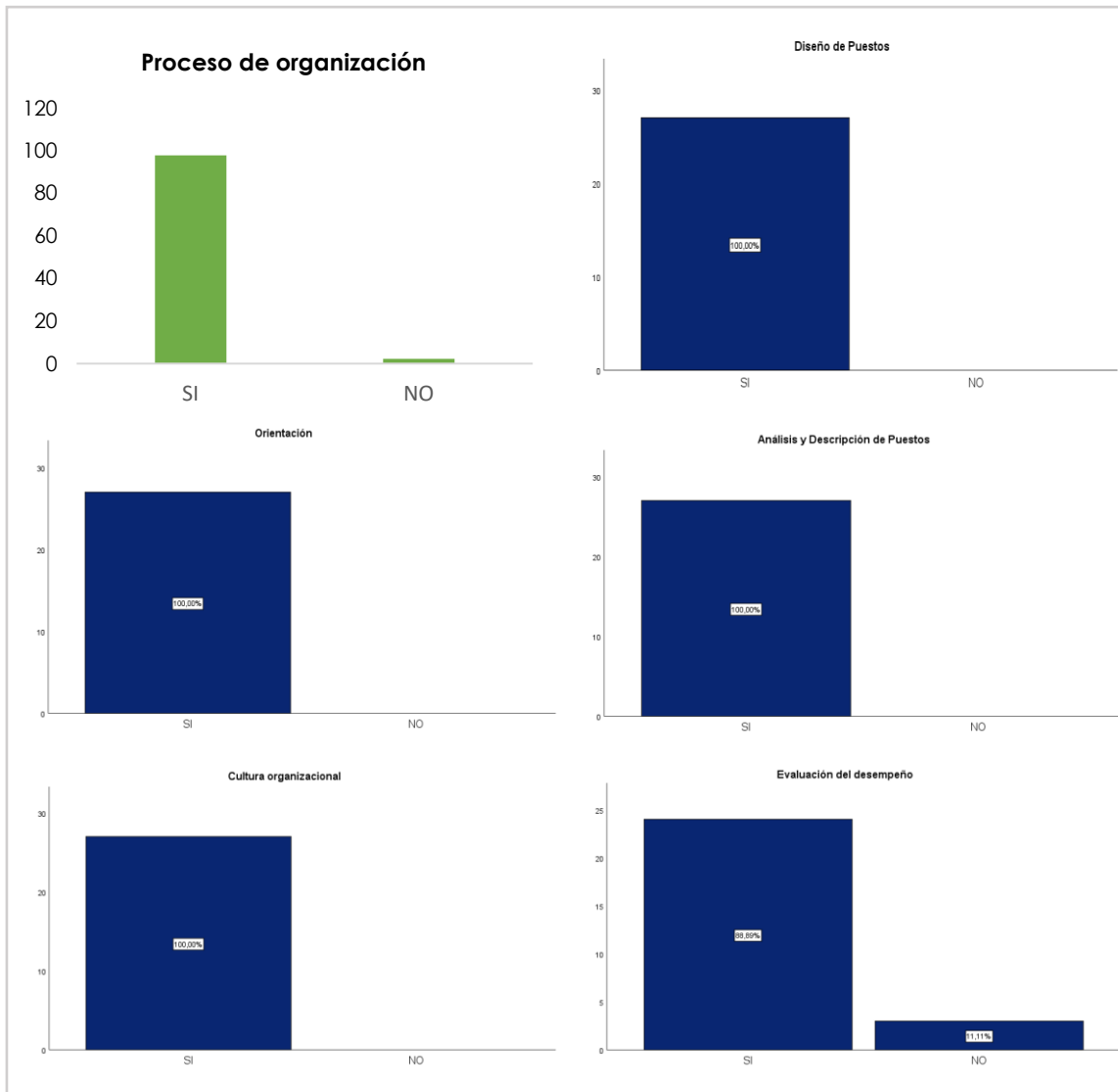


Figura 3. Indicadores del proceso de Organización

En el proceso de organización se ha identificado un porcentaje positivo de cumplimiento con respecto a los siguientes indicadores: Diseño y análisis de puestos, orientación, cultura organizacional y la evaluación de desempeño, esto quiere decir que el personal de los establecimientos hoteleros es consciente de las actividades

que deben desempeñar, en que área y bajo qué condiciones, todo mientras se realiza un acompañamiento para analizar su desempeño laboral.

Tabla 14. Proceso de recompensación

PROCESO DE RECOMPENSACIÓN		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	66,7
NO	9	33,3
TOTAL	27	100

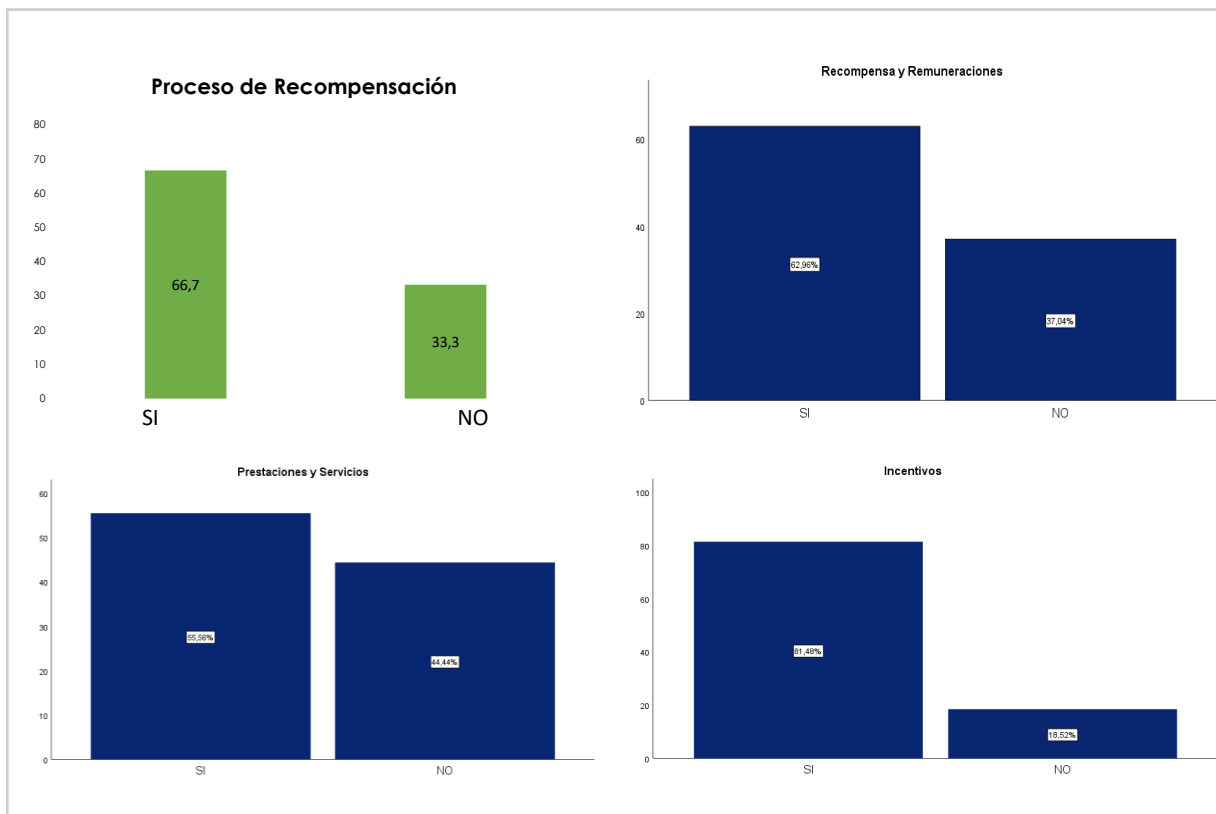


Figura 4. Indicadores de proceso de Recompensación

En este proceso se identifica un cumplimiento con respecto a los indicadores de: Recompensa y remuneración, prestaciones e incentivos. Todos estos aspectos cumplen un rol importante para los trabajadores ya que es una manera de generar motivación e inspiración al momento de realizar sus tareas correspondientes.

Tabla 15. Proceso de desarrollo

PROCESO DE DESARROLLO		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	79
NO	6	21
TOTAL	27	100

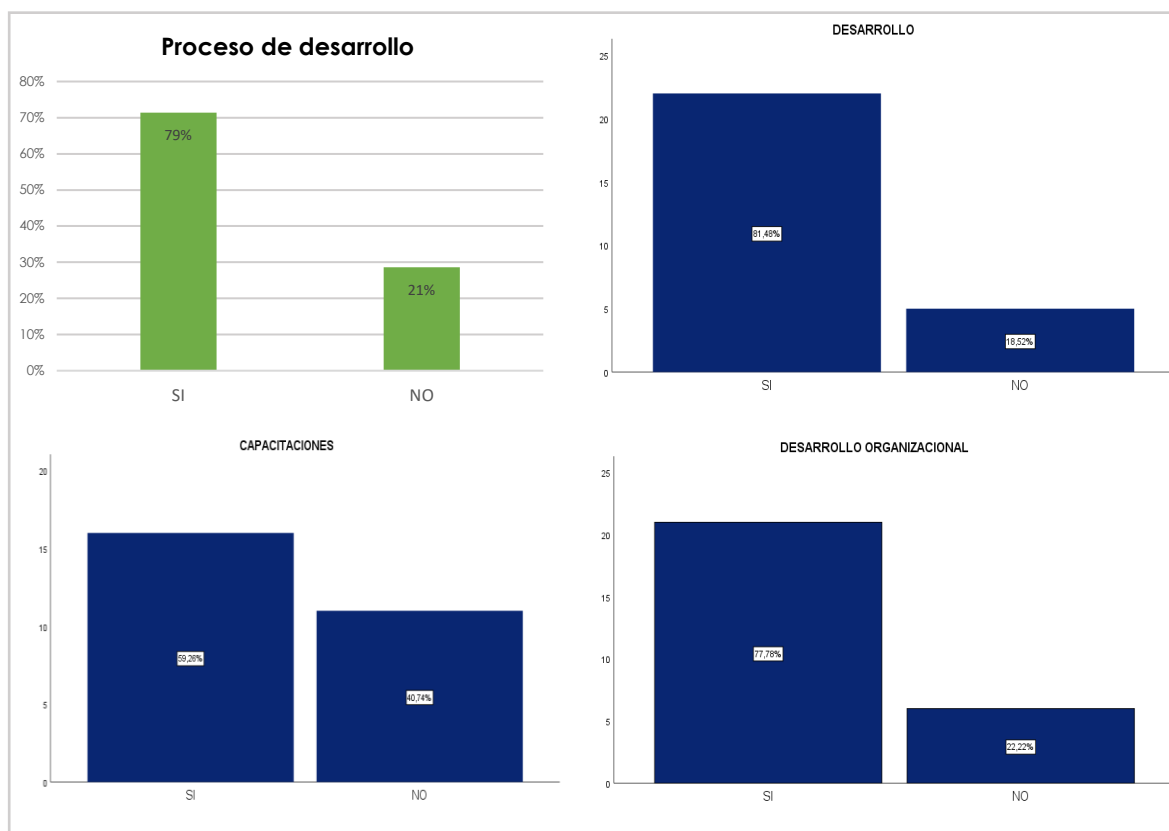


Figura 5. Indicadores del proceso de Desarrollo

En este proceso se identifica un cumplimiento del 81,48 % correspondiente a la preparación de las personas para un futuro puesto dentro de la organización, también se identifica un cumplimiento de 77,78% en el desarrollo organizacional. Es decir, que estos establecimientos consideran y reevalúan su estructura organizacional a través de procesos y colaboraciones. Además, el 59% de los empleados han recibido la suficiente capacitación para mejorar sus habilidades para desempeñarse en sus actividades, siendo este último uno de los importantes para el desarrollo de las personas como de las empresas.

Tabla 16. Proceso de retención

PROCESO DE RETENCIÓN		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	27	100
NO	0	0
TOTAL	27	100

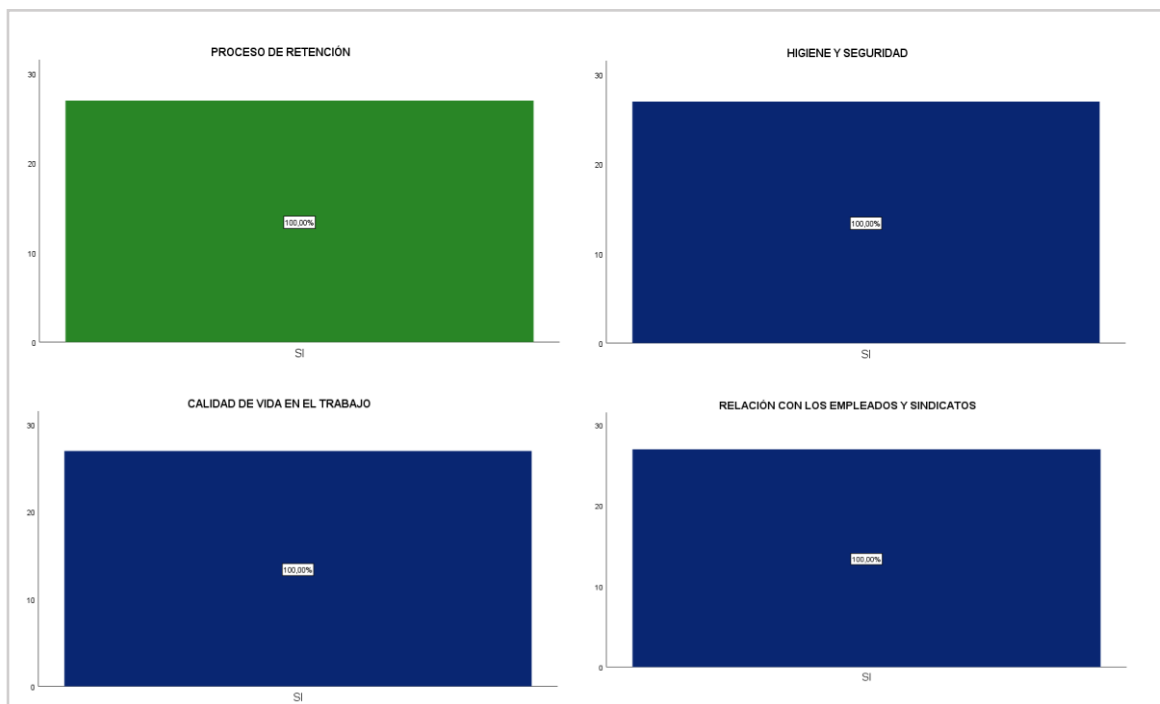


Figura 6. Indicadores del proceso de Retención

En este proceso se logra identificar un alto porcentaje de respuestas positivas ante los indicadores de, higiene y seguridad, calidad de vida y relación entre jefes y empleados. Esto quiere decir que los empleados de los diferentes hoteles se desempeñan en un ambiente saludable y seguro, cuyas necesidades son cubiertas por la organización y la relación entre los jefes y subordinados es adecuada.

Tabla 17. Proceso de supervisión

PROCESO DE SUPERVISIÓN		
	FRECUENCIA	PROCENTAJE
SI	27	100
NO	0	0
TOTAL		100

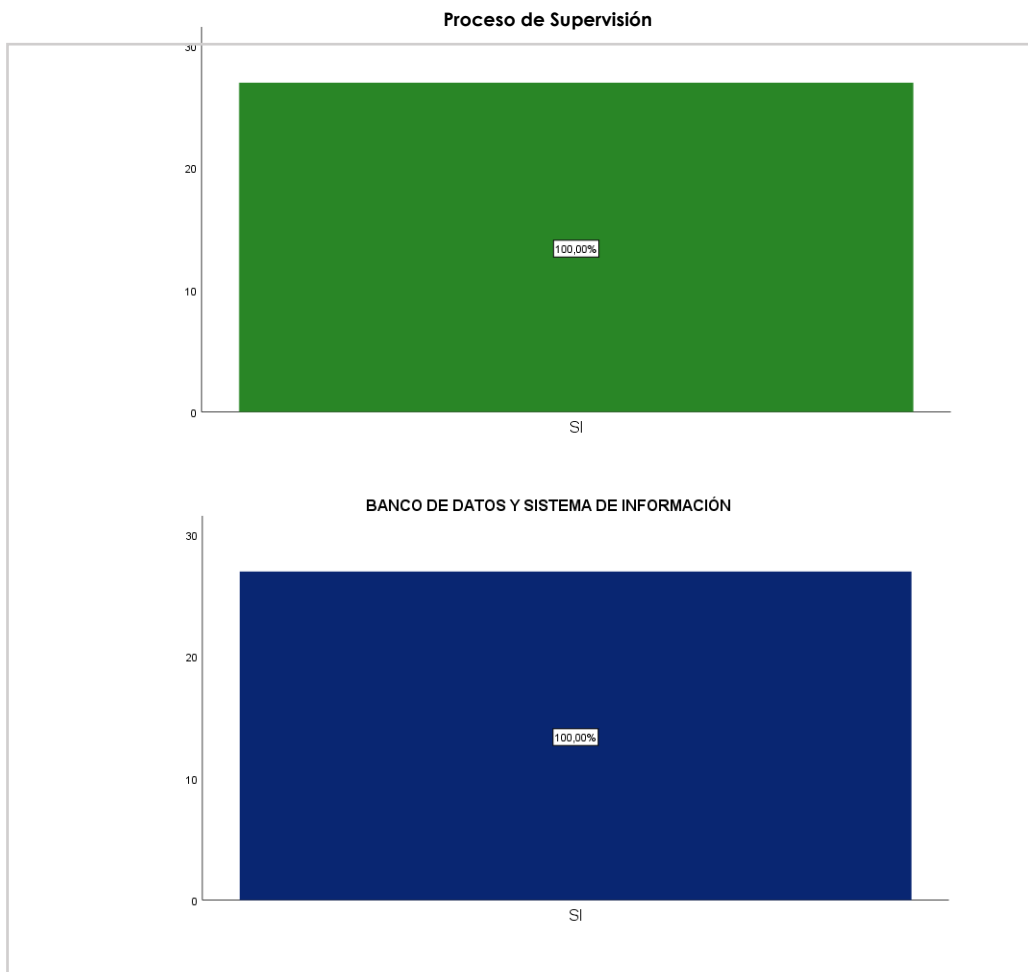


Figura 7. Indicadores del proceso de Supervisión

Finalmente, en el proceso de auditoria se identifica un cumplimiento del 100 %. Esto quiere decir que todos los establecimientos cuentan con un sistema de información que les permite realizar un seguimiento a las actividades que realizan los empleados durante sus horas laborales.

4.1.2. Resultados de la satisfacción del cliente

En este apartado se presentan los resultados en cuanto a segunda variable, que es la satisfacción del cliente y juntamente con las dimensiones que la abarcan.

- **Dimensión de Rendimiento Percibido**

Esta dimensión hace referencia a la calificación que realiza el cliente con respecto al servicio brindado, aquí se considera la percepción y punto de vista del cliente, mas no de la empresa.

Tabla 18. Resumen de calificación del rendimiento percibido

RENDIMIENTO PERCIBIDO				
	N	Porcentaje	Porcentaje de casos	
CALIF	FUERTEMENTE DESACUERDO	1	0,4%	0,7%
	DESACUERDO	7	2,5%	4,9%
	REGULAR	47	16,5%	33,1%
	DE ACUERDO	140	49,3%	98,6%
	FUERTEMENTE DE ACUERDO	89	31,3%	62,7%
TOTAL	284	100,0%	200,0%	

Con una calificación de 80,6%, el cliente entrega un valor positivo a los servicios que adquirió durante su estancia en los establecimientos hoteleros.

A continuación, se muestran los resultados de los indicadores de la dimensión del rendimiento percibido.

- **¿Desde su perspectiva, el servicio brindado por el hotel es bueno?**

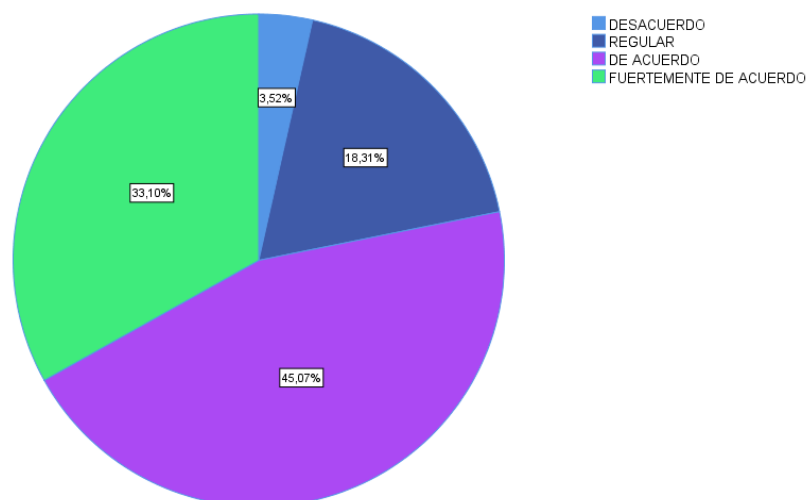


Figura 8. Servicio brindado

Desde la perspectiva del cliente el servicio brindado es bueno, con un 78,17% de aceptación.

- **¿Considera que el precio es adecuado, en relación con la calidad del producto?**

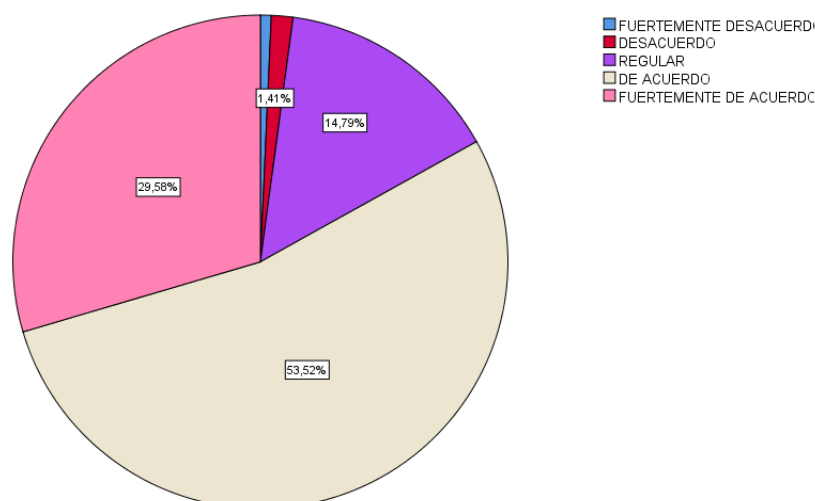


Figura 9. Relación de precio y calidad

La relación de calidad precio es la adecuada en cada establecimiento hotelero, Esto quiere decir que los clientes están de acuerdo o conformes con el precio o valor que maneja cada establecimiento.

- **Dimensión de Expectativas**

Esta dimensión corresponde a lo que el cliente espera recibir de los servicios ofrecidos. El resultado es el efecto de las adquisiciones anteriores, por la influencia de terceros, o por las promesas ofrecidas de la misma empresa.

Tabla 19. Resumen de la calificación de las expectativas

		EXPECTATIVAS		
		N	Porcentaje	Porcentaje de casos
CALIF.	Fuertemente Desacuerdo	1	0,4%	0,7%
	Desacuerdo	12	4,2%	8,5%
	Regular	67	23,6%	47,2%
	De Acuerdo	121	42,6%	85,2%
	Fuertemente De Acuerdo	83	29,2%	58,5%
Total		284	100,0%	200,0%

La calificación que recibe esta dimensión con respecto a las esperanzas que tienen los clientes al momento de adquirir los servicios también son positivas, con un porcentaje del 71,8%.

- **¿La publicidad del hotel refleja calidad en su servicio?**

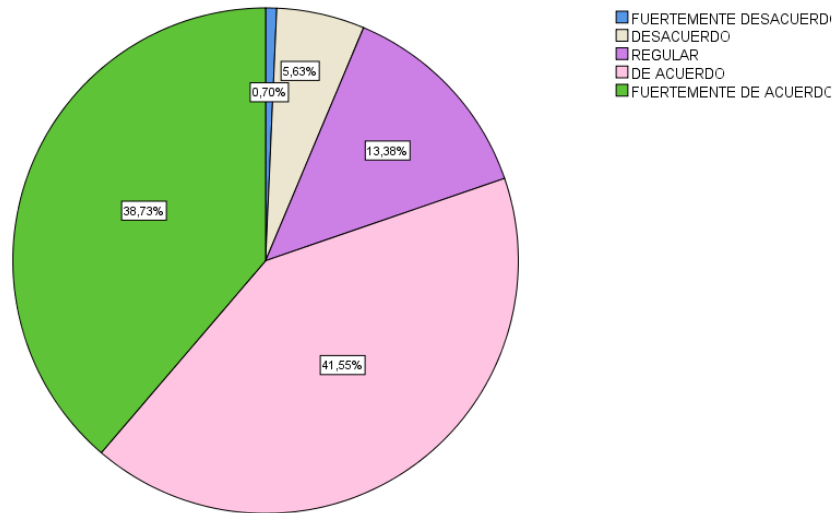


Figura 10. Publicidad y calidad de servicio

Con un alto porcentaje del 80,28%, los establecimientos buscan cumplir con los servicios que ofrecen por medio de la publicidad en redes sociales u otros medios de comunicación.

- **¿El servicio brindado por el hotel cumple con las expectativas?**

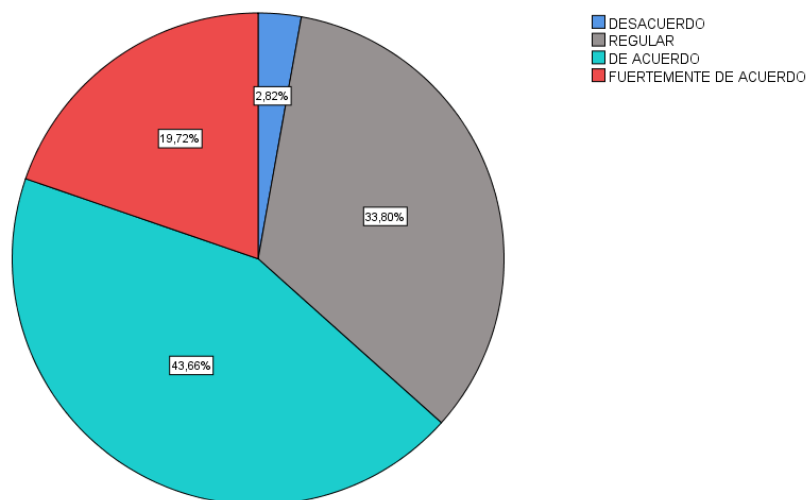


Figura 11. Cumplimiento de expectativas

Los resultados demuestran que el 63,38% de los clientes están conformes con los servicios que brindan los establecimientos, es decir que estos servicios pueden estar al nivel de las expectativas que tiene el cliente.

- **Dimensión de satisfacción**

Finalmente, en este apartado se otorga el resultado acerca del servicio adquirido por el cliente, aquí se puede conocer el grado de lealtad que tiene hacia la empresa.

Tabla 20. Resumen de calificación de la satisfacción

SATISFACCIÓN				
CALIF.		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
	DESACUERDO	6	2,1%	4,2%
	REGULAR	29	10,2%	20,4%
	DE ACUERDO	145	51,1%	102,1%
	FUERTEMENTE DE ACUERDO	104	36,6%	73,2%
TOTAL		284	100,0%	200,0%

- **¿Volvería a solicitar algún tipo de servicio del hotel?**

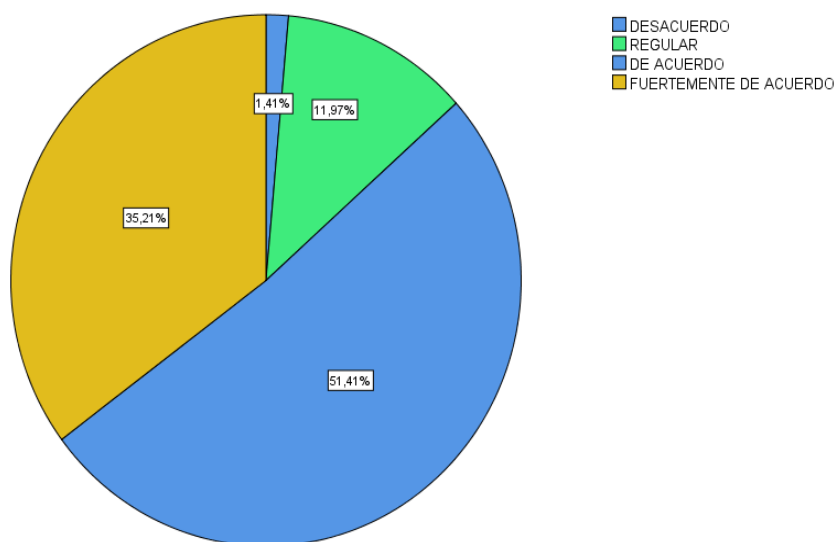


Figura 12. Solicitud de servicio

El 86,62% de los clientes manifiestan que si volverían a adquirir los servicios de estos establecimientos.

- **¿Recomendaría el hotel a sus amistades?**

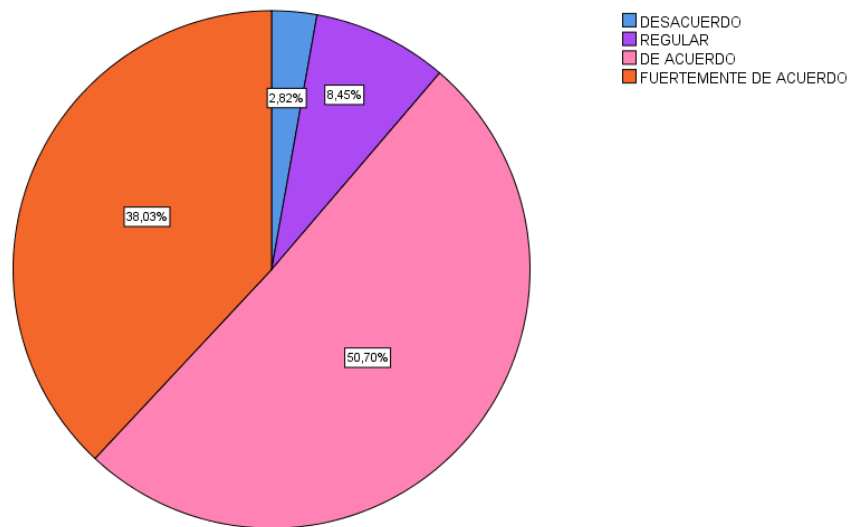


Figura 13. Recomendación de servicios

Con un total del 88,73% de calificación, el cliente si recomienda los servicios de los hoteles hacia terceros (amigos, familiares). ya que el rendimiento y las expectativas recibieron un alto porcentaje de aceptación, los servicios que ofrecen los hoteles si cumplen con expectativas que espera el cliente o tal caso si generan un estímulo de conformidad.

- **Satisfacción del cliente por medio del Neet Promoter Score**

Tabla 21. Cálculo de la satisfacción del cliente por NPS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo	4	2,8	2,8	2,8
	Ni de acuerdo; ni en desacuerdo	12	8,5	8,5	11,3
	De acuerdo	72	50,7	50,7	62,0
	Fuertemente de acuerdo	54	38,0	38,0	100,0
	Total	142	100,0	100,0	

Promotores = 38,0 + 50,7 = 88,7
 Detractores = 2,8

$$NPS = \frac{\text{Promotores} - \text{detractores}}{\text{Total encuestados}} * 100$$

$$NPS = \frac{88,7 - 2,8}{142} * 100 = 60,5\% \text{ NPS}$$

Según Reicheld y Markey (como se citó en Baquero, 2021) los resultados se pueden interpretar de la siguiente manera: Si el resultado oscila entre 0 a 49 es suficiente y de 50 a 100 excelente. Siendo en este caso un porcentaje de 60,5% refiriéndose que la calidad y satisfacción ha sido positiva para el cliente.

4.2. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán, para lo cual se aplicó dos cuestionarios dirigidos hacia el personal y clientes de cada establecimiento para comprobar su nivel correlación. La tabulación de información se realizó por medio del programa SPSS juntamente con la prueba de Chi-cuadrado donde se aceptó la hipótesis alternativa que menciona; “La gestión del talento humano se relaciona en la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán”.

Una vez recolectado e interpretado toda la información de la primera variable se reconoce el nivel de cumplimiento de los procesos de la gestión del talento humano de la siguiente manera: Integración 27,8 %, organización 97,8%, desarrollo 79 %, recompensación 66,7 %, retención 100% y auditoría 100%.

Por otro lado, la segunda variable de satisfacción se determinó por medio de tres dimensiones en una escala de Likert más el Neet Promoter Score – NPS. Los indicadores demostraron una alta calificación para los establecimientos hoteleros al igual que en el cálculo del NPS, dando como resultado un nivel de excelencia.

Investigaciones anteriores llegaron a la conclusión de que el servicio hotelero en la ciudad de Tulcán es bajo y con ello la satisfacción de los clientes. Todo esto generado por un déficit empresarial de cada establecimiento donde el principal elemento en verse alterado es el talento humano y el proceso que requiere para ser gestionado.

En la investigación de Males (2018) se establece que la baja preparación en los establecimientos hoteleros influye en la calidad del servicio, y que los procesos como la capacitación y la evaluación del desempeño requieren una aplicación más frecuente en el área hotelera. Pero, de acuerdo a los nuevos resultados cerca del 88,89% del personal han sido evaluados periódicamente teniendo en cuenta su desempeño laboral y sus resultados alcanzados. Además, se presenta un

cumplimiento del 79% en el proceso de desarrollo, es decir que el personal de los establecimientos recibió asesoría para mejorar sus habilidades y así estar mejor preparados para recibir a los clientes.

En cuanto a la investigación de Leitón (2019) se menciona que la calidad del servicio no fue favorable para estos establecimientos, debido a la baja calificación que otorgaron los clientes durante su pernoctación, con la aplicación del modelo SERVQUAL se demostró que la calidad del servicio no estaba al nivel de las expectativas y percepciones del turista. Sin embargo, al no aplicar el modelo SERVQUAL en esta investigación, se demuestra por otra metodología que los clientes están conformes con los servicios de estos establecimientos, es decir que dichos servicios cumplieron y/o superaron con las expectativas de los clientes.

De acuerdo a la información que se recopiló en la investigación de Leitón (2019) por parte del Departamento de Turismo, la administración de los establecimientos hoteleros es baja debido a falta de un personal capacitado para cumplir con las tareas debidas. Pero, a lo contrario de esta investigación se demuestra que ha existido una mejora en todos los procesos para gestionar el talento humano en los establecimientos hoteleros, con más del 50% de cumplimiento en cinco de los seis procesos.

Reconociendo que factores externos como una pandemia puede incidir en el proceso de investigación, es importante compartir los nuevos resultados que surgen a partir de un reinicio en la actividad turística y hotelera. Como es la investigación de Reyes (2023) donde se estudió la calidad del servicio por el método Hotelqual obteniendo resultados positivos en las dimensiones de: Organización con un 52,2% y la evaluación del personal con 47,3% demostrando mejoras con respecto al talento humano.

Sin embargo, es importante mencionar que para gestionar el talento humano se requiere brindar las herramientas necesarias que generen una recompensa justa mientras se brinda un ambiente sano donde se garantice un trabajo seguro y de calidad. Aunque los resultados anteriores expresan un cambio considerable a partir de un reinicio de la actividad hotelera, en esta investigación es posible compartir los nuevos resultados que son aún más positivos para ese sector, donde las temáticas como la organización, desarrollo, retención y auditoría llegan casi a un 100% de

cumplimiento. Todo esto ha demostrado que las empresas han reflexionado sobre su estructura organizacional de la tal manera, que las nuevas decisiones han generado nuevos resultados para la empresa y principalmente para su principal herramienta que es el talento humano.

Manteniendo a Reyes (2023), en su investigación se analizó la satisfacción por medio del Net Promoter Score-NPS tomando como ejes principales las expectativas y el rendimiento percibido durante la pernoctación del cliente. El resultado obtenido fue del 33% de satisfacción, lo que se considera una calificación suficiente de acuerdo a la interpretación que propone Baquero en publicación. En esta investigación también se trabajó con el NPS y los resultados obtenidos mostraron una calificación superior, con un 60,5% lo que representa una mejora del 27,5% de satisfacción.

Finalmente, como es en la investigación de Ayala et al. (2023) también se demuestra la correlación que existe entre la gestión del talento humano en la satisfacción del cliente en las empresas hoteleras.

V.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- En la ciudad de Tulcán, los establecimientos hoteleros que permitieron el desarrollo de la investigación tienen un cumplimiento de la gestión del talento humano de la siguiente manera: Integración 27,8%, organización 97,8%, desarrollo 79%, recompensación 66,7%, retención 100% y supervisión 100%. Siendo el proceso de Integración con menor cumplimiento debido a que las técnicas para un reclutamiento externo no se aplican muy frecuente.
- Con la aplicación del Neet Promoter Score para medir la satisfacción del cliente se pudo determinar un 60,5 % de satisfacción, siendo este un incremento del 27,5% a comparación del año 2023 donde se alcanzó un nivel del 33%.
- Al realizar la prueba por Chi-cuadrado para medir la correlación entre las variables de investigación se pudo determinar que la gestión del talento humano se relaciona en la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

5.2. RECOMENDACIONES

- En base a los resultados obtenidos frente a la variable de gestión del talento humano en cuanto a la dimensión de integración se recomienda que los establecimientos hoteleros apliquen un reclutamiento externo por medio de anuncios, contactos con agencias o reclutamientos virtuales, de esta manera es posible obtener un personal más diverso que pueda generar mayores resultados para la empresa.
- Realizar una evaluación cada determinado tiempo para verificar el cumplimiento de la gestión del talento humano en los establecimientos hoteleros con el fin de establecer nuevas estrategias que permitan mejorar el clima organizacional de cada establecimiento.
- Implementar nuevos programas de capacitación y desarrollo para el personal de los establecimientos hoteleros, con el fin de mejorar sus habilidades y competencias dentro de la empresa y así, elevar la calidad del servicio y con ello la satisfacción del cliente.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación: la investigación científica. Caracas. (pág.21-31).
- Arias, J. (2022). ¿Qué es la investigación descriptiva? Recuperado de <https://es.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-la-investigaci%C3%B3ndescriptiva-investigador-cient%C3%ADfico?trk=pulse-articl>
- Ayala *et al* (2023). La gestión del talento humano en los restaurantes de las ciudades de Cotacachi y Tulcán y la satisfacción del cliente. Recuperado de: Trabajo De Integración Curricular Ayala-Cepeda.Pdf
- Baquero, A. Net Promoter Score (NPS) and Customer Satisfaction: Relationship and Efficient Management. *Sustainability* 2022,14,2011 <https://doi.org/10.3390/su14042011>
- Cabrera Cruz, D. A. (2019). Gestión del talento humano en los hoteles de 4 y 5 estrellas y la satisfacción del turista nacional y extranjero.
- Chiavenato, I. (2009). Gestión del talento humano. (3ª. edición). México: McGraw Hill.
- Burbano, M. P., Casar, H. C., Casar, A. V., Pillajo, L. S., Calderón, E. H. S., & Andrade, Z. V. H. (2019). Competencias específicas que deben valorarse curricularmente en la formación de recursos humanos para el sector turístico. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.
- González, O., y Arciniegas, J. (2016). Sistemas de Gestión de Calidad. Bogotá: ECOE.
- Grajales, T. (2000). Tipos de investigación. On line) (27/03/2.000). Revisado el, 14, 112-116.
- Hammond, M. (2023 de enero de 20). NPS: qué es y cómo calcular el Net Promoter Score (fórmula y ejemplos). *HubsPot*. <https://blog.hubspot.es/service/como-calcular-nps>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. México D.F: McGRAW-HILL, (pag.149-151).

- Huaranga, R. (2021). Percepción de la calidad y satisfacción del servicio en hoteles de dos estrellas de Huánuco 2020. [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Archivo digital. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b6b47b4d-c71a43b8-bfc4-59bd16f6e140/content>
- Karina Michelle, H. P. (2019). Gestión del talento humano y servicio al cliente en los museos de la ciudad de Riobamba (Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo, 2019).
- Leitón, Y. (2019). *El servicio de hospedaje y la satisfacción del cliente en la ciudad de Tulcán en el año 2019*. Recuperado de: <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/979>
- Lizano Flores, E., & Villegas Huamani, A. R. (2019). La satisfacción del cliente como indicador de calidad.
- MINTUR. (2016). Reglamento de alojamiento turístico. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DEALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Mora Pisco, C. I., Montilla Pacheco, A. de J., Macías Palma, C. E., & Macías Vera, M. Y. (2023). Análisis de condiciones de hospitalidad y servicios en establecimientos de hospedaje de Manta. *UNESUM - Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria*, 7(1), 47-56. <https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v7.n1.2023.725>
- Palma Gonzabay, L. A. (2019). *Análisis del clima organizacional y su influencia en el desempeño laboral del talento humano en el Hotel Decameron Punta Centinela, provincia de Santa Elena, 2017* (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2019.).
- Rodríguez, J. (2023). ¿Qué es un cliente? Definición e importancia en las empresas. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente>
- Silva Cando, S. M. (2019). *Modelo de gestión administrativa financiera para la potencialización del nivel de endeudamiento en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán* (Bachelor's thesis).
- Silva Juárez, R., Julca Calderón, F., Luján Vera, P. E., y Trelles Pozo, L. R. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII (Número Especial 3), 193-203.
- Saavedra (2021). Análisis de la demanda turística del Ecoparque de la ciudad de Tulcán y la satisfacción del visitante. Recuperado de: <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/998>

- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. *RH Sampieri, Metodología de la Investigación*, 22.
- Stranjancevic, A. (2015). La satisfacción del cliente como indicador de la calidad del servicio en el turismo y la hostelería. *International Journal for Quality*, 9(4), 689-704.
- Thompson, I. (julio de 2019). La Satisfacción del Cliente. Recuperado de <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
- Vallejo, L. (2016). Gestión del talento humano. *Riobamba, Ecuador: Aval ESPOCH*.
- Valle, E. G. Y. (2009). Metodología de la investigación. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/usmac2005/metodologa-de-la-investigacin-proyecto-de-grado-12506310>.

VII. ANEXOS


Anexo 1. Acta de Sustentación de Predefensa de TIC.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI		FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES	
CARRERA DE TURISMO		ACTA	
DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR			
ESTUDIANTE:	QUIZHPI LÓPEZ ANDERSON PAUL	CÉDULA DE IDENTIDAD:	0450079991
PERIODO ACADÉMICO:	2024A	PRESIDENTE TRIBUNAL	MSC.JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO
DOCENTE:	MSC.DENNYS ANDRÉS BOLAÑOS TOBAR	DOCENTE TUTOR:	MSC.ELIZABETH JOSEFINA GUEVARA GUEVARA
TEMA DEL TIC:	"LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE TULCÁN"		
No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	10,00	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10,00	
3	METODOLOGÍA	10,00	
4	RESULTADOS	9,33	
5	DISCUSIÓN	6,67	Revisar el análisis de los resultados de los estudios previos deben ser equivalentes a los resultados encontrados
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	7,00	Redactar las recomendaciones en base a los resultados
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	8,33	Mostrar mayor seguridad al momento de exponer
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	10,00	


Obteniendo una nota de: **9,13** Por lo tanto, **APRUEBA** : debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el Informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

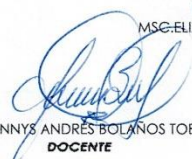
Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **miércoles, 19 de junio de 2024**



MSC.JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO
PRESIDENTE TRIBUNAL



MSC.ELIZABETH JOSEFINA GUEVARA GUEVARA
DOCENTE TUTOR



MSC.DENNYS ANDRÉS BOLAÑOS TOBAR
DOCENTE

Anexo 2. Certificado del abstract por parte idiomas



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Anderson Paul Quizhpi López				
DATE: 21 de junio de 2024				
Topic: "La gestión del Talento Humano y la satisfacción del cliente".				
MARKS AWARDED QUANTITATIVE AND QUALITATIVE				
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1 Vera Játiva Edwin Andrés,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	TOTAL 9		



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE
CENTER**

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Anderson Paul Quizhpi López

Fecha de recepción del abstract: 21 de junio de 2024

Fecha de entrega del informe: 21 de junio de 2024

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



EDISON BOANERGES
PEÑAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

4. ¿Se le explica el grado de autonomía y libertad que puede tener dentro la empresa?

SI NO

5. ¿En el establecimiento se le especifica el contenido de cada puesto, los métodos de trabajo y las relaciones con los demás miembros de la empresa?

Si NO

6. ¿En la empresa se le explica que va a hacer, cómo lo va a hacer, en qué condiciones y porque lo va a hacer?

SI NO

7. ¿Dentro del establecimiento se valora su desempeño, las metas, resultados, competencias y el potencial de desarrollo?

SI NO

RECOMPENSA

8. ¿La empresa le retribuye de manera justa y puntual por su desempeño y los servicios que presta en la misma?

Si NO

9. ¿Pertenece usted al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) o alguna entidad que respalde su seguridad?

SI NO

10. ¿En el establecimiento le brindan incentivos o motivaciones como recompensa a su desempeño?

SI NO

DESARROLLO

11. ¿Se desarrolla en el establecimiento actividades que permitan contribuir a su educación, orientación hacia el futuro y ofrezcan la oportunidad de mejorar su desempeño y crecimiento humano?

SI NO

12. ¿En el establecimiento ha recibido capacitaciones con el fin de desarrollar sus cualidades y prepararlos para que sean más productivos y contribuyan al logro de los objetivos de la organización?

SI NO

13. ¿Se le permite aportar con nuevas ideas para mejorar el desempeño del establecimiento?

SI NO

RETENCION

14. ¿La empresa le provee un entorno laboral con condiciones ambientales que garanticen su salud física, mental, en condiciones de bienestar y seguridad?

SI NO

15. ¿Se desarrollan técnicas para mejorar la calidad de vida en el trabajo y las labores que desempeña en el establecimiento?

SI NO

16. ¿Existe una adecuada relación entre usted y los altos mandos del establecimiento?

SI NO

AUDITORIA

17. ¿El establecimiento cuenta con una base de datos en la que exista un registro del personal, registro de secciones o áreas y registro de cargos que permita realizar un control y seguimiento de los trabajadores?

SI NO

18. ¿Cree usted que la gestión del talento humano en el establecimiento es adecuada?

SI NO



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
CARRERA DE TURISMO



INSTRUMENTO-B

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE TULCÁN

Objetivo General

Analizar la gestión del talento humano en la satisfacción de los clientes que se hospedan en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

Objetivo Específico

Determinar la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

Estimado (a) cliente.

Le solicito cordialmenteg me ayude a conocer el nivel de satisfacción referente al servicio brindado, elija por favor la alternativa más apropiada en función a lo que pudo percibir durante su estadía. Toda la información que usted proporcione es de total CONFIDENCIALIDAD

ÍTEM					
	Fuertemente desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo; ni desacuerdo	De acuerdo	Fuertemente de acuerdo
Expectativas					
1.- ¿La publicidad del hotel refleja calidad en su servicio?					
2.- ¿El servicio brindado por el hotel cumple con las expectativas?					
Rendimiento percibido					
3. ¿Desde su perspectiva el servicio brindado por el hotel el bueno?					
4. ¿Considera que el precio es adecuado, en relación con la calidad del producto?					
Satisfacción					
5. ¿Volvería a solicitar algún tipo del servicio del hotel?					
6. ¿Recomendaría el hotel a sus amistades?					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4. Tabulación de información en el programa SPSS

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

10 : ITEM_18 1 Visible: 18 de 18 variables

	ITEM_1	ITEM_2	ITEM_3	ITEM_4	ITEM_5	ITEM_6	ITEM_7	ITEM_8
1	2	1	1	1	1	1	2	2
2	2	1	1	1	1	1	2	2
3	2	1	1	1	1	1	2	2
4	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1
9	2	2	1	1	1	1	1	2
10	2	2	1	1	1	1	1	2
11	2	2	1	1	1	1	1	2
12	2	2	1	1	1	1	1	2
13	2	2	1	1	1	1	1	2
14	2	2	1	1	1	1	1	2
15	2	2	1	1	1	1	1	2
16	2	2	1	1	1	1	1	1
17	2	2	1	1	1	1	1	1
18	2	2	1	1	1	1	1	1
19	2	2	1	1	1	1	1	1
20	2	2	1	1	1	1	1	1
21	2	2	1	1	1	1	1	1
22	2	2	1	1	1	1	1	1
23	2	2	1	1	1	1	1	1

Vista de datos Vista de variables

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 6 de 6 variables

	ITEM_1	ITEM_2	ITEM_3	ITEM_4	ITEM_5	ITEM_6	var	var	var	var	var
1	5	4	5	4	4	5					
2	4	4	3	3	4	5					
3	5	4	4	4	4	4					
4	5	4	5	4	5	5					
5	4	3	4	3	3	4					
6	3	3	3	3	3	3					
7	2	3	2	3	2	3					
8	5	3	4	4	4	4					
9	4	4	4	4	4	4					
10	5	5	5	5	5	5					
11	4	5	5	5	5	5					
12	5	4	5	5	5	5					
13	5	4	5	4	5	4					
14	4	4	4	4	4	4					
15	5	4	3	4	5	4					
16	5	3	4	4	4	5					
17	5	5	5	5	5	5					
18	5	4	4	4	4	5					
19	4	3	4	4	4	5					
20	5	4	3	4	4	4					
21	4	5	4	4	5	5					
22	4	3	4	4	5	4					
23	5	4	4	4	4	4					

Vista de datos Vista de variables

Anexo 5. Recolección de información por medio de los instrumentos



Figura 16. Encuesta cliente 1.



Figura 17. Encuesta cliente 2.



Figura 18. Encuesta a cliente 3.



Figura 19. Encuesta a cliente 1.



Figura 20. Encuesta a personal 2.



Figura 21. Encuesta a personal 3.

Anexo 6. Registro de plazas de los establecimientos de acuerdo el catastro turístico 2022

ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS PROVINCIA DEL CARCHI												
Nº ORD	Nº REG.	ESTABLECIMIENTO	ALOJAMIENTO		PREC. OCUP.	A & B		No. PERS.	R.U.C. O	TELÉFONO		CORREO ELECTRÓNICO
			CATEG.	Nº HAB.		Nº PLAZAS	Nº MESAS			Nº PLAZAS	C. C.	
CANTÓN TULCÁN												
ALOJAMIENTO												
HOTELEROS												
1			2 ESTRELLAS	33	54	36	13	54	9			
2	0501213201001.001.2000871	PALACIO IMPERIAL	4 ESTRELLAS	38	78	45,6	32	128	27			
3	0400825279001.002.2001327	LUMAR	2 ESTRELLAS	54	129	18,48	12	48	7			
4	0400573762001.002.2002136	COMFORT	2 ESTRELLAS	30	58	25	12	48	3	0400573762001	2988832	0993435974 grandhotelcomfort@yahoo.com
5	0400026894001.005.2001676	TORRES DE ORO	2 ESTRELLAS	24	55	20	12	48	9			
6	0401419767001.002.2000080	ESPÍNDOLA	2 ESTRELLAS	24	57	20	13	60	11	0401419767001	2985925	0983142037 hotelspindola@outlook.com
7	0401501564001.001.2001078	SAN MIGUEL	2 ESTRELLAS	24	45	13,44			3	0401501564001	2986795	hotelsanmiguelstulcan@yahoo.es
8	0401029467001.002.2003232	PARK	2 ESTRELLAS	23	49	20			9			
9	0401228176001.004.2000081	MACHADO	2 ESTRELLAS	12	24	15			4	0401228176001	2980099	guidomachado@yahoo.com
10	0400944476001.002.2001565	GOLDEN CORAL	3 ESTRELLAS	21	41	20			8	0400944476001	2980000	0999513259 hotelgoldencoral@gmail.com
11	1706068762001.003.2001001	SAENZ	2 ESTRELLAS	41	77	12			5			

Figura 22. Plazas de los establecimientos hoteleros