

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Tema: "Gestión del talento humano y satisfacción del cliente en hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo"

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

AUTORAS: Chicaiza Imbaquingo Eveling Magdalena
Gualavisi Chimarro Katherin Fernanda

TUTOR: Ph.D. Iturralde Vallejos Jaime A, MSc.

Tulcán, 2026.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que las estudiantes Chicaiza Imbaquingo Eveling Magdalena y Gualavisi Chimarro Katherin Fernanda con el número de cédula 175549626-0 y 172819989-2 respectivamente han desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: “Gestión del talento humano y satisfacción del cliente en hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en la Codificación del Reglamento de Régimen Académico y de Estudiantes de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

PhD. Iturralde Vallejos Jaime A, MSc.

TUTOR

Tulcán, enero de 2026

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Nosotras, Chicaiza Imbaquingo Eveling Magdalena y Gualavisi Chimarro Katherin Fernanda con cédula de identidad número 175549626-0 y 172819989-2 respectivamente declaramos que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



Chicaiza Imbaquingo Eveling M

AUTORA



Gualavisi Chimarro Katherin F

AUTORA

Tulcán, enero de 2026

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Nosotras Chicaiza Imbaquingo Eveling Magdalena y Gualavisi Chimarro Katherin Fernanda declaramos ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Gestión del talento humano y satisfacción del cliente en hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo" y se exime expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Chicaiza Imbaquingo Eveling M

AUTORA



Gualavisi Chimarro Katherin F

AUTORA

Tulcán, enero de 2026

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios y a mi hermano Miguelito por darme la fuerza y la sabiduría necesaria para poder seguir en esta etapa importante de mi vida, a la vez agradezco a mis padres y hermanos por su apoyo incondicional y sus gratas palabras en los momentos más difíciles, gracias por confiar y creer en mí y en la meta que voy a cumplir, además agradezco a mi novio por todo su amor, apoyo y confianza que me brinda cuando sentía que no podía él estuvo ahí dándome sus palabras de aliento durante el transcurso de la universidad. A todos, muchas gracias.

Chicaiza Imbaquingo Eveling Magdalena

En primer lugar quiero agradecerme a mí misma por la valentía y determinación que tuve al continuar este largo proceso, incluso en los momentos en los que sentí ganas de renunciar, reconozco el esfuerzo que he puesto para llegar hasta este punto, y valoro cada paso dado hasta este momento, agradezco de todo corazón a Dios y a mis padres, cuyo apoyo incondicional, tanto económico como emocional, ha sido fundamental para alcanzar esta meta, a mis hermanos por brindarme su compañía en los momentos en los que los necesite, finalmente quiero agradecer a un ser muy especial que siempre está en mis pensamientos y me motiva a continuar, con la esperanza de algún día volvernos a encontrar, gracias Alex, por ser mi inspiración silenciosa.

Gualavisi Chimarro Katherin Fernanda

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios y a mi hermano Miguelito, por acompañarme en todas las noches de tristeza y ser mi fuerza para seguir adelante, de la misma forma a mis padres amados Miguel Chicaiza, Ermelinda Imbaquingo y a mis hermanos ya que ellos son los motores principales para poder lograr mis metas, gracias por darme su apoyo incondicional a pesar de la distancia, además de sus buenos consejos ya que cada palabra me sirvió para seguir firme y no decaer. También quiero dedicar a mi novio Brayan Pujota quien ha sido un apoyo fundamental durante esta etapa universitaria brindándome su amor y sus buenas palabras para no rendirme. Finalmente, a mi compañera de tesis Katherin Gualavisi por todo el apoyo, ya que estuvo aportando su conocimiento y su tiempo incondicional lo cual permitió realizar un trabajo efectivo.

Chicaiza Imbaquingo Eveling Magdalena

Dedico este trabajo en primer lugar a mis padres Cristina Chimarro y Orlando Gualavisi, quienes han sido un apoyo incondicional a lo largo de este proceso, su amor, su guía y esfuerzo han sido fundamentales para llegar hasta aquí, a Dios por estar presente en los momentos de incertidumbre y brindarme fortaleza, a mis hermanos por su compañía y todos los momentos que estuvieron a mi lado para motivarme para seguir adelante con la esperanza de cumplir mis metas, a mi querido amigo de cuatro patas Alex quien aunque no esté conmigo fue y seguirá siendo mi inspiración y consuelo en mi vida, a mis queridas amigas quienes me dieron sus consejos, su tiempo y ayuda en los momentos difíciles, finalmente me dedico a mí por todo el esfuerzo, compromiso y dedicación puesto a lo largo de la carrera, entregando cada día lo mejor de mí.

Gualavisi Chimarro Katherin Fernanda

ÍNDICE

RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14
I. EL PROBLEMA	16
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.3. JUSTIFICACIÓN	19
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	20
1.4.1. Objetivo General	20
1.4.2. Objetivos Específicos	20
1.4.3. Preguntas de Investigación	21
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	22
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	22
2.2. MARCO TEÓRICO	24
III. METODOLOGÍA	38
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	38
3.1.1. Enfoque cuantitativo	38
3.1.2. Tipo de Investigación	38
3.2. HIPÓTESIS	40
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	40
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	42
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	42
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
4.1. RESULTADOS	45
4.2. DISCUSIÓN	69

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	73
5.1. CONCLUSIONES	73
5.2. RECOMENDACIONES	73
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
VII. ANEXOS.....	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Hoteles registrados del cantón Cayambe	36
Tabla 2. Hoteles registrados del cantón Pedro Moncayo	36
Tabla 3. Hosterías registradas del cantón Cayambe	36
Tabla 4. Hosterías registradas del cantón Pedro Moncayo	37
Tabla 5. Definición y Operacionalización de variables	41
Tabla 6. Número de plazas de hoteles y hosterías del cantón Cayambe	43
Tabla 7. Número de plazas de hoteles y hosterías del cantón Pedro Moncayo	43
Tabla 8. Asignación de encuestas para los clientes	43
Tabla 9. Comprobación de hipótesis	44
Tabla 10. Proceso de integración	45
Tabla 11. Proceso de organización	46
Tabla 12. Proceso de recompensa	48
Tabla 13. Proceso de desarrollo	48
Tabla 14. Proceso de retención	49
Tabla 15. Proceso de supervisión	50
Tabla 16. Proceso de integración	51
Tabla 17. Proceso de organización	53
Tabla 18. Proceso de recompensa	54
Tabla 19. Proceso de desarrollo	54
Tabla 20. Proceso de retención	55
Tabla 21. Proceso de supervisión	56
Tabla 22. Tabla comparativa de la gestión del talento humano	58
Tabla 23. Síntesis de la valoración del rendimiento percibido	59
Tabla 24. Síntesis de la valoración de la calificación de las expectativas	60
Tabla 25. Síntesis de la valoración de la satisfacción	61
Tabla 26. Cálculo de la satisfacción del cliente Net Promoter Score	63
Tabla 27. Síntesis de la valoración del rendimiento percibido	63
Tabla 28. Síntesis de la valoración de la calificación de las expectativas	65
Tabla 29. Síntesis de la valoración de la satisfacción	66
Tabla 30. Cálculo de la satisfacción del cliente Net Promoter Score	67
Tabla 31. Tabla comparativa de la satisfacción del cliente	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Procesos de gestión del talento humano	26
Figura 2. Técnicas de reclutamiento del personal	28
Figura 3. Tipos de salario	30
Figura 4. Clasificación de los alojamientos turísticos	35
Figura 5. Proceso de integración	46
Figura 6. Indicadores del proceso de la organización	47
Figura 7. Indicadores del proceso de recompensación	48
Figura 8. Indicadores del proceso de desarrollo	49
Figura 9. Indicadores del proceso de Retención	50
Figura 10. Proceso de Supervisión.....	51
Figura 11. Proceso de integración.....	52
Figura 12. Indicadores del proceso de la organización	53
Figura 13. Indicadores del proceso de recompensación	54
Figura 14. Indicadores del proceso de desarrollo	55
Figura 15. Indicadores del proceso de Retención	56
Figura 16. Proceso de Supervisión.....	57
Figura 17. Servicio brindado	59
Figura 18. Relación calidad-precio	59
Figura 19. Calidad del servicio	60
Figura 20. Cumplimiento de expectativas	61
Figura 21. Solicitud de servicio	62
Figura 22. Recomendación	62
Figura 23. Servicio brindado	64
Figura 24. Relación calidad-precio	64
Figura 25. Calidad del servicio	65
Figura 26. Cumplimiento de expectativas	66
Figura 27. Solicitud de servicio	67
Figura 28. Recomendación	67
Figura 29. Encuesta hotel	84
Figura 30. Encuesta hostería	84
Figura 31. Encuesta hotel	84
Figura 32. Encuesta hotel	85
Figura 33. Encuesta hostería	85

Figura 34. Encuesta hostería	85
Figura 35. Encuesta hostería	86
Figura 36. Encuesta hostería	86

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Certificado del abstract por parte de idiomas	78
Anexo 2. Instrumentos	79
Anexo 3. Tabulación de información en el programa SPSS	83
Anexo 4. Recolección de información por medio de los instrumentos	84

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue analizar la gestión del talento humano y satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo, de igual manera la relación. La metodología aplicada fue cuantitativa, donde se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento dos cuestionarios uno dirigido a los clientes y el otro al personal de los hoteles y las hosterías. La tabulación de información y la prueba del Chi-cuadrado se realizaron por medio del programa SPSS. Los resultados obtenidos ayudaron a determinar que los procesos de la gestión del talento humano se cumplen de la siguiente manera: cantón Cayambe, integración 58,30%, organización 86,70%, recompensación 83,30%, desarrollo 88,90%, retención 88,90% y auditoría 66,70%. En cuanto al cantón Pedro Moncayo, integración 72,10%, organización 90,00%, recompensación 57,80%, desarrollo 76,50%, retención 88,20% y auditoría 64,70%. En cuanto 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 recibidos por parte de los establecimientos. En los resultados de satisfacción se pudo determinar en el cantón Cayambe un nivel del 84,3% y cantón Pedro Moncayo con 69,0%. Para finalizar la correlación de las variables se aplicó la prueba del Chi-cuadrado, donde la respuesta fue aceptación de la hipótesis alternativa lo que menciona que la gestión del talento humano se relaciona con la satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo.

Palabras Claves: Gestión del talento humano, Satisfacción del cliente, Net Promoter Score, Hoteles y Hosterías, cantón Cayambe, cantón Pedro Moncayo.

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze human talent management and customer satisfaction in hotels and hostels in Cayambe and Pedro Moncayo cantons, as well as the relationship between them. The methodology applied was quantitative, using surveys as a technique and two questionnaires as instruments, one aimed at customers and the other at hotel and hostel staff. The tabulation of information and the Chi-square test were performed using the SPSS program. The results obtained helped to determine that human talent management processes are fulfilled as follows: Cayambe canton, integration 58.30%, organization 86.70%, compensation 83.30%, development 88.90%, retention 88.90%, and auditing 66.70%. In the Pedro Moncayo canton, integration 72.10%, organization 90.00%, compensation 57.80%, development 76.50%, retention 88.20%, and auditing 64.70%. In terms of customer satisfaction, the Net Promoter Score (NPS) formula was applied, a calculation that determines whether or not the customer is satisfied with the services received from the establishments. The satisfaction results showed a level of 84.3% in the Cayambe canton and 69.0% in the Pedro Moncayo canton. To conclude the correlation of variables, the Chi-square test was applied, where the response was acceptance of the alternative hypothesis, which states that human talent management is related to customer satisfaction in hotels and hostels in Cayambe and Pedro Moncayo cantons

Keywords: Human Talent Management, Customer Satisfaction, Net Promoter Score, Hotels and Hostels, Cayambe canton, Pedro Moncayo canton.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la gestión del talento humano ha desempeñado un papel importante para garantizar la calidad del servicio ofrecido para los establecimientos de alojamiento, debido a que existe una relación directa entre el personal y los clientes. La administración de los recursos humanos implica la aplicación de diversas estrategias orientadas al desarrollo y transformación de las personas que conforman la organización, considerando que ellas son un pilar importante para el desarrollo de los objetivos de la empresa, estas estrategias se implementan desde el momento en que las personas inician el proceso de reclutamiento hasta las fases de integración y auditoría, para posteriormente ser contratadas y asignadas a sus respectivas áreas y funciones, todas estas medidas responden a la necesidad de contar con un personal capacitado, motivado y alineado con los objetivos institucionales.

No obstante, para que la gestión sea eficiente y efectiva, es esencial que la empresa comprenda que sus colaboradores tienen necesidades y aspiraciones, de esta manera lograr potenciar sus actitudes, habilidades y capacidades, contribuyendo a un mejor desempeño.

La satisfacción del cliente es uno de los objetivos primordiales dentro del sector turístico, ya que los usuarios valoran los factores como el cumplimiento de expectativas, la atención personalizada, la agilidad en el servicio, la amabilidad y el comportamiento del personal. Estos elementos al estar directamente relacionados con los trabajadores influyen significativamente en la percepción y en la calidad del servicio ofrecido, en el contexto hotelero, los clientes esperan recibir una atención adecuada y un trato respetuoso, reconociendo en el personal a los representantes directos de la imagen de la empresa.

La presente investigación se la elaboro en base a los siguientes capítulos:

El primer capítulo abordo el planteamiento del problema de investigación, describiendo las causas que lo originaron, su formulación en términos de preguntas de investigación, la justificación y la definición de objetivos generales y específicos que guiaron todo el proceso investigativo.

En el segundo capítulo se desarrolló la fundamentación teórica, incluyendo los antecedentes relevantes de investigaciones previas y el marco teórico que sustento

la comprensión de las variables analizadas: gestión del talento humano y satisfacción del cliente.

El tercer capítulo presenta la metodología empleada para la recolección y análisis de datos, se especifica el enfoque de la investigación, el tipo de estudio, las técnicas e instrumentos utilizados para obtener información fiable y válida, la operacionalización de las variables, así como el tratamiento estadístico aplicado a los datos recolectados.

El cuarto capítulo se exponen los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas dirigidas al personal y a los clientes de diversos hoteles y hosterías, se realizó un análisis detallado de las percepciones, actitudes y los conceptos teóricos previamente revisados.

En el quinto capítulo se presentaron las conclusiones más relevantes derivadas del estudio, las cuales permitieron comprender el impacto de la gestión del talento humano sobre la satisfacción del cliente. Asimismo, se formularon recomendaciones dirigidas a los administradores y propietarios de los establecimientos turísticos, con el propósito de mejorar sus prácticas de gestión interna y, por ende, la satisfacción de sus clientes.

El sexto capítulo reunió las referencias utilizadas a lo largo del estudio, las cuales respaldaron científicamente el desarrollo del marco teórico y la discusión de los resultados.

Finalmente, el séptimo capítulo incluyó los anexos, entre ellos los instrumentos aplicados, fotografías y demás evidencias que complementaron y enriquecieron el contenido de la investigación.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el contexto global, la gestión del talento humano ha experimentado una evolución significativa en los últimos años. Las organizaciones tanto públicas como privadas, han dejado de considerar a los recursos humanos como un gasto innecesario y comenzaron a reconocerlos como una inversión clave para alcanzar altos niveles de eficiencia y eficacia en sus operaciones (Centeno, 2023). Esta transformación ha sido especialmente relevante en sectores como el turismo, donde el contacto directo entre el cliente y el personal determina en gran medida la calidad percibida del servicio, lo que puede ser incluso un factor diferenciador o una ventaja sobre la competencia.

En Ecuador, el turismo se ha consolidado como una de las principales actividades económicas más importantes, con un crecimiento en el sector de empresas dedicadas a ofrecer servicios de alimentación, alojamiento, recreación y otras actividades complementarias importantes para poder realizar turismo (Ayala et al., 2023). Sin embargo, muchas de estas empresas han logrado crearse sin una adecuada planificación ni gestión administrativa, afectando directamente la calidad de los servicios y, por ende, la satisfacción del cliente. La correcta gestión de los recursos humanos se considera un factor fundamental pues por medio de este la organización logra realizar todos sus objetivos.

El sector de alojamientos turísticos en la provincia de Pichincha aporta el 3,56% de los ingresos totales de la región, siendo también una fuente importante de empleo. No obstante, su participación es considerablemente menor en comparación con actividades como la operación e intermediación turística, la cual aporta el 10,49% de los ingresos totales de la provincia (Marcillo et al., 2024). Este contraste da a entender que existe una débil presencia del sector de alojamientos dentro del mercado y se observa que, a pesar de presentar un gran potencial, no se ha aprovechado las oportunidades de crecimiento de este sector, lo cual podría estar asociado a deficiencias internas en la administración de los recursos humanos.

A nivel local, el cantón Cayambe se ha posicionado como uno de los destinos turísticos emergentes, gracias a su ubicación geográfica alberga una gran diversidad natural y una gran riqueza cultural. Localizado al norte de la provincia de Pichincha, a 70 km de Quito, Cayambe se sitúa en una altitud aproximada de 2 830 msnm y tiene como uno de sus principales referentes al majestuoso volcán Cayambe, el único nevado atravesado por la línea ecuatorial. Este fenómeno geográfico atrae a turistas e incluso a científicos que están interesados en la geografía, montañismo y la fotografía de estos hermosos paisajes.

El cantón Cayambe posee una población aproximada de 110 000 habitantes distribuidos en sus seis parroquias rurales y urbanas. Además de su potencial turístico, la economía local está centrada en una fuerte influencia de la agricultura, floricultura y la ganadería, estos sectores comparten protagonismo con el desarrollo del turismo. Según lo indicado por Wilmer Roldán, jefe de Turismo y Marketing del GADIP Cayambe, el cantón recibe una considerable afluencia de turistas durante los fines de semana y feriados, especialmente en las celebraciones del Inti Raymi, como son las fiestas de San Pedro y San Juan y atractivos naturales como el nevado Cayambe, la laguna de San Marcos, las cascadas de Cariacu y Pesillo, etc. No obstante, a pesar de tener una gran variedad de atractivos turísticos, Cayambe no logra consolidarse como un destino de estadía prolongada, pues la mayoría de los turistas permanecen solo un día, lo cual evidencia su condición como un destino de paso (Roldán, comunicación personal, 2025).

Una de las razones por la cual se presenta esta baja permanencia radica en la deficiente calidad de los servicios de alojamiento, principalmente en la atención al cliente. El catastro turístico elaborado por el GADIP Cayambe ha puesto en evidencia estas notables falencias estructurales en la administración del talento humano de muchos de los establecimientos hoteleros del cantón. Entre los problemas más comunes se encuentra la falta de personal capacitado para cubrir funciones claves del establecimiento como lo son la recepción, limpieza, cocina, atención al cliente y manejo administrativo. En la mayoría de los hoteles y hosterías una sola persona se encarga de todas las áreas del servicio, situación que da una mala percepción para el cliente que adquiere el servicio, afectando así a la calidad del servicio y limita de esta manera el crecimiento de los negocios turísticos (GADIP Cayambe, 2025).

Además, la perspectiva interna del personal revela serias debilidades. En una entrevista realizada a Martha Tallana, trabajadora de una hostería en el cantón

Cayambe, se pudo evidenciar que, aunque se contrata personal en temporadas altas, ninguno de los empleados posee formación en el ámbito turístico, hospitalidad o atención al cliente. Las capacitaciones brindadas son generales y no están adaptadas a las funciones que debe cumplir el individuo en el área designada, impidiendo de esta manera el desarrollo profesional del personal, afectando así la calidad del servicio brindado (Tallana, comunicación personal, 2025).

De forma similar en el cantón Pedro Moncayo, reconocido como la “capital de las rosas”, posee un gran potencial turístico gracias a su entorno natural, su clima templado, con una gran cantidad de atractivos turísticos como el Parque Jerusalem, rutas agroturísticas y su fabulosa riqueza cultural que ofrece a los turistas una experiencia única.

Pese a estas fortalezas, el desarrollo turístico de este cantón se ha visto limitado por barreras estructurales, entre las cuales se destaca la débil consolidación del sector de alojamiento. A pesar del creciente interés por parte de emprendedores locales en abrir hosterías, casas de campo, hospedajes rurales, entre otros, muchos de estos establecimientos no han logrado sostenerse con el tiempo ni ofrecer servicios competitivos. Según información proporcionada por el Ing. Alexander Vinueza director Zonal 2 de Turismo, uno de los aspectos que más ha perjudicado el sector es la inadecuada gestión del talento humano, pues en una percepción general el cantón no cuenta con una correcta gestión del talento humano pues no es un factor que los establecimientos consideren como indispensable para realizar sus actividades de formar más eficiente. En sus palabras, muchos de los propietarios de los establecimientos hoteleros optan por contratar exclusivamente a familiares, sin evaluar sus competencias y sin brindarles una capacitación adecuada para estar en un área específica. Generalmente se realiza este acto por disminuir costos y evitar compromisos laborales formales, esto ha derivado en un servicio deficiente, poco profesional y dando como resultado falta de satisfacción en los clientes, limitando la permanencia y pernoctación de los turistas, impidiendo la consolidación del sector de alojamiento como motor del desarrollo turístico local (Vinueza, comunicación personal, 2025).

Esta problemática se puede evidenciar también en los comentarios y valoraciones en las plataformas digitales, donde los turistas reportan experiencias negativas relacionadas específicamente con la atención al cliente, como un mal trato, falta de hospitalidad por parte del personal, desorganización en cuanto a la administración y

escasa capacidad de respuestas a problemas que se presentan. Estas percepciones afectan negativamente a la imagen de los establecimientos y de esta forma también perjudica el turismo en el cantón, ya que influyen en las decisiones de los visitantes y reduce la posibilidad de fidelización de los usuarios.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La falta de adecuada administración del talento humano en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo incide directamente en la calidad del servicio que se oferta, provocando insatisfacción entre los clientes, en el año 2025.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La gestión del talento humano es un factor importante para alcanzar los objetivos de las empresas hoteleras, ya que de ella dependerá en gran medida la calidad del servicio que brinde a los usuarios y, por ende, la satisfacción de estos. En el contexto actual, caracterizado por un mercado turístico altamente competitivo, no será suficiente ofrecer instalaciones adecuadas o servicios básicos, será indispensable contar con un equipo humano capacitado, motivado y comprometido con los valores de la organización. Si la gestión no se lleva a cabo de forma adecuada, la percepción del cliente se verá afectada de forma negativa, impactando directamente en su nivel de satisfacción y, por ende, en la reputación del establecimiento.

El presente estudio buscará analizar cómo se desarrolla la administración del talento humano en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo, y de qué manera este proceso influirá en la satisfacción de los clientes. Se tratará de un aporte para dar a conocer la importancia sobre el manejo estratégico de los recursos humanos en el sector de alojamientos turísticos.

El talento humano representa uno de los pilares esenciales para el buen funcionamiento de los establecimientos hoteleros, al encargarse de mantener el orden interno, garantizar la eficiencia operativa y proyectar una imagen positiva frente al cliente, debido al contacto directo que existe entre el personal y los usuarios, contar con un equipo debidamente preparado será indispensable para alcanzar excelentes estándares de calidad y de esta manera lograr una alta satisfacción en los clientes.

Los beneficiarios de esta investigación serán tanto directos como indirectos. En primer lugar, los clientes se verán favorecidos al recibir un servicio de mayor calidad, lo cual contribuirá a su satisfacción y fidelización. En segundo lugar, los propietarios y administradores de los hoteles y hosterías obtendrán información útil que les permitirá diagnosticar fortalezas y debilidades en la gestión de su personal, esto facilitará la toma de decisiones más acertadas y la implementación de estrategias enfocadas en la mejora continua de las capacidades, habilidades del recurso humano, optimizando los resultados de la empresa y fortaleciendo su posicionamiento en el sector turístico.

Este estudio será relevante porque permitirá identificar como la administración de los recursos humanos puede incidir, directa o indirectamente en el desarrollo del turismo en los cantones Cayambe y Pedro Moncayo, pues al contar con establecimientos más organizados, con personal capacitado, se generará una oferta turística más sólida, profesional y atractiva, que contribuirá al fortalecimiento de la imagen del destino, al incremento del flujo de turistas y el desarrollo económico local. Es decir, no solo la investigación tendrá un impacto interno en las empresas, sino también se verá reflejado un impacto positivo en tejido social y económico de las parroquias.

Por otro lado, este estudio es factible y pertinente, ya que se contará con el acceso a información clave proveniente de los hoteles y hosterías de los cantones seleccionados. Este acceso permitirá la recolección de datos primarios y secundarios confiables, necesarios para conocer la situación actual, además los conocimientos generados podrán ser utilizados en un futuro para proyectos de capacitación, asistencia técnica que contribuyan al mejoramiento del servicio turístico.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar la gestión del talento humano y satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Determinar el cumplimiento de los procesos de la gestión del talento humano en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo.
- Diagnosticar la satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo.

- Establecer la relación de la gestión del talento humano en la satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es el cumplimiento de los procesos de la gestión del talento humano en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo?
- ¿Cuál es el grado de satisfacción de los clientes en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo?
- ¿Cuál es la relación de la gestión del talento humano en la satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se presenta una revisión bibliográfica de los estudios que guiaron y contribuyeron a la presente investigación, abordando temas vinculados con las variables de estudio

Quizhpi (2024) en su artículo realizó el análisis de la administración del talento humano y la satisfacción de cliente en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán. El objetivo de su estudio fue analizar la relación de la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente. Se aplicó una metodología de enfoque cuantitativo, utilizando métodos como el analítico sintético, el método inductivo deductivo y el método hipotético deductivo. Para la recolección de información se empleó la técnica de la encuesta y como instrumento dos cuestionarios: uno dirigido al personal y otro a los clientes de los establecimientos hoteleros. La información fue procesada e interpretada mediante el programa estadístico SPSS. Los resultados permitieron observar el nivel de cumplimiento en los procesos de gestión de talento humano, y con respecto a la satisfacción del cliente, se determinó que los establecimientos hoteleros obtuvieron una alta calificación, reflejando un nivel de excelencia. El aporte de esta investigación radica en el diseño de los instrumentos de medición para el personal y para los visitantes, lo cual permitió la recopilación de información.

Ayala et al. (2023) en su estudio se planteó el objetivo de analizar la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en los restaurantes de Tulcán y Cotacachi. Este estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, en el que se analizaron ambas variables. Se utilizó la técnica de la encuesta, aplicando un cuestionario dirigido tanto a empleados como a clientes. Para la variable independiente se recurrió a una muestra no probabilística por conveniencia, mientras que para la variable dependiente se trabajó con una población infinita, aplicando 32 encuestas. Las respuestas se valoraron mediante una escala de Likert de cinco niveles (de 1: en desacuerdo a 5: totalmente de acuerdo). Los datos fueron procesados con el software estadístico R. Los resultados mostraron un cumplimiento aceptable en los procesos de gestión y se concluyó que la satisfacción del cliente era irregular. El

aporte para el estudio es la metodología utilizada para estudiar la gestión del talento humano lo que sirvió como guía para poder analizar la primera variable en la presente investigación.

Valverde (2019) llevó a cabo una investigación sobre el impacto del clima laboral en la satisfacción del cliente, mediante un estudio de caso en la Hostería El Prado, ubicada en Ibarra, Ecuador. El objetivo fue determinar la influencia del clima laboral en la satisfacción del cliente. Para este estudio, se empleó una metodología de enfoque mixto, empleando técnicas como la observación científica, la encuesta y la entrevista. La muestra incluyó a 32 empleados, quienes fueron encuestados y al gerente del establecimiento, a quien se le realizó una entrevista estructurada de 15 preguntas abiertas. Los resultados evidenciaron que el clima laboral en la hostería era inadecuado, debido a conflictos interpersonales entre los empleados. No obstante, se concluyó que la satisfacción del personal era positiva, dado que se cumplían condiciones laborales favorables. El estudio destacó la importancia de mantener un ambiente de trabajo saludable como factor determinante en la satisfacción del cliente. Su aporte se enfocó en los ítems para la elaboración del marco teórico de la segunda variable de investigación lo que hizo posible comprender de mejor manera la variable.

Centeno (2023) investigó la gestión del talento humano y la incidencia en la satisfacción laboral en el GAD de Cubijes. El objetivo fue examinar la influencia de la gestión del talento humano en la satisfacción del personal. Se utilizó el método hipotético-deductivo, lo que permitió analizar la relación entre las variables. Los tipos de investigación aplicados fueron la descriptiva y la de campo. Las técnicas empleadas incluyeron la encuesta y la entrevista, y como instrumentos se utilizó un cuestionario y una guía de entrevista. La información recopilada fue interpretada en el programa estadístico SPSS, permitiendo un análisis claro representando en gráficos y figuras. Los resultados confirmaron que la gestión del talento humano incidía directamente en la satisfacción laboral, por lo que se propusieron estrategias de mejora orientadas a optimizar la gestión interna en el GAD. El aporte de este estudio fue el estadístico Chi_cuadrado lo que permitió analizar las variables mediante el programa SPSS.

Baquero (2022) llevó a cabo un artículo científico acerca del Net Promoter Score, es un método que sirve para medir la lealtad y la satisfacción del cliente en los establecimientos hoteleros. Este método fue aplicado en dos años en los hoteles de

altas categorías de España. Su principal objetivo fue que el modelo muestre el grado de influencia entre la satisfacción y la lealtad del cliente. Los resultados permitieron verificar las áreas de menor supervisión, esto facilitó a los administradores de cada empresa la creación de nuevas estrategias para el mejoramiento de esta. El enfoque se centra en realizar una sola pregunta la cual va enfocada a la recomendación del establecimiento por parte del cliente, por tanto, esto va a ayudar a ver la calificación y de esa manera la empresa va a ver si está brindando o no el servicio de calidad. El aporte de este estudio es mediante la aplicación de la pregunta principal para medir la variable de la satisfacción del cliente.

2.2. MARCO TEÓRICO

En esta sección se presenta una revisión bibliográfica en cuanto a las dos variables que corresponden a la investigación: la gestión de talento humano y la satisfacción del cliente.

• GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

2.2.1. Gestión

La gestión se entiende como la interacción de todas las áreas de una empresa, unidades, organizaciones, etc. También puede ser entendido como una actividad que tiene como finalidad asignar los recursos requeridos para lograr el cumplimiento de los objetivos de la empresa (Murray, 2002).

Gestión es interactuar en todas las áreas que exista dentro de una organización, empresa, instrucciones, etc. También implica en el manejo de actividades y de los recursos necesarios para que se pueda cumplir los objetivos dentro de la empresa. También verifica y evalúa si los recursos brindados fueron suficientes para poder lograr las metas dentro de la misma. La gestión se da a entender como una herramienta que engloba las fases de la administración, ya que la gestión es un elemento clave para el desarrollo de la propia administración (Guzmán, 2013).

2.2.2. Talento humano

El talento humano se refiere a las habilidades, conocimientos, competencias, experiencia, motivación, etc. de un individuo que forma parte de una organización, permitiendo de esta manera que desempeñe su trabajo de forma efectiva y pueda ayudar a lograr los objetivos de la empresa (Vallejo, 2016).

2.2.3. Gestión del talento humano

La gestión del talento humano se da en la era del conocimiento, donde permite que las personas sean agentes activos para que ayuden a administrar los recursos humanos de una manera eficiente dentro de una organización, además las personas son pilares fundamentales en las actividades de la empresa ya que ayudan a cumplir metas donde los resultados satisfacen las necesidades de los clientes. También la gestión del talento humano requiere de procesos que van desde el reclutamiento, la selección, orientación, recompensación, desarrollo y auditar. Es decir, la gestión del talento humano gestiona el capital de una organización de forma planificada, donde se eleva las competencias de cada persona que trabaja en la misma (Vallejo, 2016).

2.2.4. Importancia de la gestión del talento humano

Según Centeno (2023) La gestión de talento humano es un factor fundamental dentro de las organizaciones debido a que tiene ventajas que ayudan al éxito de la empresa como:

- Una mejora considerable dentro de los procesos lo que deriva en una mayor eficiencia y eficacia.
- Ayuda a mejorar el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- Mejora el nivel de satisfacción laboral y con ello trae consigo un mejor desenvolvimiento de los empleados.
- Favorece a que los empleados tengan un sentido de pertenencia hacia la empresa.
- Reduce el movimiento de los empleados de sus áreas, influyendo en la retención del talento humano adecuado y capacitado.

2.2.5. Procesos de la gestión de talento humano

Los procesos que están implicados en la gestión del talento humano tienen como finalidad ayudar en el desenvolvimiento y en la mejora de los individuos de la organización, de esta manera se intenta minimizar las fallas dentro de la empresa, las cuales pueden afectar no solo a la organización sino también a toda la estructura que lo conforma.

Son procesos los cuales están destinados al desarrollo de la organización y a los recursos humanos que la componen, en los cuales están implicados los

conocimientos, habilidades, el aprendizaje, desarrollo, etc. como se muestra en la Figura 1 (Chiavenato, 2009 y Centeno, 2023).

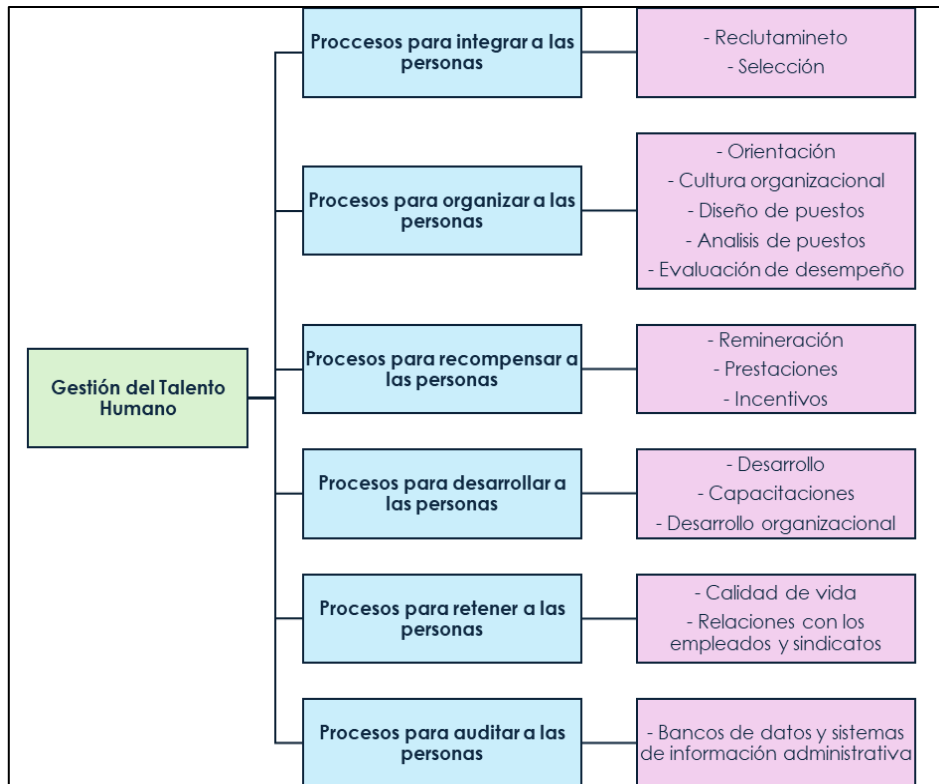


Figura 1. Procesos de gestión del talento humano
Fuente: (Chiavenato, 2009)

2.2.5.1. Procesos para integrar personas

Los procesos de integración de las personas se reflejan en las actividades de incorporación a la empresa de los candidatos que cumplan con las características y competencias personales requeridas (Vallejo, 2016).

2.2.5.1.1. Reclutamiento del personal

El reclutamiento es un conjunto de procedimientos que una empresa lleva a cabo durante el proceso de la convocatoria para ocupar diferentes puestos requeridos por la empresa. Su principal objetivo es poder identificar y seleccionar al mejor personal que tenga conocimiento y buenas capacidades además que sea adecuado para ocupar los puestos disponibles dentro de la organización (Centeno, 2023).

2.2.5.1.2. Tipos de reclutamiento

- Reclutamiento interno

Todo procedimiento de la selección que conlleve en la posibilidad de ascender a los talentos pertinentes empresariales para ocupar un vacante institucional es clasificado

como reclutamiento interno. En otros términos, siempre que las aptitudes del personal existente sean adecuadas para las diferentes oportunidades de reubicación o ascenso, la empresa se encarga de tomar las decisiones en cuanto a su personal y puede cubrir los distintos puestos de los vacantes empezado desde el denominado reclutamiento interno

- Reclutamiento externo

El reclutamiento externo se maneja con personal que viene de afuera. Siempre que haya una vacante, la empresa intenta cubrir los puestos con personal ajeno, esto quiere decir con personas externas que sean atraídos por medio de técnicas de reclutamiento. El reclutamiento externo influye en personal que sea real o empleado en otras empresas (Centeno, 2023).

- Reclutamiento mixto

El reclutamiento mixto está formado por candidatos externos e internos que están dentro de una empresa u organización. En base a esto se realiza mezcla entre los candidatos internos y externos para ocupar los puestos de trabajo en la empresa.

Por lo general los candidatos internos tiene una ventaja al tener el conocimiento de los roles que se manejan dentro de la institución. En cambio, los candidatos externos deben adaptarse en el trabajo poniendo en práctica sus conocimientos. En la actualidad en una empresa no solo se da el reclutamiento interno ni el externo ya que uno siempre debe complementar al otro (Esther, 2017).

2.2.5.1.3. Selección del personal

La selección del personal es un proceso mediante el cual la empresa utiliza para seleccionar, entre un listado de candidatos, la persona que sea más destaca y cumpla con los criterios de la selección para el puesto libre o disponible.

En el momento en que la empresa establezca los requisitos que se deben cumplir los candidatos para cubrir los puestos requeridos, es fundamental analizar la personalidad de las personas con más profundidad, además ver las capacidades que posee en el desempeño de una empresa. Por eso es importante tomar en cuenta las técnicas que autoricen escoger y clasificar a los mejores candidatos que obtengan habilidades y actitudes para obtener el puesto solicitado, las técnicas de reclutamiento son las que se presentan en la Figura 2.

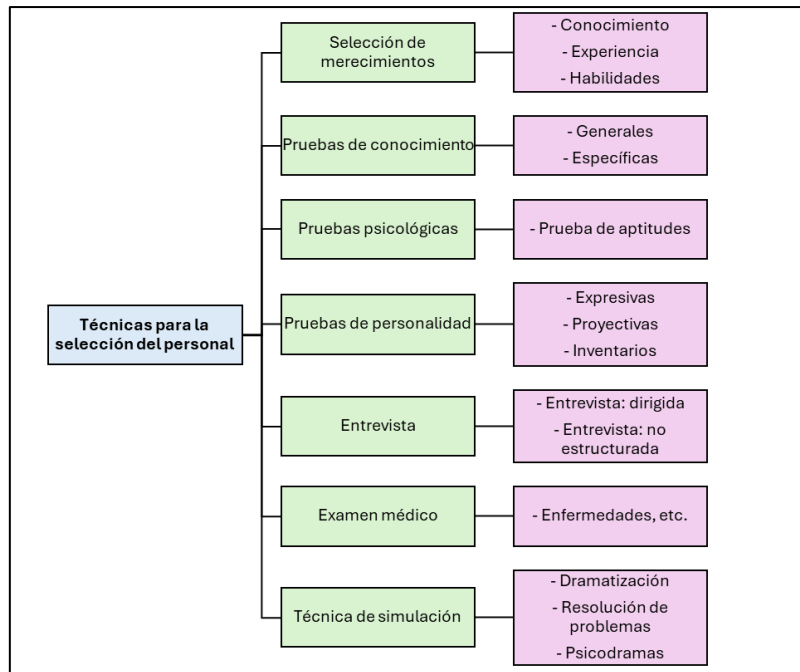


Figura 2. Técnicas de reclutamiento del personal
Fuente: (Chiavenato, 2009)

2.2.5.2. Procesos para organizar personas

Organizar consiste en agrupar y estructurar los procesos que la organización anhela que se cumplan por parte del personal de manera eficiente, para lo cual es importante que la empresa desarrolle factores clave como la orientación, la cultura organizacional, el análisis de cargos, diseño y la respectiva evaluación del desempeño. Estos ítems son muy importantes para que exista coordinación dentro de la organización (Vallejo, 2016).

2.2.5.2.1. Orientar al personal

El orientar al personal es el primer paso para guiar y ubicar a las personas en las diferentes actividades, aclarar sus funciones y los objetivos en la empresa, con la finalidad de optimizar la calidad del trabajo y aumentar la producción. Orientar indica posición de alguien, de guiar, encaminar, reconocer el lugar donde se encuentra y de dirigirlo de una manera eficiente en sus actividades (Vallejo, 2016).

2.2.5.2.2. Cultura empresarial

Es el conjunto de las creencias y los hábitos que están establecidos por normas, valores y actitudes que interactúan todas las personas presentes en la empresa u organización. Además, representa en la manera de hablar, pensar y de actuar, la manera en la que se realizan los negocios, el trato de los clientes y el personal, el nivel

de autonomía y la libertad que existe en el trabajo, la lealtad que sienten los trabajadores en la organización (Vallejo, 2016).

2.2.5.2.3. Evaluación de puestos

El diseño de puestos (job design) detalla que funciones se cumple en cada posición, las técnicas de trabajo y la vinculación con las demás. En cada puesto solicitan diferentes habilidades de su ocupante para que desarrolle de forma eficiente las actividades. Las competencias cambian según el puesto asignado, el grado jerárquico y el área. Requieren que el ocupante pueda manejar los recursos como las relaciones entre compañeros y subordinados, la información y la tecnología (Vallejo, 2016).

2.2.5.2.4. Estructuración de puestos

El análisis de los puestos determina los puntos físicos, mentales que el personal o el ocupante debe cumplir, la responsabilidad que tiene dentro de su puesto de trabajo y las habilidades que debe desarrollar en la empresa. Por otra parte, el análisis se lo realiza desde la descripción del puesto con los puntos, que hace, como lo hace, cuando y el por qué lo hace (Vallejo, 2016).

2.2.5.2.5. Evaluación de rendimiento

Es por el cual se realiza un seguimiento a cada persona que conforma la empresa de acuerdo con las actividades que se le ha asignado, las metas alcanzadas, los resultados y el potencial desarrollo en la empresa. Cada empresa elige el sistema de evaluación conforme a los requerimientos y sus respectivas necesidades (Vallejo, 2016).

2.2.5.3. Procesos para recompensar a las personas

Son procesos para motivar al personal, además ayuda a cumplir con sus necesidades individuales. Esto incluye remuneraciones, recompensas, prestaciones y servicios. Recompensar a las personas es fundamental dentro de una empresa ya que, por medio de los incentivos, las remuneraciones apropiadas, y tener las determinadas prestaciones a las personas hace sentir motivadas y dar actitudes efectivas al desarrollar sus actividades, también tener medios que garanticen su integridad les brinda confianza y seguridad (Vallejo, 2016).

2.2.5.3.1. Remuneraciones

Es una forma de pago que se lo entrega al personal por tener un buen desempeño en las tareas asignadas dentro de la empresa. Cada trabajador dedica su tiempo en el trabajo haciendo un esfuerzo personal, aportando su conocimiento y desarrollando sus habilidades a cambio de todo eso recibe una gratificación conveniente por parte de la empresa, y de esta manera obtienen una remuneración económica como se muestra en la Figura 3 donde se puede visualizar los tipos de salario (Vallejo, 2016).

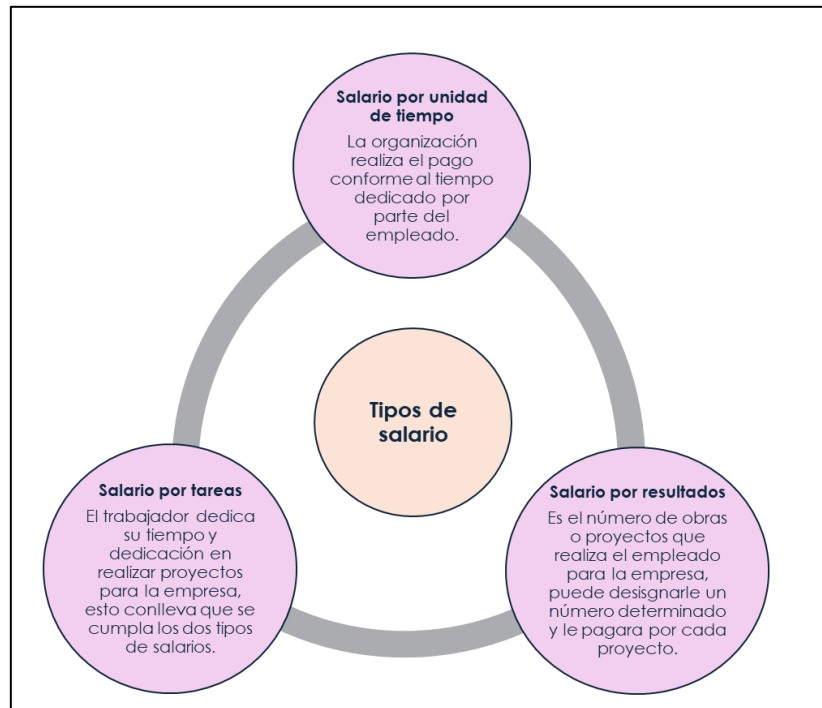


Figura 3. Tipos de salario

Fuente: (Vallejo, 2016)

2.2.5.3.2. Prestaciones

Es la forma de facilitar la vida del personal, la prestación y servicio es la forma indirecta de la gratificación total. La prestación es un beneficio que la empresa otorga a los empleados y estas son asistencia médica, el seguro de vida, nutrición, transporte, el salario por tiempo de servicio, las pensiones por jubilaciones, etc. Además, la familia tiene los mismos derechos que el empleado y cuenta con la educación para los hijos, vacaciones en familia, gastos médicos y el seguro de vida (Vallejo, 2016).

2.2.5.3.3. Incentivos

A parte de las recompensas que se le da al personal en forma de agradecimiento, siempre es bueno motivar a los trabajadores para que desarrollen sus funciones con esfuerzo, compromiso, dedicación y se puedan superar en el desempeño individual, donde se refleje el alcance de las metas y en un futuro muestre resultados desafiantes para la organización (Vallejo, 2016).

2.2.5.4. Procesos para desarrollar personas

Es el proceso que se encarga del crecimiento profesional y personal de los empleados, por medio de ellos se realiza las capacitaciones donde se garantice que el hombre pueda realizar todo, esto en base a los propios potenciales que impulse la creatividad. Desarrollar a las personas implica aprender nuevos conocimientos, poseer habilidades y tener destrezas básicas para que generen ideas, conceptos y comportamientos eficientes en lo que realizan (Chiavenato, 2009).

2.2.5.4.1. Desarrollo de personas

El desarrollo de los colaboradores está directamente relacionado con la educación, la dirección a un futuro y brindar oportunidades de mejoramiento en el desempeño y a la vez el crecimiento humano individual. En la actualidad se requiere de organizaciones nuevas que sean más dinámicas y flexibles, además se necesita de un personal proactivo para el crecimiento empresarial (Chiavenato, 2009).

2.2.5.4.2. Capacitaciones

Es el proceso por el cual se le prepara a las personas para que desarrollen con eficiencia las actividades especificadas de acuerdo con el puesto que ocupa. Además, este permite fortalecer las competencias y ver el rendimiento y la creatividad de las personas, sin duda contribuirá en mejorar los objetivos de la organización donde la empresa se vuelve muy valiosa. De tal forma la capacitación en un pilar importante para las personas por que permite resultados eficientes para la negociación de la empresa (Chiavenato, 2009).

2.2.5.4.3. Crecimiento organizacional

Es el proceso que está enfocado en el cambio de la entidad, donde los empleados proponen los cambios que necesitan e instituye con la colaboración de un consultor interno. Además, el desarrollo organizacional es aplicado para los cambios de conducta del personal, por otra parte, es considerado como un evaluador de la estructura de la organización, el proceso, la tecnología que se utiliza, los productos, los servicios elaborados y la cultura organizacional de la institución (Chiavenato, 2009).

2.2.5.5. Procesos para retener a las personas

Es el procedimiento para establecer las condiciones psicológicas, físicas, sociales y ambientales para los trabajos de las personas asegurando un entorno amigable y que

tenga calidad de vida dentro de la empresa, también el método para retener al personal tiene como objetivo mantener satisfechos y motivados a los empleados de tal forma tener buena relación entre sindicales y el personal (Vallejo, 2016).

2.2.5.5.1. Calidad de vida

Es la satisfacción que tienen los trabajadores al momento de desempeñar sus tareas, las organizaciones primero deben atender a los colaboradores internos y después ver la satisfacción de los colaboradores externos. El bienestar en el trabajo refleja a la imagen de la entidad donde se ve la capacidad de cubrir las necesidades personales de los trabajadores. En base a esto se aumentará la productividad y mejorará la calidad dentro de las organizaciones (Vallejo, 2016).

2.2.5.5.2. Relaciones laborales con los sindicatos

Es vital tener una buena relación entre los sindicatos y los trabajadores, porque esto va a permitir generar acuerdos de ambas partes que es ganar- ganar. También debe existir una comunicación directa al momento de presentarse algún inconveniente y así dar el apoyo que sea necesario para resolver el problema (Vallejo, 2016).

2.2.5.6. Procesos para auditar a las personas

Es dar supervisión, acompañamiento, orientación y controlar el cumplimiento de las normas y lineamientos que están impuestos dentro de la empresa u organización. Esto quiere decir que es dar el seguimiento a las actividades para garantizar que los objetivos sean ejecutados dentro de la institución (Chiavenato, 2009).

2.2.5.6.1. Banco de datos

Es un sistema que permite almacenar los datos codificados y que están disponibles para el procedimiento y la extracción de información. Es decir, un banco de datos está conformado por un conjunto de archivos que llevan una lógica y una estructura donde facilita el acceso a los datos y se elimine los mismos. Es muy eficiente por que abastece a una gran cantidad de archivos, además permite la actualización y el procedimiento integrado y simultaneo evitando que repitan los documentos duplicados.

En la base de datos se puede se puede almacenar los siguiente:

- El registro personal
- El registro de cargos
- El registro de secciones

- El registro de remuneraciones
- El registro de prestaciones
- El registro de entrenamiento (Chiavenato, 2009)

2.2.5.6.2. Sistemas de información administrativa

El sistema de información tiene una relación directa con la tecnología, además tiene dos objetivos que es la reducción de los gastos y el tiempo de tratamiento de información, en cambio el otro es el que brinda el apoyo en el procedimiento de la toma de elecciones, ayudando a los gerentes y recursos humanos en tomar las mejores opciones para la empresa. Los sistemas de información realizan el control y el seguimiento de manera directa a los colaboradores dentro de la empresa (Chiavenato, 2009).

• **SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

2.2.6. La satisfacción

La satisfacción es un sentimiento generado por el cliente al momento de conseguir o comprar un producto o servicio. Por lo tanto, si los productos no cumplieron con sus necesidades y sus expectativas pues el cliente esta insatisfecho ya sea con la organización o la marca (Alves, 2020).

2.2.7. El cliente

Un cliente es la persona que accede o adquiere un producto o servicio de manera voluntaria, ya que es de su necesidad o tiene deseos de regalar a otra persona, por lo tanto, los clientes son los principales motivos por el cual se crea, se produce, se lo elabora y se lo comercializa el producto o el servicio (Kotler, 2011).

2.2.8. La satisfacción del cliente

Zárraga et al. (2018) señala que la satisfacción del cliente se puede considerar como una evaluación de un bien o servicio, tomando en cuenta si este ha cumplido con la requerimientos y expectativas del cliente, la conformidad está relacionada con el placer que la persona percibe al momento de adquirirlo o consumirlo.

La satisfacción del cliente es importante porque para una empresa este representa un activo esto quiere decir un cliente satisfecho que puede fidelizarse e incluso recomendar la marca, lo cual representa un aumento de los ingresos de la empresa pues gracias es este aspecto la empresa podrá tener más demanda (Zárraga et al., 2018).

2.2.9. Elementos que conforman la satisfacción

Según Thompson (2019) existen tres factores imprescindibles que componen el nivel de satisfacción de un cliente:

- Rendimiento percibido: es la puntuación que se otorga al nivel de labor hacia el bien o servicio que se consiguió.
- Las expectativas: se refiere a lo que el cliente aguarda aceptar del producto o servicio.
- Niveles de satisfacción: es el efecto del servicio o producto que invirtió el usuario y puede distinguirse en tres niveles: satisfactorio, insatisfactorio y complacencia (p. 3).

2.2.10. Cumplimiento de expectativas de los turistas

Las expectativas son los estándares o los puntos de referencia que se plantea un cliente que cree que debe suceder o que va a suceder al momento de acceder al producto o servicio y se basa en varios factores situacionales para que el cliente se plantee estas expectativas como promesas realizadas, experiencias y hasta el precio del producto o servicio (Morillo, 2009).

2.2.11. Insatisfacción

Es un sentimiento de disgusto o malestar que se tiene cuando no cumple con las expectativas o necesidades deseadas. Esto puede generar una discusión o reclamo. También la insatisfacción conlleva a consecuencias inmediatas que es la pérdida de los clientes, también puede generar problemas de reputación cuando el cliente expone las instalaciones en compañías de manera pública haciendo que la empresa o institución no pueda ofrecer o brindar los servicios (Guzmán, 2013).

2.2.12. Como medir la satisfacción

La satisfacción del cliente se puede evaluar por medio de NPS (Net Promoter Score), a través de una pregunta clave dirigida a el comprador se puede conocer a los clientes leales y la satisfacción del cliente, por medio de este método se puede posteriormente crear estrategias para lograr captar a clientes leales, se puede aplicar las preguntas que sean necesarias para la empresa, pero la pregunta principal debe estar enfocada en si el cliente recomendaría la marca (Baquero, 2022).

2.2.13. Calcular la satisfacción del cliente

Para calificar por medio de la herramienta NPS al realizar la pregunta al cliente se califica en una escala de 0 a 10, las personas que puntúen a la pregunta de 0 a 6 se los denominará los “detractores”, y los que puntúen de 7 a 8 se le considerará “pasivos” y de 9 a 10 se los nombrará “promotores” (Baquero, 2022).

Para calcular la satisfacción del cliente por medio de NPS se toma en cuenta la siguiente formula:

$$\text{NPS} = \% \text{ Promotores} - \% \text{ Detractores}$$

2.2.14. Alojamiento

El alojamiento es un servicio turístico que puede ser realizada por personas ya sean esta naturales o jurídicas, que se basa en la prestación de hospedaje no duradero y remunerada, a personas nacionales o extranjeras, teniendo en cuenta los requisitos correspondientes según el reglamento de alojamientos turísticos del Ecuador y se clasifican en distintos tipos como se muestra en la Figura 4 (MINTUR, 2016).

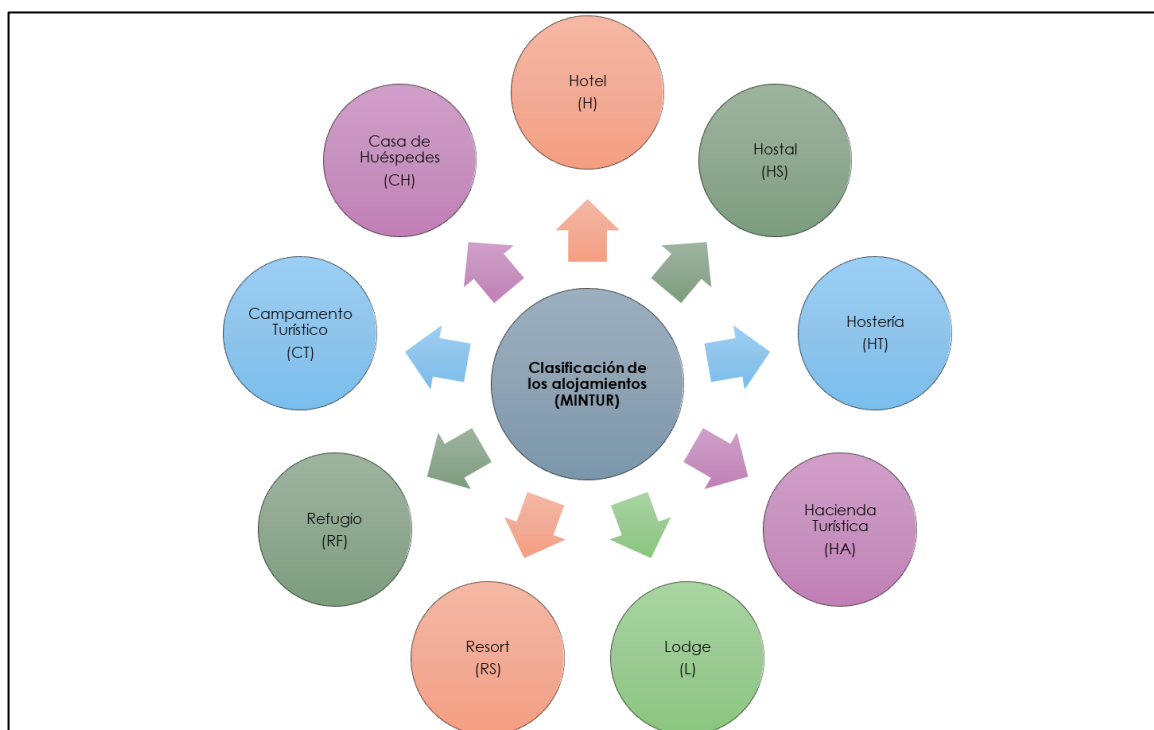


Figura 4. Clasificación de los alojamientos turísticos
Fuente. Reglamento de alojamiento turístico

2.2.15. Hotel

En el reglamento de alojamientos turísticos del Ecuador se indica que un hotel es un establecimiento que posee instalaciones necesarias para ofrecer servicio de alojamiento, cuenta con habitaciones particulares, baño privado, ofrecer el servicio de alimento y bebidas y mínimo debe contar con 5 habitaciones (MINTUR, 2016).

Conforme al Catastro de establecimientos turísticos (2025) en el cantón Cayambe se registran 2 establecimientos que son de tipo hoteles y en el cantón Pedro Moncayo se registran 4 establecimiento que son de tipo hoteles, cada uno presenta su categoría correspondiente que en este caso es de 2 a 5 estrellas como se proporciona en la Tabla 1 y Tabla 2.

2.2.16. Hostería

Según el reglamento de alojamiento turístico del Ecuador menciona que las hosterías son aquellas instalaciones que cuentan con los elementos necesario para realizar el servicio de hospedaje, adicional a esto deben tener habitaciones o cabañas privadas, baños privados, cuenta con zonas ajardinadas, áreas verdes, zonas de diversión, estacionamientos y deberá contar con mínimo 5 habitaciones (MINTUR, 2016).

Conforme al Catastro de establecimientos turísticos (2025) en el cantón Cayambe se registran 2 establecimientos que son de tipo hosterías y en el cantón Pedro Moncayo se registran 4 establecimientos que son de tipo hosterías, cada uno presenta su categoría correspondiente que en este caso es de 3 a 5 estrellas como se muestra en la Tabla 3 y Tabla 4.

Tabla 1. Hoteles registrados del cantón Cayambe

Establecimientos tipo hoteles del cantón Cayambe	
Nombre del establecimiento	Categoría
Plaza Hotel María Isolina	5 estrellas
El Torreal	3 estrellas

Fuente: (Catastro de alojamiento turístico, 2025)

Tabla 2. Hoteles registrados del cantón Pedro Moncayo

Establecimientos tipo hoteles del cantón Pedro Moncayo	
Nombre del establecimiento	Categoría
Jardín Del Cajas Boutique	3 estrellas
Hotel Emperatriz	2 estrellas
La Fogata	2 estrellas
Añango	2 estrellas

Fuente: (Catastro de alojamiento turístico, 2025)

Tabla 3. Hosterías registradas del cantón Cayambe

Establecimientos tipo hosterías del cantón Cayambe	
Nombre del establecimiento	Categoría
Hacienda Guachalá	3 estrellas
Los Olivos J & M Hostería	3 estrellas

Fuente: (Catastro de alojamiento turístico, 2025)

Tabla 4. Hosterías registradas del cantón Pedro Moncayo

Establecimientos tipo hosterías del cantón Pedro Moncayo	
Nombre del establecimiento	Categoría
Hostería Rancho Manabita	3 estrellas
Hostería Chaskalicos	3 estrellas
Villa Claudia	3 estrellas
Hostería San Luis	5 estrellas

Fuente: (Catastro de alojamiento turístico, 2025)

En conclusión, si bien se identificaron 12 establecimientos de alojamiento en el catastro del año 2025, la investigación se llevó a cabo únicamente en 9 establecimientos entre hoteles y hosterías, distribuidos en 3 del cantón Cayambe y 6 del cantón Pedro Moncayo. Esta delimitación responde a varias circunstancias particulares.

En primer lugar, la Hostería Villa Claudia, ubicada en la parroquia Malchingui del cantón Pedro Moncayo, consta en el catastro turístico como establecimiento de alojamiento; sin embargo, actualmente no ofrece servicios de hospedaje al público en general, limitando su actividad únicamente a la organización de eventos privados, esta información fue notificada por la gerente propietaria del establecimiento. Aunque la Dirección de Turismo manifestó que dicho establecimiento si dispone de hospedaje, este se gestiona de manera interna y restringida, sin apertura a clientes externos.

De igual manera, el Hotel Jardín del Cajas Boutique, perteneciente al cantón Pedro Moncayo, no otorgo la autorización para la aplicación de las encuestas, por motivo de privacidad, situación que fue confirmada por el gerente del establecimiento. Finalmente, en el caso del Hotel Torreal del cantón Cayambe, tampoco fue posible realizar el levantamiento de información, debido a que actualmente no recibe huéspedes con regularidad y se encuentra operando principalmente como espacio para eventos.

Por estas razones, se determinó trabajar únicamente con los 9 establecimientos que cumplieron con las condiciones necesarias para la investigación.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque cuantitativo

Cely et al. (2023) afirma que:

El enfoque cuantitativo se emplea, sobre todo, en aquellos procesos que pueden ser medidos o cuantificados, ya que se basa en datos numéricos que permiten obtener resultados relacionados con la frecuencia, la medición y ciertos parámetros. A través de este método, es posible comprobar hipótesis previamente establecidas. Una de sus principales características es la objetividad, además de seguir un razonamiento deductivo. En esta perspectiva, la recolección de datos es fundamental para contestar a las preguntas de investigación. También, es necesario realizar una evaluación de la literatura existente para garantizar la veracidad y el respaldo teórico de los resultados obtenidos. (p. 20)

En la vigente investigación se adopta el enfoque cuantitativo, dado que se busca comprobar una hipótesis que analiza el vínculo entre la gestión del talento humano y la satisfacción de los clientes en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo. Al abordar estas dos variables a través de datos cuantificables, se logra un diagnóstico más detallado, lo que permite identificar los motivos que influyen en la interacción entre ambas variables.

3.1.2. Tipo de Investigación

- Investigación descriptiva

Según Cely et al. (2023):

Esta investigación tiene como propósito interpretar la naturaleza de los objetos, centrándose en un nivel secundario que permite recopilar información detallada sobre las características, dimensiones y aspectos relacionados con las personas. Este tipo de estudio resulta útil para mostrar con precisión las distintas perspectivas de un fenómeno. Por esta razón, este nivel de investigación, conocido como "investigación diagnóstica", es ideal para ser

implementado en instituciones de educación superior, ya que su desarrollo es más sencillo y efectivo. (p. 47)

Esta clase de investigación se emplea con el fin de obtener una descripción detallada de las variables de investigación y de cada uno de los factores que las conforman. Además, sirve como base fundamental para futuros estudios que contribuyan a la búsqueda de soluciones efectivas.

- Investigación de campo

Según Haro Sarango et al. (2024) "Se realiza en el ambiente donde suceden los acontecimientos de interés, lo que facilita su interpretación dentro del contexto real" (p.963).

Este tipo de investigación se emplea debido a que la obtención de información se lleva a cabo de forma directa en los hoteles y hosterías, así como con los clientes de cada uno de los establecimientos ubicados en los cantones Cayambe y Pedro Moncayo.

- Investigación correlacional

Según Cely et al. (2023), Su meta es identificar la conexión o asociación entre dos o más variables en el ámbito de un contexto específico. En el estudio, generalmente se examinan tres o más variables, aunque en algunas circunstancias se analiza la relación entre dos variables.

Se seleccionó por este modelo de investigación debido a la necesidad de relacionar las variables entre sí tras el análisis de los desenlaces obtenidos, lo que permitirá comprobar las hipótesis planteadas.

3.1.3. Técnicas e instrumentos

- Técnicas

Encuesta

Según Medina et al. (2023) la encuesta es un método utilizado a menudo en estudios para recopilar información de muchas personas, esta técnica es adaptable y accesible, ayuda a recopilar información sobre acciones, puntos de vista, disposiciones y estadísticas demográficas de un determinado grupo. Su utilización puede ocurrir a través de múltiples canales, incluidas plataformas en línea, diálogos telefónicos, comunicaciones postales o interrogatorios personales.

Esta técnica se utilizará porque permite obtener datos cuantificables, para poder identificar con mayor facilidad los aspectos importantes para analizar la asociación entre las dos variables de investigación, para ello, se aplicarán dos cuestionarios uno para saber sobre la gestión dentro de la empresa (personal) y otro para conocer la satisfacción del cliente.

- Instrumento

Cuestionario

Según Medina et al. (2023) el cuestionario es un implemento para la recopilación de datos, pero su aplicación requiere responsabilidad y precisión. Cuando está bien estructurado y aplicado correctamente, puede ofrecer información relevante y confiable. En cambio, un diseño deficiente puede generar resultados inexactos o sesgados. Por ello, es fundamental garantizar que su elaboración y aplicación sean adecuadas para obtener datos precisos y verídicos.

Se seleccionó este instrumento para la recolección de información tanto del personal como de los clientes, con el propósito de analizar las dos variables de estudio. Para ello, se empleará un cuestionario estructurado, lo que permitirá una mejor sistematización y análisis de los resultados obtenidos.

3.2. HIPÓTESIS

H1.- Existe relación de la gestión del talento humano en la satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo.

H0. - No existe relación de la gestión del talento humano en la satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

A continuación, se muestra la operacionalización de las variables de investigación, que muestran una fase crucial en la creación del estudio, ya que permite la disección de cada variable en dimensiones e indicadores, permitir la elaboración de instrumentos y su uso posterior.

Tabla 5. Definición y Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicador	Técnica	Instrumento
Independiente				
<p>Gestión del Talento Humano</p> <p>La administración del talento humano implica utilizar métodos, estrategias y enfoques destinados a reclutar, nutrir y retener al personal dentro de una empresa, garantizando sus habilidades y capacidades para alcanzar los objetivos planteados de la organización, esto implica procedimientos como la selección, capacitación, evaluar e incentivar al personal, apuntando no solo a la eficiencia de la empresa, sino también en el bienestar en el trabajo (Chiavenato, 2009).</p>	Integrar personas	Reclutamiento Selección Orientación		
	Organizar a las personas	Cultura empresarial Evaluación de puestos Estructuración de puestos Evaluación de rendimiento Remuneración		
	Recompensar a las personas	Incentivos Prestación Desarrollar		
	Desarrollar a las personas	Capacitaciones Crecimiento organizacional Calidad de vida		
	Retener a las personas	Higiene y seguridad Relaciones laborales y los sindicatos Banco de datos	Encuesta	Cuestionario
	Auditar a las personas	Sistemas e información administrativa		
Dependiente				
<p>Satisfacción del cliente</p> <p>Zárraga et al. (2018) señala que la satisfacción del cliente se puede tener en cuenta como una evaluación de un bien o servicio, tomando en cuenta si este ha ejecutado con la necesidades y proyecciones del cliente, la satisfacción está relacionada con el placer que la persona percibe al momento de adquirirlo o consumirlo.</p>	Expectativas	Expectativas de bienes y servicios Insatisfacción		
	Rendimiento percibido	Satisfacción Complacencia		
	NPS	Grado de satisfacción expresada como recomendación de terceros		

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

- Analítico- sintético

Según Bernal (2010) Este es un método simple que explora los hechos a través de la división del objeto del conocimiento en sus elementos constitutivos y luego los considera desde el punto de vista de la evaluación. Finalmente, se combinan nuevamente para ser tomados en cuenta desde la perspectiva de una acción global y completa, es la síntesis.

Se optó por utilizar este método debido a que facilitará el análisis de las dos variables de investigación, permitiendo posteriormente efectuar una síntesis de los datos y resultados logrados.

- Inductivo- deductivo

Según Bernal (2010) Este es un segundo tipo de razonamiento, un método de inferencia que se basa en la lógica analítica y se relaciona con el análisis de hechos separados. De una manera, es deductivo, simplemente cuando se va desde lo general hasta lo particular. Sin embargo, en otro sentido, también es inductivo, ya que funciona en una dirección opuesta. De facto, es de particular a general.

Este método contribuirá en la elaboración del marco teórico de las dos variables, permitiendo con posterioridad deducir su nivel de relación.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Población

Variable 1.- gestión del talento humano de los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo.

Variable 2.- satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo.

Para realizar el análisis de la variable independiente se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que solo se necesitó la participación de grupos específicos perteneciente a cada establecimiento.

Para el estudio de la variable dependiente se trabajó con una muestra finita, debido a que se conoce la capacidad de carga que tienen los hoteles y hosterías participantes en la investigación, determinada a partir del número total de plazas que dispone cada establecimiento que suman 411 plazas.

Muestra

Se aplicó un muestreo probabilístico aleatorio simple con afijación proporcional, en el cual manifiesta que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser seleccionados, para su identificación se asignó un número a cada elemento. Garantizando que el proceso de selección no influya en la exclusión o aceptación de otros elementos.

$$n = \frac{Z^2 Npq}{(N - 1)e^2 + z^2 pq}$$

Donde:

n= Número total de plazas = 411

E= Error muestral= 0,05

Z= El nivel de confianza depende del valor z = 95% (1,96)

p= Probabilidad de que un evento estudiado suceda= 0,50

q= Probabilidad de que un evento estudiado no suceda= 0,50

$$n = \frac{1,96^2 (411)(0,50) * (0,50)}{(411)(0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = \frac{394,7244}{1,9879} = 198,56$$

$$n = 199$$

Tabla 6. Número de plazas de hoteles y hosterías del cantón Cayambe

Hoteles y hosterías del cantón Cayambe	Número de plazas
Plaza Hotel María Isolina	26
Hacienda Guachalá	22
Los Olivos J & M Hostería	55

Fuente: (Catastro de alojamiento turístico del cantón Cayambe, 2025)

Tabla 7. Número de plazas de hoteles y hosterías del cantón Pedro Moncayo

Hoteles y hosterías del cantón Pedro Moncayo	Número de plazas
Hotel Emperatriz	27
La Fogata	10
Añango	37
Hostería Rancho Manabita	52
Hostería Chaskalicos	62
Hostería San Luis	120

Tabla 8. Asignación de encuestas para los clientes

Hotel y hosterías	Número de plazas	Peso proporcional	Asignación proporcional
Plaza Hotel María Isolina	26	6,32 %	13
Hacienda Guachalá	22	5,35 %	11
Los Olivos J & M Hostería	55	13,38 %	27
Hotel Emperatriz	27	6,56 %	13

La Fogata	10	2,43 %	5
Añango	37	9,00 %	18
Hostería Rancho Manabita	52	12,65 %	25
Hostería Chaskalicos	62	15,08 %	30
Hostería San Luis	120	29,19 %	57
Total	411	100 %	199

Prueba de hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis se utilizó la prueba del Chi-cuadrado, la cual permitió saber si existe relación entre las dos variables de la investigación. En este estudio, las variables analizadas fueron la gestión del talento humano y satisfacción del cliente. En la Tabla 9 se muestra los resultados obtenidos.

Tabla 9. Comprobación de hipótesis

Prueba de Chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado	419,132	16	,000
Razón de verosimilitud	202,227	16	,000
Asociación lineal por lineal	105,791	1	,000
N de casos válidos	199		

De acuerdo con el valor de significancia alcanzado es de ($p= 0,000$), el cual es inferior a lo determinado de 0,05. Por lo tanto, se aprueba la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula, esto evidencia que existe una relación entre la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

En este segmento se presentan los resultados conseguidos a partir de los instrumentos aplicados a las dos variables de estudio. La primera variable se enfoca en la gestión del talento humano en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo, mientras que la segunda variable aborda a la satisfacción del cliente. Posteriormente, toda la información recolectada fue procesada e interpretada rigurosamente mediante el programa estadístico SPSS, con el objetivo de analizar y relacionar las variables mencionadas. Para alcanzar una visión más específica y amplia de la situación, los datos fueron analizados de forma separada por cantón, considerando las distintas respuestas dadas por el personal de los establecimientos y los clientes, para finalmente realizar la elaboración de una tabla de comparación para contrastar los hallazgos en cada variable entre los dos cantones.

- **CANTÓN CAYAMBE**

4.1.1. Resultados de la gestión del talento humano cantón Cayambe

En este apartado, se exponen los resultados generales obtenidos de la evaluación de la gestión del talento humano, el análisis se presenta a través de las distintas dimensiones que conforman este proceso dentro de los hoteles y hosterías del cantón Cayambe. De la tabla 10 a la 21 se presentan los resultados de la variable independiente de ambos cantones.

Tabla 10. Proceso de integración

PROCESO DE INTEGRACIÓN		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	58,3%
NO	2	41,7%
TOTAL	6	100,0%

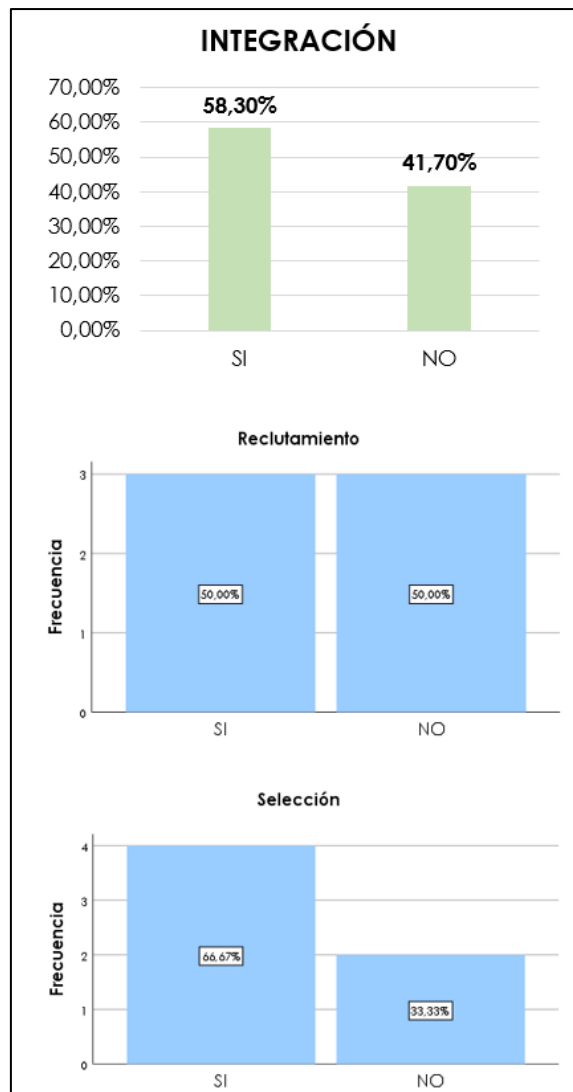


Figura 5. Proceso de integración

En los hoteles y hosterías del cantón Cayambe, los indicadores que conforman la dimensión de integración muestran un cumplimiento del 58,3% en los procesos de reclutamiento y selección. Este valor se clasifica como moderado. Esto indica que si bien los procedimientos de reclutamiento como los comunicados, posters, avisos o incluso accensos internos se aplican de forma básica, el porcentaje obtenido sugiere la existencia de posibles mejoras en las técnicas de selección del personal, tales como las pruebas de conocimiento, competencias o simulación.

Tabla 11. Proceso de organización

PROCESO DE ORGANIZACIÓN		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	86,7%
NO	1	13,3%
TOTAL	6	100,0%

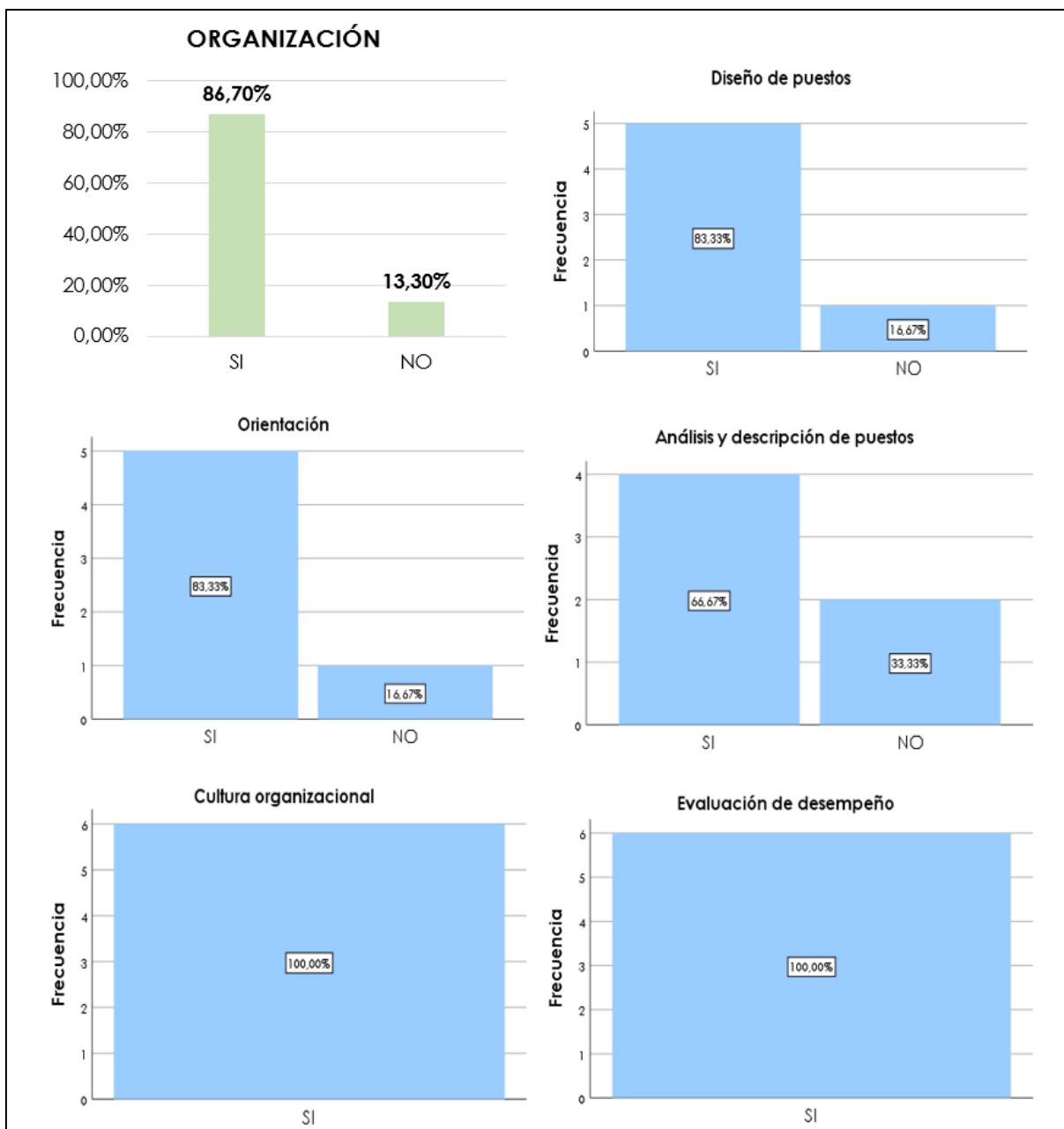
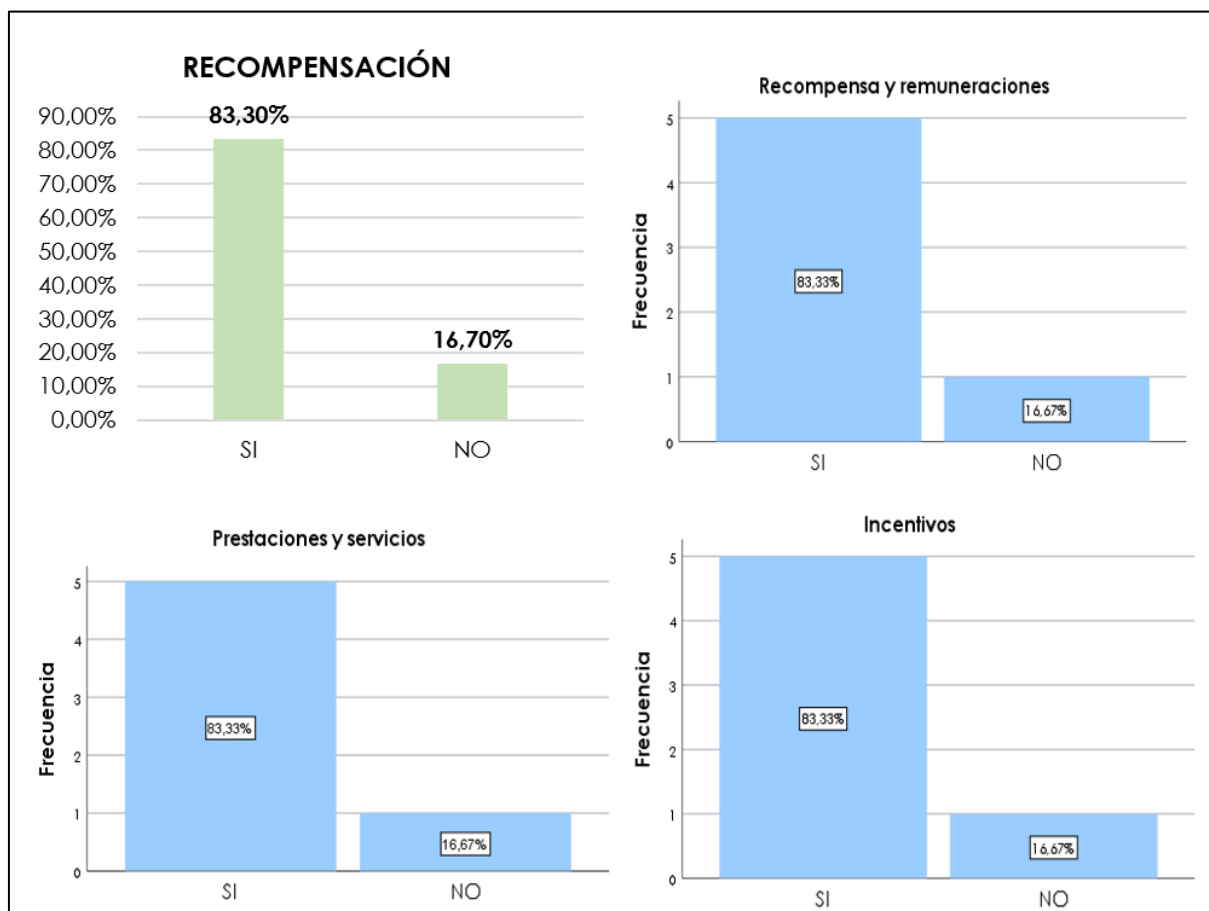


Figura 6. Indicadores del proceso de la organización

En el proceso de la organización se ha detectado un porcentaje altamente satisfactorio con el 86,70% de cumplimiento en los indicadores de estructuración y análisis de puestos, orientación, cultura organizacional y evaluación del desempeño. Esto evidencia que el personal de los hoteles y hosterías son conscientes de las actividades que debe desempeñar, de las áreas en las que deben laborar y en qué condiciones deben realizar su trabajo, todo ello acompañado de un seguimiento constante que le permite evaluar y mejorar su rendimiento laboral.

Tabla 12. Proceso de recompensa

PROCESO DE RECOMPENSACIÓN		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	83,3%
NO	1	16,7%
TOTAL	6	100,0%

**Figura 7.** Indicadores del proceso de recompensación

En el proceso de recompensación se diagnostica un cumplimiento del 83,30%, el cual abarca los indicadores de: recompensa y remuneración, prestaciones y servicios e incentivos. Todos estos elementos son muy importantes para los trabajadores ya que es una manera de motivar al momento que desarrollan las actividades asociadas.

Tabla 13. Proceso de desarrollo

PROCESO DE DESARROLLO		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	88,9%
NO	1	11,1%
TOTAL	6	100,0%

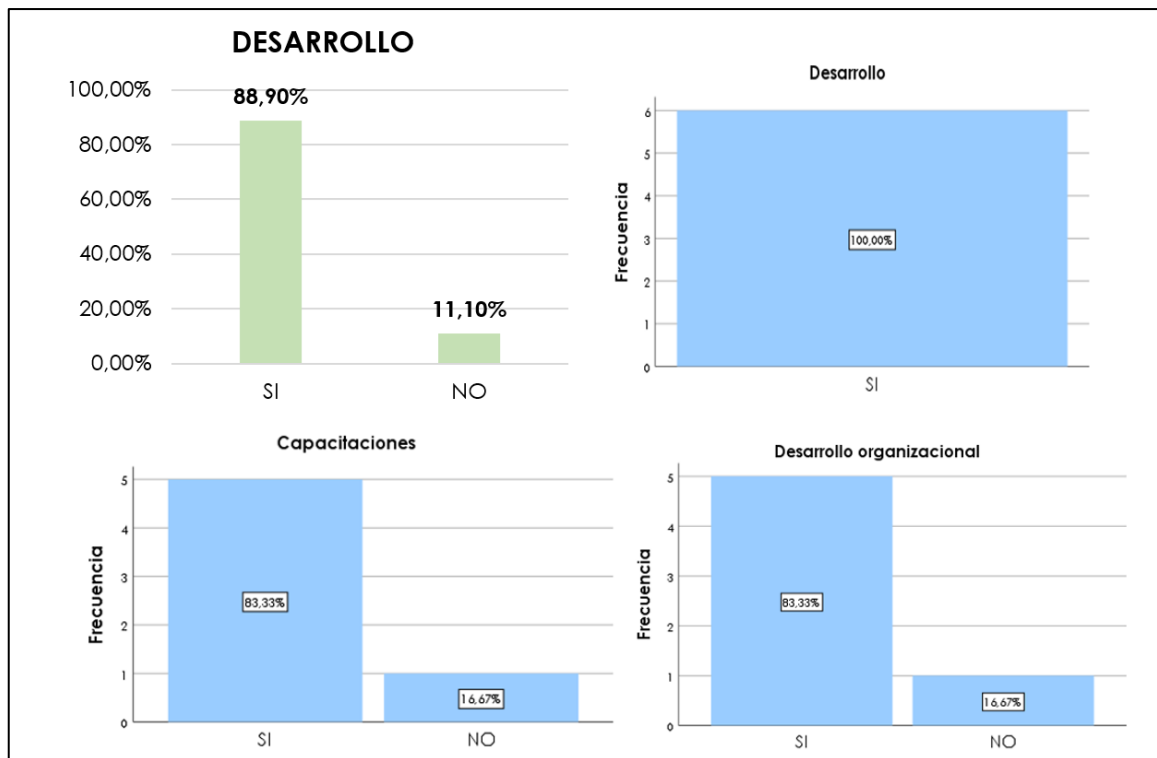


Figura 8. Indicadores del proceso de desarrollo

En el proceso de desarrollo se evidencia un cumplimiento del 100% en lo referente a la contribución y preparación de las personas para el futuro. Asimismo, se identifica un 83,33% de cumplimiento en el ámbito de desarrollo organizacional, lo que demuestra que los establecimientos valoran y reevalúan su estructura organizacional a través de etapas y las colaboraciones. Por otra parte, el 83,33% de los empleados han aceptado capacitaciones que fortalecen sus actitudes y habilidades, permitiéndoles desempeñarse de manera adecuada en sus actividades designadas. Este último aspecto resulta más importante pues permite el crecimiento tanto personal como empresarial.

Tabla 14. Proceso de retención

PROCESO DE RETENCIÓN		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	88,9%
NO	1	11,1%
TOTAL	6	100,0%

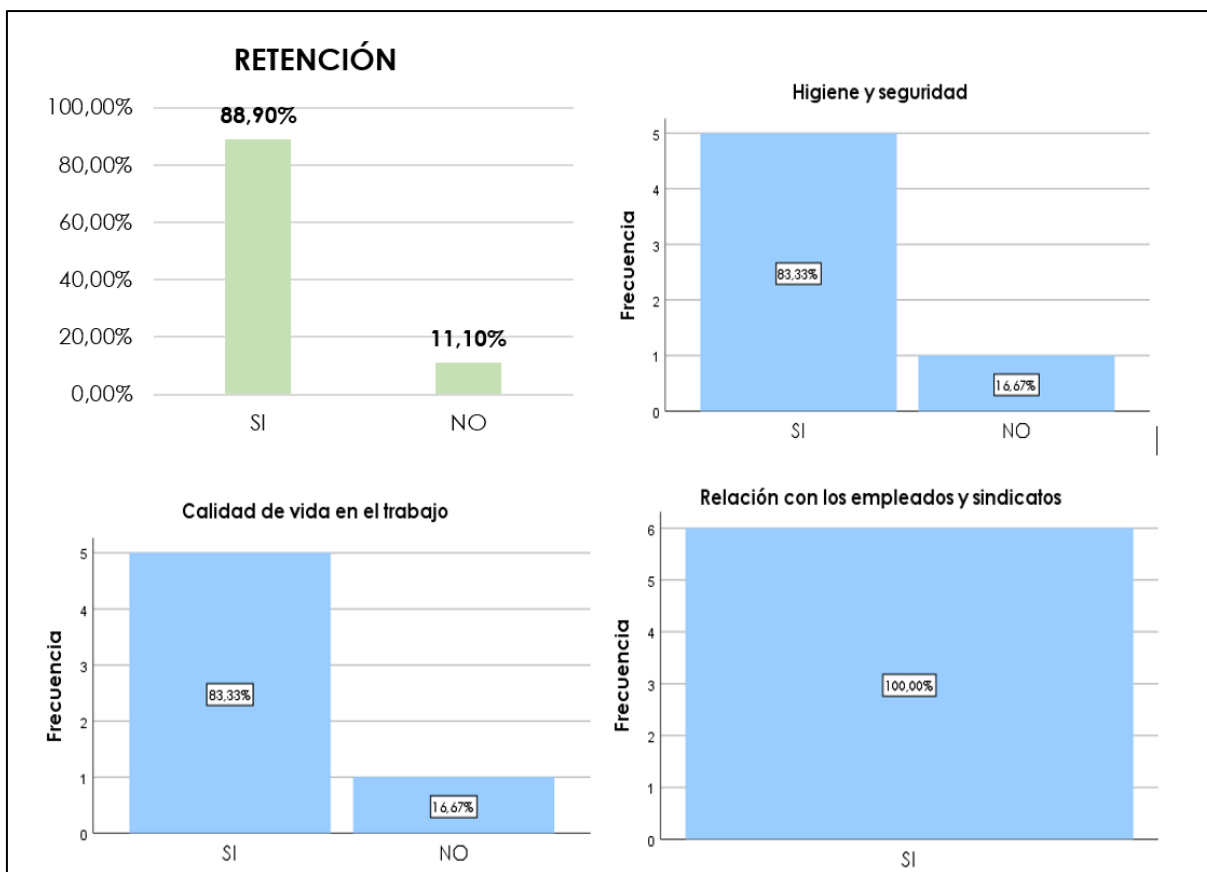


Figura 9. Indicadores del proceso de Retención

En este proceso se identificó que el 83,33% de los establecimientos ofrecen un entorno laboral adecuado, garantizando las exigencias de salud y seguridad dentro de la empresa, también el 83,33% desarrollan técnicas orientadas a fomentar la calidad de vida en el desempeño de las actividades. De igual manera, el 100% de los empleados manifiestan buenas relaciones con los superiores. Estos resultados evidencian que el personal se desenvuelve en un ambiente laboral saludable y seguro, donde sus necesidades son escuchadas y atendidas por la empresa y se fomenta una relación positiva entre jefes y subordinados.

Tabla 15. Proceso de supervisión

PROCESO DE SUPERVISIÓN		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	66,7%
NO	2	33,3%
TOTAL	6	100,0%

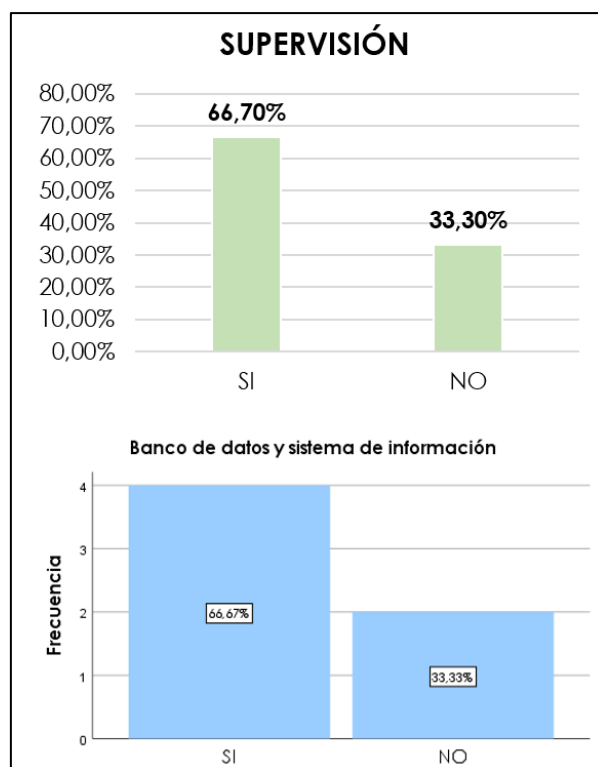


Figura 10. Proceso de Supervisión

Finalmente, en el proceso se logró identificar que el 66,70% de los establecimientos si cuentan con un sistema de registro. Esto quiere decir que estas áreas tienen una estructura que permite tener un control efectivo y se puede realizar la toma de decisiones en base a registro de datos.

- **CANTÓN PEDRO MONCAYO**

4.1.2. Resultados de la gestión del talento humano cantón Pedro Moncayo

En esta sección, se exponen los resultados generales relacionados con las dimensiones que conforman el proceso de la gestión del talento humano en los hoteles y hosterías del cantón Pedro Moncayo.

Tabla 16. Proceso de integración

PROCESO DE INTEGRACIÓN		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	25	72,1%
NO	9	27,9%
TOTAL	34	100,0%

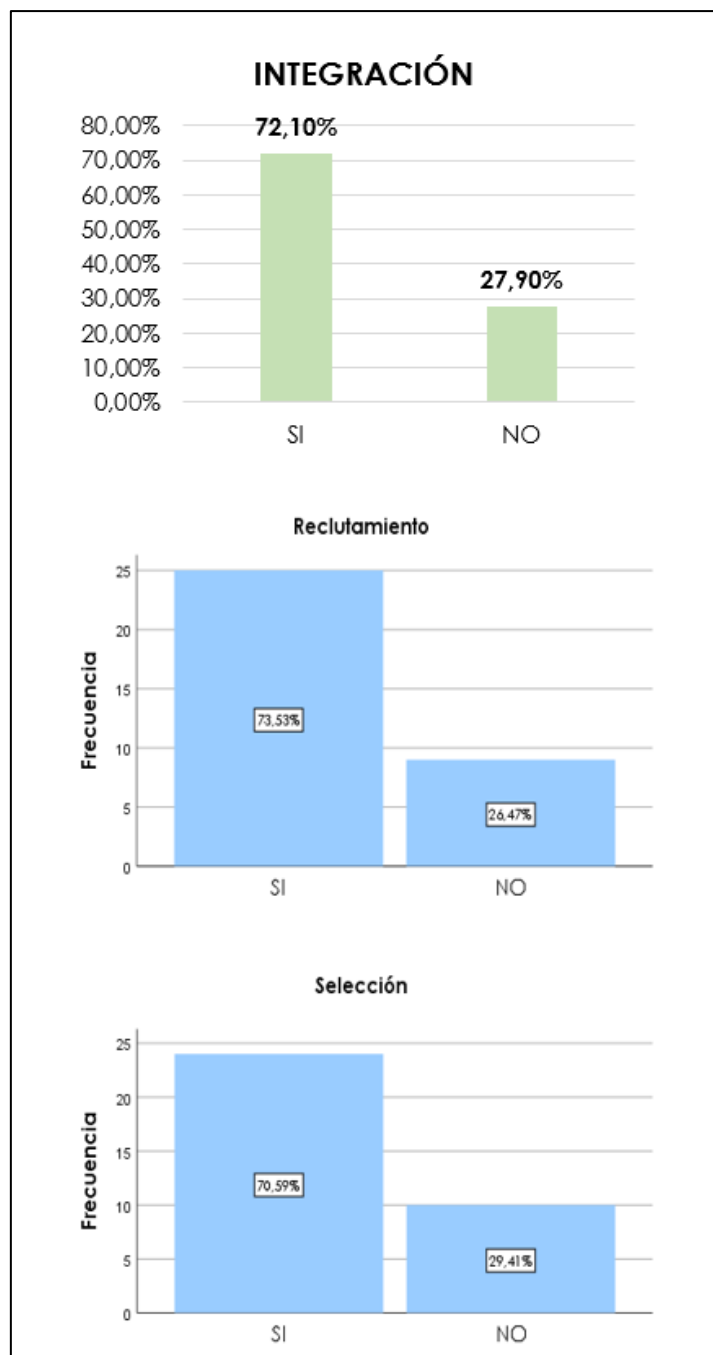


Figura 11. Proceso de integración

En los hoteles y hosterías del cantón Pedro Moncayo, las métricas que conforman la dimensión de integración presentan un cumplimiento del 72,10% en los procesos de reclutamiento y selección. Esto indica que las técnicas de reclutamiento como los anuncios, carteles, avisos o incluso accensos internos se aplican de forma adecuada, lo que contribuye a la implementación de buenas técnicas de selección de personal, tales como las pruebas de conocimiento, habilidades o simulación.

Tabla 17. Proceso de organización

PROCESO DE ORGANIZACIÓN		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	31	90,0%
NO	3	10,0%
TOTAL	34	100,0%

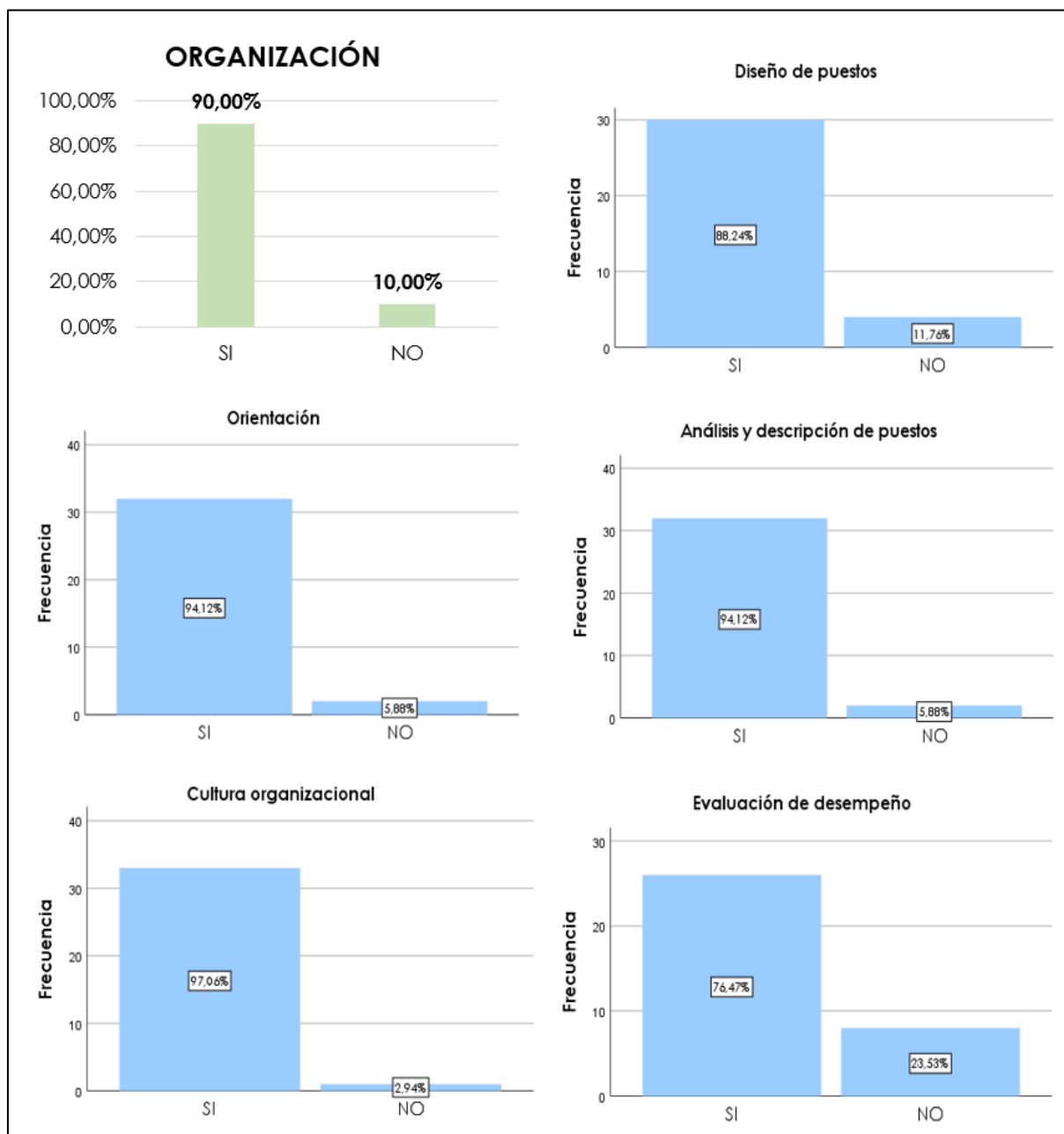


Figura 12. Indicadores del proceso de la organización

En el proceso de la organización se ha localizado un porcentaje favorable de cumplimiento en los indicadores de diseño y análisis de puestos, orientación, cultura organizacional y evaluación del desempeño. Esto evidencia que el personal de los hoteles y hosterías son conscientes de las actividades que debe desempeñar, de las áreas en las que deben laborar y en qué condiciones deben realizar su trabajo,

todo ello acompañado de un seguimiento constante que le permite evaluar y mejorar su desempeño laboral.

Tabla 18. Proceso de recompensa

PROCESO DE RECOMPENSACIÓN		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	57,8%
NO	14	42,2%
TOTAL	34	100,0%

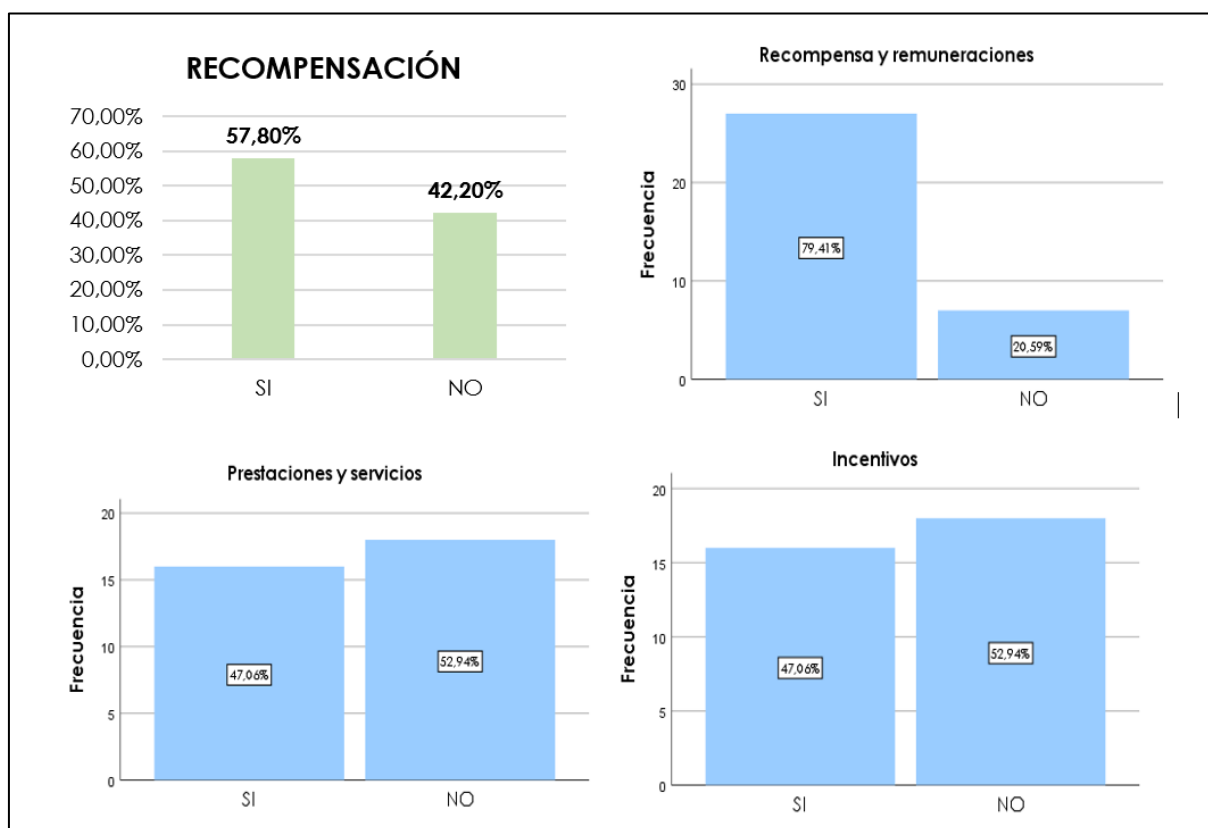


Figura 13. Indicadores del proceso de recompensación

En este proceso se detecta el cumplimiento con referente a los indicadores de recompensa y remuneración, prestaciones y servicios e incentivos. Todos estos elementos son muy importantes para los trabajadores ya que es una manera de motivar al momento que desarrollan las actividades correspondientes.

Tabla 19. Proceso de desarrollo

PROCESO DE DESARROLLO		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	26	76,5%
NO	8	23,5%
TOTAL	34	100,0%

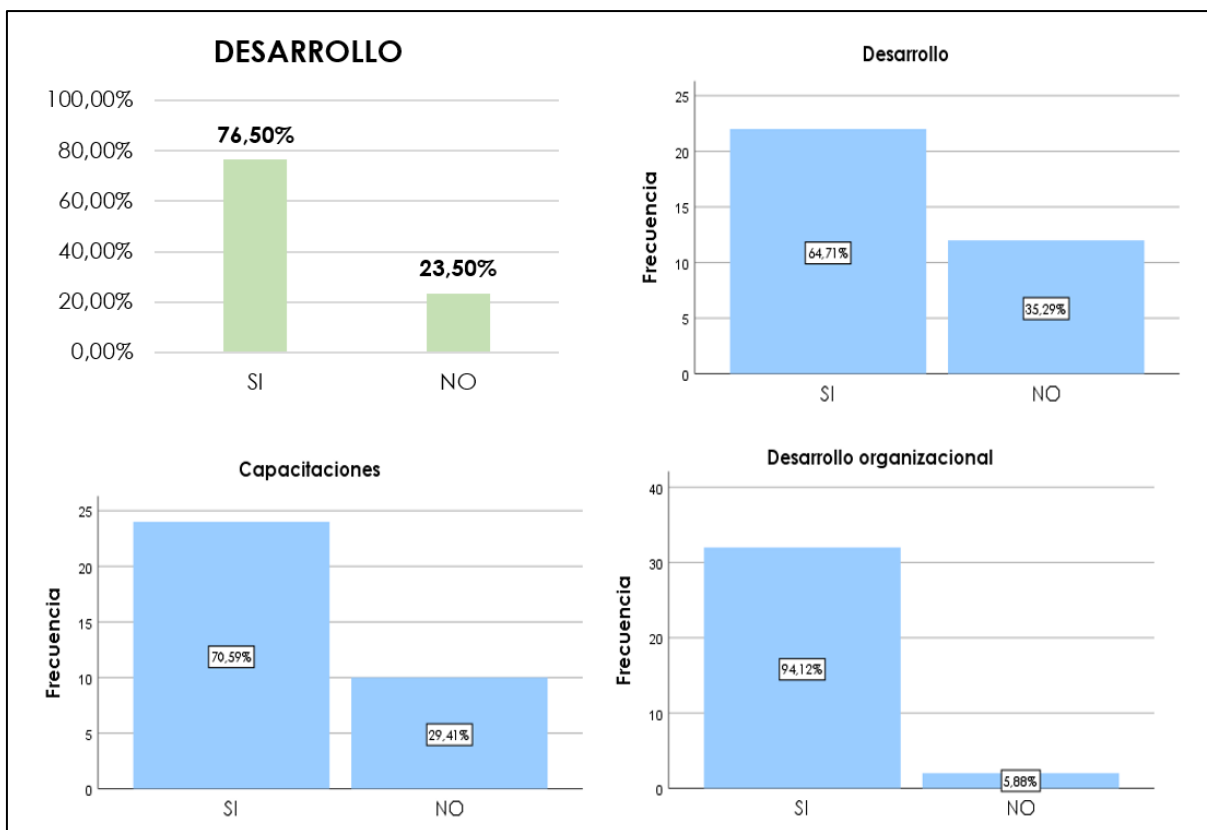


Figura 14. Indicadores del proceso de desarrollo

En el proceso de desarrollo se evidencia un cumplimiento del 64,71% en lo referente a la contribución y preparación de las personas para el futuro. Asimismo, se identifica un 94,12% de cumplimiento en el ámbito de desarrollo organizacional, lo que demuestra que los establecimientos estiman y auditan su estructura organizacional a través de procesos y las colaboraciones. Por otra parte, el 70,59% de los empleados han ratificado capacitaciones que fortalecen sus actitudes y habilidades, permitiéndoles desempeñarse de manera adecuada en sus actividades designadas. Este último aspecto resulta más importante pues permite el crecimiento tanto personal como empresarial.

Tabla 20. Proceso de retención

PROCESO DE RETENCIÓN		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	88,2%
NO	4	11,8%
TOTAL	34	100,0%

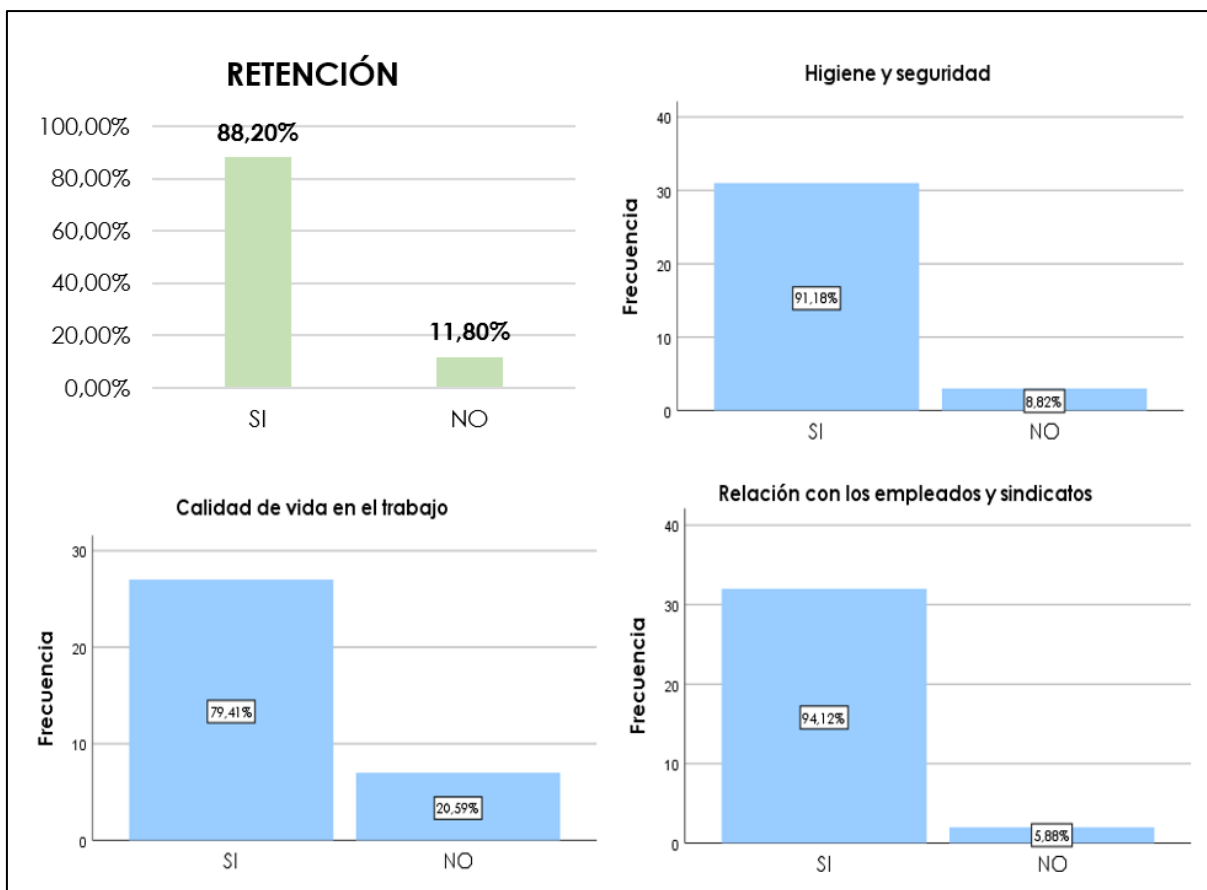


Figura 15. Indicadores del proceso de Retención

En este proceso se identificó que el 91,18% de los establecimientos ofrecen un entorno laboral adecuado, garantizando las pautas de salud y seguridad dentro de la empresa, también el 79,41% desarrollan técnicas orientadas a promover la calidad de vida en el desempeño de las actividades. De igual manera, el 94,12% de los empleados manifiestan buenas relaciones con los superiores. Estos resultados evidencian que el personal se desenvuelve en un ambiente laboral saludable y seguro, donde sus necesidades son escuchadas y atendidas por la empresa y se fomenta una relación positiva entre jefes y dependientes.

Tabla 21. Proceso de supervisión

PROCESO DE SUPERVISIÓN		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	64,7%
NO	12	35,3%
TOTAL	34	100,0%

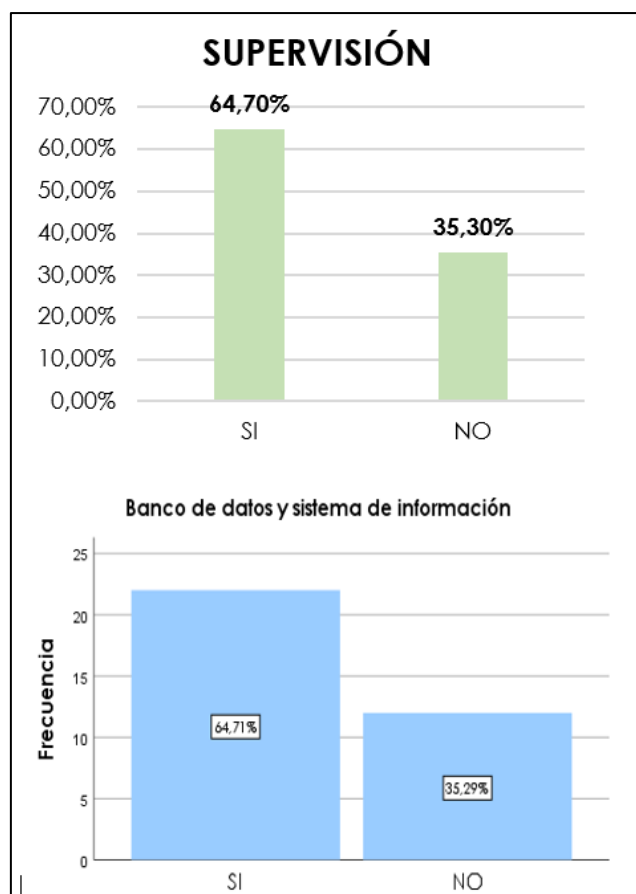


Figura 16. Proceso de Supervisión

En última instancia, en el proceso se logró identificar que el 64,71% de los establecimientos si cuentan con un sistema de registro. Esto quiere decir que estas áreas tienen una estructura que permite tener un control efectivo y se puede realizar la toma de decisiones en base a registro de datos, no obstante, este valor revela la presencia de deficiencias en este proceso, debido a que se mantiene por debajo del porcentaje como umbral de excelencia, este resultado aconseja la necesidad de potenciar estrategias con el fin de mejorar el desempeño en este aspecto.

A continuación, se presenta en la Tabla 22. Una comparación que sintetiza los principales hallazgos de la variable independiente: gestión del talento humano. El objetivo es contrastar los resultados obtenidos en el cantón Cayambe con aquellos del cantón Pedro Moncayo.

Tabla 22. Tabla comparativa de la gestión del talento humano

CANTÓN CAYAMBE	CANTÓN PEDRO MONCAYO
<ul style="list-style-type: none">- En el cantón Cayambe el cumplimiento de la gestión del talento humano muestra rangos moderados en los procesos de integración y supervisión. En cuanto al reclutamiento y selección del personal obtiene un 58,3%.- Se pudo evidenciar que la estructura organizacional es sólida mostrando un porcentaje de 86,7%, permitiendo que los empleados conozcan las actividades y las áreas de trabajo de cada establecimiento.- En cuanto al proceso de recompensación alcanzo un 83, 3%, esto quiere decir que las motivaciones, los incentivos, remuneraciones y presentaciones si se las reconoce a los empleados.- En el proceso de desarrollo, la capacitación y desarrollo alcanzan el 88,9%, donde les permiten mejorar las habilidades y tener una preparación futura de los trabajadores.- El proceso de retención muestra que existen las buenas relaciones laborales dentro de la empresa ya que alcanzo el 100%, demuestra que las relaciones son positivas entre empleados y superiores. Además, el clima laboral es saludable ya que brindan las condiciones adecuadas en seguridad y en la calidad de vida.- En cambio, en el proceso de supervisión se obtuvo un 66,7%, esto quiere decir que no se alcanza un nivel excelente en el control de registro de las áreas ni del personal.	<ul style="list-style-type: none">- En el canto Pedro Moncayo la gestión del talento humano obtuvo porcentajes más altos en los procesos de integración y organización.- El reclutamiento y la selección de los empleados es adecuada obtuvo un 72,1%, esto significa las técnicas que utilizan para el reclutamiento son más bien estructuradas y eso permite una selección apropiada.- En el proceso organizacional se alcanzó un 90%, donde se demuestra claridad en las funciones, orientación y la evaluación del desempeño del personal.- En cuanto al proceso de recompensación pues se muestra más débil ya que obtuvo el 57,8%, esto quiere decir que en los establecimientos del cantón Pedro Moncayo existe menos incentivos y remuneraciones en comparación del cantón Cayambe.- En cuanto al proceso de desarrollo del personal es un tanto satisfactorio obtuvo el 76,5%, esto quiere decir que aún existen limitaciones en cuanto a las capacitaciones y el mejoramiento de las habilidades del personal.- En cuanto a las relaciones entre empleados y superiores son muy sólidas ya que alcanzo un 94,12% y el entorno laboral es muy bueno ya que tienen excelentes condiciones de salud y de seguridad.- En cuanto al proceso de supervisión pues es un nivel moderado alcanzo un 64,7%, lo que significa que los registros y el control funcionan, pero no es óptimo para las empresas.

4.1.2. Resultados de la satisfacción del cliente Cantón Cayambe

En esta sección se exponen los resultados correspondientes al cantón Cayambe. Estos se detallan a través del análisis de cada una de las dimensiones que componen la variable dependiente: satisfacción del cliente, proporcionando una visión específica de la situación en este primer territorio. De la tabla 23 a la 29 se presentan los resultados de la variable dependiente de ambos cantones.

- **Dimensión del rendimiento percibido**

Esta dimensión recoge la ponderación que el cliente otorga a la institución con relación al servicio brindado, considerando la percepción y perspectiva personal.

Tabla 23. Síntesis de la valoración del rendimiento percibido

		RENDIMIENTO PERCIBIDO	
		Respuestas	
		N	Porcentaje
CALIF.	Fuertemente desacuerdo	1	1,0%
	Desacuerdo	2	3,9%
	Ni de acuerdo; ni en desacuerdo	8	15,7%
	De acuerdo	31	60,8%
	Fuertemente de acuerdo	9	18,6%
Total		51	100,0%

Con una calificación de 79,4%, los clientes valoran como bueno el rendimiento de los servicios adquiridos durante su estancia.

Seguidamente, se presentan los resultados correspondientes a los indicadores de la dimensión del rendimiento percibido.

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

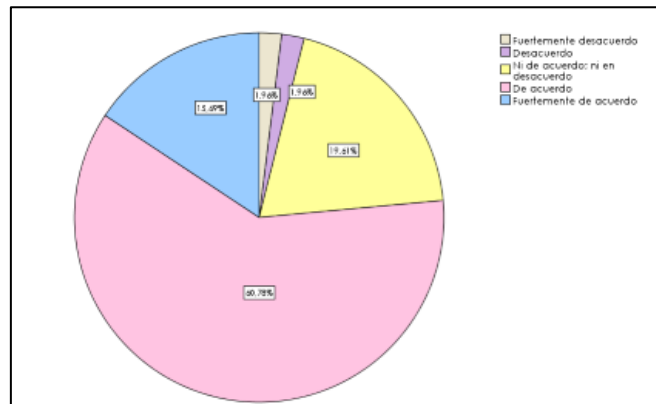


Figura 17. Servicio brindado

Desde la perspectiva de los clientes, el servicio recibido se considera bueno, alcanzando un nivel de aceptación del 76,47%.

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

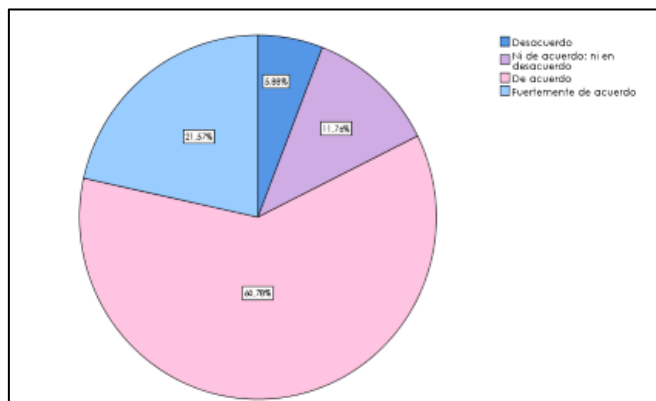


Figura 18. Relación calidad-precio

La relación de calidad-precio del establecimiento se considera altamente positivo, alcanzando un 82,35%, lo que indica que los clientes se muestran conformes con el precio y la calidad de los servicios obtenidos, lo cual se traduce en una alta conformidad con la estructura tarifaria manejada por los establecimientos.

- **Dimensión de expectativas**

Esta dimensión se relaciona con lo que los clientes consideran recibir de los servicios que se ofrecen. Los resultados reflejan experiencias previas, la incidencia de terceros o por promesas realizadas por la misma entidad.

Tabla 24. Síntesis de la valoración de la calificación de las expectativas

		EXPECTATIVAS	
		Respuestas	
		N	Porcentaje
CALIF.	Fuertemente desacuerdo	3	5,9%
	Desacuerdo	6	11,8%
	Ni de acuerdo; ni en desacuerdo	4	8,8%
	De acuerdo	29	56,9%
	Fuertemente de acuerdo	9	16,7%
Total		51	100,0%

La valoración de esta dimensión, en relación con lo que los clientes esperan al momento de obtener los servicios resulta bueno, con un porcentaje del 73,6%, lo que indica una correspondencia favorable entre lo esperado y lo percibido.

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

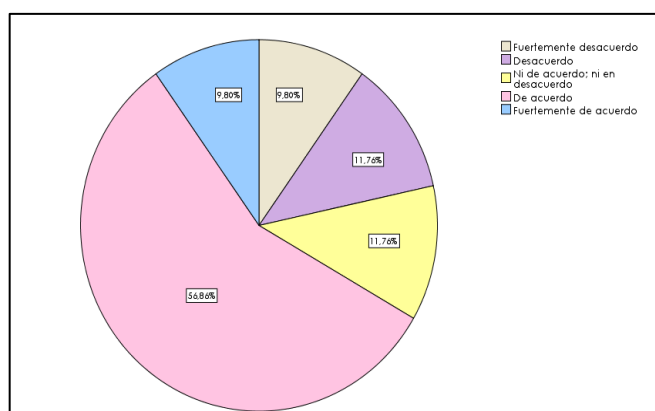


Figura 19. Calidad del servicio

Con un resultado del 66,66% se evidencia que los establecimientos no logran satisfacer plenamente lo prometido por medio de la publicidad, ya sea mediante redes sociales u otros medios de comunicación.

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

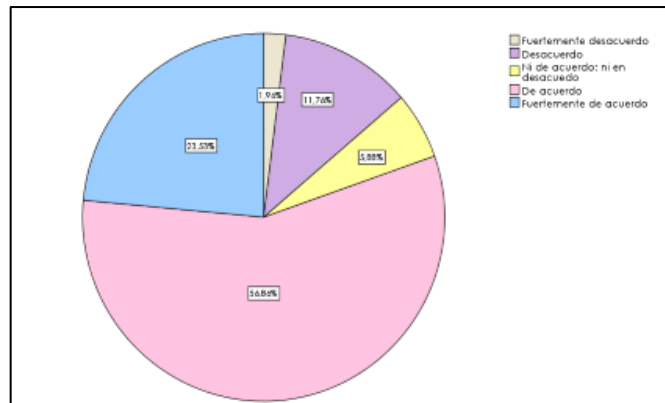


Figura 20. Cumplimiento de expectativas

Los resultados evidencian que un 80,39% de los clientes se encuentran satisfechos con los servicios brindados por los establecimientos, lo que indica que, en general, estos logran cumplir con lo esperado por los usuarios.

- **Dimensión de satisfacción**

Para cerrar este análisis, el apartado expone los resultados respecto del servicio adquirido por el cliente, aquí se puede identificar el grado de lealtad que tiene hacia el establecimiento el cliente.

Tabla 25. Síntesis de la valoración de la satisfacción

		SATISFACCIÓN	
		Respuestas	
		N	Porcentaje
CALIF.	Fuertemente desacuerdo	2	3,9%
	Desacuerdo	4	6,9%
	Ni de acuerdo; ni en desacuerdo	6	10,8%
	De acuerdo	24	49,0%
	Fuertemente de acuerdo	15	29,4%
Total		51	100,0%

La valoración de esta dimensión, en relación con la satisfacción al probar el servicio, alcanzó un porcentaje del 78,4%, lo que indica un valor favorable y un alto nivel de conformidad.

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

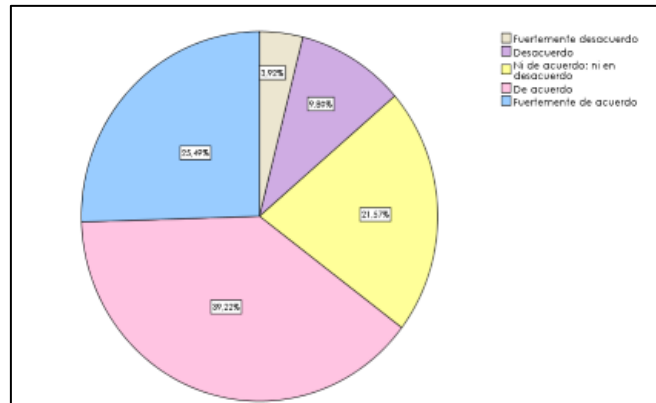


Figura 21. Solicitud de servicio

Los resultados indican que el 64,71% de los clientes estarían dispuestos a solicitar nuevamente algún servicio de estos establecimientos. Sin embargo, este valor se considera bajo para generar lealtad en los clientes.

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

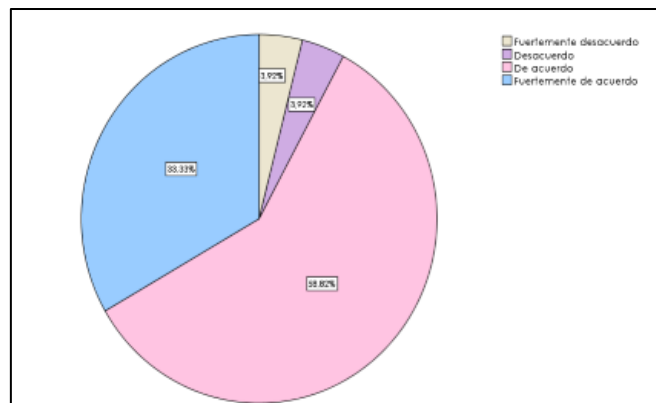


Figura 22. Recomendación

Con una valoración del 92,12%, se observa que los clientes recomendarían los servicios de los establecimientos a terceros, como amigos o familiares. Esto se debe a que los resultados obtenidos en las dimensiones de rendimiento percibido y expectativas alcanzaron porcentajes muy satisfactorios, lo que indica que los servicios brindados por los hoteles y hosterías del cantón Cayambe cumplen con lo que los clientes esperan.

- **Satisfacción del cliente por medio del Net Promoter Score (NPS)**

Tabla 26. Cálculo de la satisfacción del cliente Net Promoter Score

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Fuertemente desacuerdo	2	3,9	3,9	3,9
	Desacuerdo	2	3,9	3,9	7,8
	De acuerdo	30	58,8	58,8	66,7
	Fuertemente de acuerdo	17	33,3	33,3	100,0
	Total	51	100,0	100,0	

Promotores= 30 + 17 = 47

Detractores= 2 + 2= 4

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

$$NPS = \frac{47 - 4}{51} * 100 = 84,3\% \text{ NPS}$$

Según Baquero (2022) señala que el NPS se clasifica de la siguiente manera: de -100 a -50 siendo deficiente, de -49 a 0 insuficiente, de 0 a 49 siendo suficiente y de 50 a 100 excelente. En este sentido, el 84,3% alcanzado corresponde a la categoría excelente, lo que refleja una percepción positiva del servicio brindado en los establecimientos.

4.1.2. Resultados de la satisfacción del cliente cantón Pedro Moncayo

A continuación, se evidencian los resultados obtenidos en el cantón Pedro Moncayo, al igual que en el territorio anterior, la exposición se centra en cada una de las dimensiones que integran la variable dependiente: satisfacción del cliente, con el fin de ofrecer una visión minuciosa y comparativa de la situación en este segundo territorio.

- **Dimensión del rendimiento percibido**

En esta dimensión recoge la calificación que el cliente otorga a la institución con relación al servicio brindado, considerando la percepción y perspectiva personal del usuario acerca de la excelencia del servicio brindado.

Tabla 27. Síntesis de la valoración del rendimiento percibido

		RENDIMIENTO PERCIBIDO	
		Respuestas	
		N	Porcentaje
CALIF.	Fuertemente desacuerdo	2	1,4%

Desacuerdo	19	12,8%
Ni de acuerdo; ni en desacuerdo	17	11,1%
De acuerdo	47	31,8%
Fuertemente de acuerdo	63	42,9%
Total	148	100,0%

Con una calificación de 74,7%, los clientes reflejan un valor exitoso a los servicios adquiridos durante su residencia en los establecimientos, lo que evidencia un nivel satisfactorio.

A continuación, se presentan los resultados correspondientes a los indicadores de la dimensión del rendimiento percibido.

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

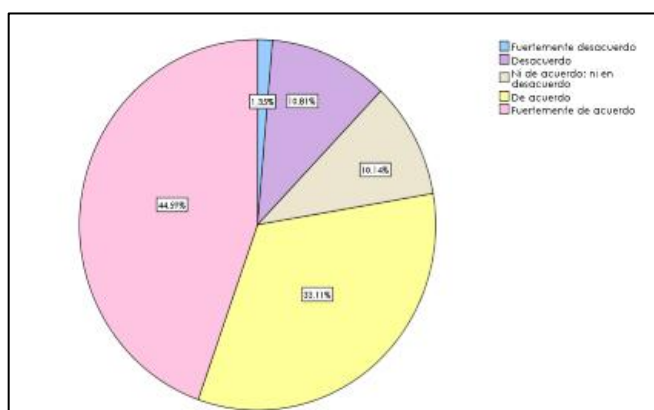


Figura 23. Servicio brindado

Desde el criterio de los clientes, el servicio recibido se considera bueno, alcanzando un nivel de aceptación del 77,7%.

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

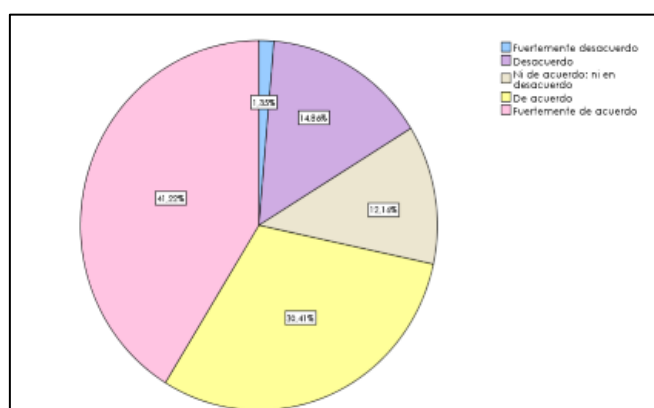


Figura 24. Relación calidad-precio

La relación de calidad-precio del establecimiento se considera satisfactoria con un 71,63%, lo que indica que los clientes se muestran de acuerdo con el precio que emplean en el establecimiento.

- **Dimensión de expectativas**

Esta dimensión se relaciona con lo que los clientes consideran adquirir de los servicios que se ofrecen. Los resultados reflejan experiencias previas, la influencia de terceros o por promesas realizadas por la misma institución.

Tabla 28. Síntesis de la valoración de la calificación de las expectativas

EXPECTATIVAS			
CALIF.		Respuestas	
		N	Porcentaje
	Fuertemente desacuerdo	1	0,7%
	Desacuerdo	19	12,5%
	Ni de acuerdo; ni en desacuerdo	11	7,1%
	De acuerdo	53	36,1%
	Fuertemente de acuerdo	64	43,6%
Total		148	100,0%

La valoración de esta dimensión en relación con lo que los clientes esperan al momento de adquirir los servicios resultan positivas, con un porcentaje del 79,7%.

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

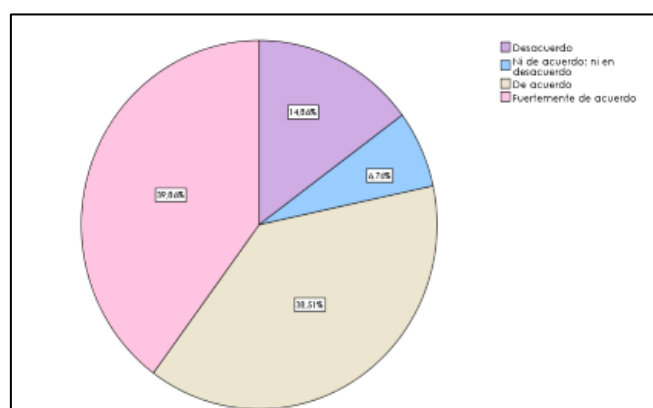


Figura 25. Calidad del servicio

Con un resultado del 78,37% se evidencia que los establecimientos procuran acatar con los servicios ofrecidos por medio de la publicidad, ya sea mediante redes sociales u otros medios de comunicación.

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

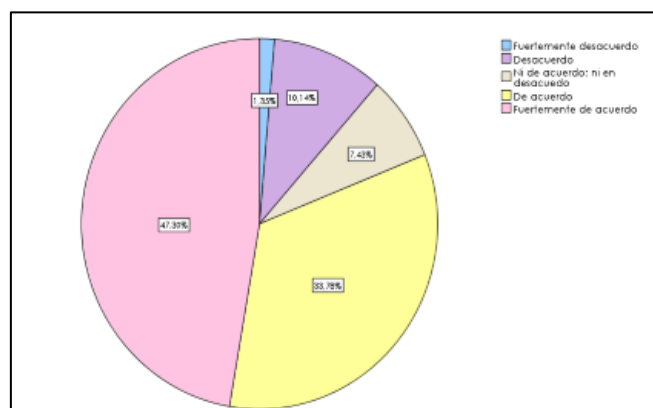


Figura 26. Cumplimiento de expectativas

Los resultados evidencian que un 81,08% de los clientes se hallan altamente conformes con los servicios brindados por los establecimientos, lo que indica que, en general, estos logran cumplir con lo esperado por los usuarios.

- **Dimensión de satisfacción**

Para cerrar este análisis, el apartado expone los resultados acerca del servicio logrado por el cliente, aquí se puede conocer el nivel de lealtad que tiene hacia el hospedaje el cliente.

Tabla 29. Síntesis de la valoración de la satisfacción

		SATISFACCIÓN	
		Respuestas	
		N	Porcentaje
CALIF.	Fuertemente desacuerdo	2	1,0%
	Desacuerdo	16	11,1%
	Ni de acuerdo; ni en desacuerdo	10	6,8%
	De acuerdo	41	28,0%
	Fuertemente de acuerdo	79	53,0%
Total		148	100,0%

La valoración de esta dimensión, en relación con la satisfacción al probar el servicio, alcanzó un porcentaje del 81,0%, lo que indica un valor favorable y un alto nivel de conformidad.

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

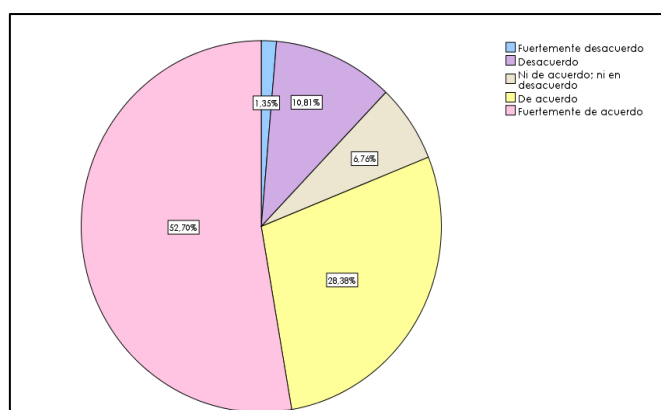


Figura 27. Solicitud de servicio

Los resultados indican que el 81,08% de los clientes estarían dispuestos a solicitar nuevamente algún servicio de estos establecimientos.

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

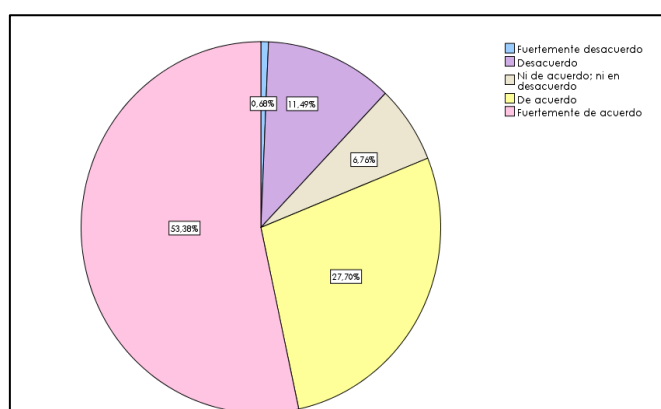


Figura 28. Recomendación

Con una valoración del 81,08%, se observa que los clientes recomendarían los servicios de los establecimientos a terceros, como amigos o familiares. Esto se debe a que los resultados obtenidos en las anteriores dimensiones los porcentajes son muy satisfactorios.

- **Satisfacción del cliente por medio del Net Promoter Score (NPS)**

Tabla 30. Cálculo de la satisfacción del cliente Net Promoter Score

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
	Fuertemente desacuerdo	1	0,7	0,7
	Desacuerdo	17	11,5	12,2
	Ni de acuerdo; ni en desacuerdo	10	6,8	18,9

De acuerdo	41	27,7	27,7	46,6
Fuertemente de acuerdo	79	53,4	53,4	100,0
Total	148	100,0	100,0	

Promotores= 41 + 79 = 120

Detractores= 1 + 17 = 18

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

$$NPS = \frac{120 - 18}{148} * 100 = 69,0\% \text{ NPS}$$

Según Baquero (2022) señala que el NPS se clasifica de la siguiente manera: de -100 a -50 siendo deficiente, de -49 a 0 insuficiente, de 0 a 49 siendo suficiente y de 50 a 100 excelente. En este sentido, el 69,0% alcanzado corresponde a la categoría excelente, lo que refleja una percepción positiva del servicio brindado en los establecimientos.

Posteriormente, se presenta en la Tabla 31. Una comparación que sintetiza los principales hallazgos de la variable dependiente: satisfacción del cliente. El objetivo es contrastar los resultados obtenidos en el cantón Cayambe con aquellos del cantón Pedro Moncayo.

Tabla 31. Tabla comparativa de la satisfacción del cliente

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	
CANTÓN CAYAMBE	CANTÓN PEDRO MONCAYO
<ul style="list-style-type: none"> - Mediante al cálculo del Net Promoter Score (NPS), el cantón Cayambe arrojó una satisfacción de tipo excelente con un porcentaje de 84,3%, alcanzando un valor alto en cuanto a los promotores, lo que se traduce en una fuerte disposición de los clientes en recomendar los servicios de los establecimientos. - El servicio brindado en los establecimientos es bueno, con un nivel de aceptación del 76,47%, no obstante, existen oportunidades de mejora para alcanzar niveles de excelencia. - En cuanto a la relación calidad-precio está considerada adecuada obtuvo un 82,35% es decir que los clientes se sienten conformes con las tarifas y los servicios recibidos. - La publicidad de los establecimientos en la mayoría de las veces no coincide con la calidad real de los servicios, alcanzo un nivel moderado del 66,66%, mencionando que se puede realizar de mejor manera las promociones y publicidades de los establecimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> - En el cálculo del Net Promoter Score (NPS) para el cantón Pedro Moncayo resultó en un valor del 69,0%, ubicándose en un nivel de satisfacción excelente, sin embargo, la composición de las respuestas revela una proporción considerable de detractores. - El servicio brindado en los establecimientos es bueno, con un 77,7%, sugiriendo la necesidad de optimizar los procesos, sin embargo, alcanzando un valor más alto que en el cantón contrario. - La relación calidad-precio obtuvo el 71,63% esto demuestra que están conformes con los servicios, aunque puede mejorar ya que en comparación a Cayambe es un valor menor. - En cuanto a la publicidad del establecimiento alcanzó un 78,37%, mostrando que la publicidad es adecuada en base a los servicios ofrecidos. - En cuanto a si los servicios cumplen con las expectativas del cliente alcanzo un 81,08%, demostrando que es mejor que en Cayambe. - Volvería a solicitar algún tipo de servicio en el establecimiento es muy buena ya que

<ul style="list-style-type: none"> - El servicio cumple con las expectativas del cliente, obtuvo un 80,39% esto indica un nivel muy bueno. - Volvería a solicitar algún tipo de servicio alcanzo un nivel moderado de 64,71% se puede mejorar los servicios y de esa manera generar lealtad. - En cuanto a la recomendación del establecimiento obtuvo un valor muy elevado con un 92,12% donde se destaca la percepción positiva global. 	<ul style="list-style-type: none"> - alcanzo un 81,08%, esto significa que tiene mayor lealtad a diferencia de Cayambe. - Recomendaría el establecimiento obtuvo un 81,08%, indicando que los servicios brindados son buenos y que están conformes con los mismos.
--	--

4.2. DISCUSIÓN

El objetivo de esta investigación fue analizar la gestión del talento humano y satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo. Con este propósito, se diseñaron dos cuestionarios, uno orientado al personal y otro a los clientes de cada establecimiento, para comprobar la existencia y el grado de relación entre ambas variables. La tabulación de la información se realizó mediante el programa estadístico SPSS, aplicando la prueba de Chi-cuadrado, a través de la cual se aprobó la hipótesis alternativa que menciona; "Existe relación de la gestión del talento humano en la satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo".

Tras la recolección e interpretación de la información correspondiente a la primera variable, se identificó el nivel de cumplimiento de los procesos asociados a la gestión del talento humano. Los resultados obtenidos en el cantón Cayambe fueron los siguientes: integración 58,3%, organización 86,7%, desarrollo 88,9%, recompensación 83,3%, retención 88,9% y auditoría 66,7% y el cantón Pedro Moncayo obtuvo los siguientes resultados: integración 72,1%, organización 90,0%, desarrollo 76,5%, recompensación 57,8%, retención 88,2% y auditoría 64,7%.

Respecto a la segunda variable, correspondiente a la satisfacción del cliente, su evaluación se determinó mediante tres dimensiones medidas con una escala de Likert, complementadas con el análisis del Net Promoter Score (NPS). Los indicadores demostraron una alta valoración por parte de los clientes hacia los establecimientos de hospedaje; alcanzado un nivel de excelencia en ambos cantones Cayambe con 84,3% y Pedro Moncayo con 69,0%.

Investigaciones anteriores analizan la relación entre la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente, sin embargo, han reportado resultados variables, atribuyendo estos resultados a influencia de factores contextuales y geográficos inherentes en cada estudio.

En el artículo científico de Quizphi (2024) en su estudio sobre la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán, se determinó que existe una relación significativa entre la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente, evidenciada por el Net Promoter Score (NPS) del 60,5 %, considerado excelente. Al contrastar dichos resultados con los obtenidos en el presente estudio, se confirma la premisa fundamental: existe una relación estadísticamente significativa entre ambas variables ($p= 0,000$).

En el cantón Cayambe destaca por su alta eficiencia (88,9%) en los procesos de desarrollo y retención, consolidando estos procesos como sus mayores fortalezas en la gestión del talento humano. El cantón Pedro Moncayo tiene un punto fuerte en el proceso de organización, con un logro del 90,0%. En lo referente al análisis de la satisfacción del cliente a través del Net Promoter Score. El cantón Cayambe reporta un porcentaje de 84,3% "excelente", en el cantón Pedro Moncayo alcanza el 69,0% "excelente". Por su parte, el estudio realizado por Quizphi (2024) en la ciudad de Tulcán documenta un 60,5% "excelente".

Ayala et al. (2023) en su estudio sobre la gestión del talento humano en los restaurantes de las ciudades de Cotacachi y Tulcán y la satisfacción del cliente, encontraron una relación estadísticamente significativa entre la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente, lo que refuerza la idea de que el capital humano es el eje central de la calidad del servicio turístico, independientemente del subsector. No obstante, el presente estudio evidencio que los procesos de gestión del talento humano fueron menos eficientes en la ciudad de Cotacachi, en donde se registró un 39,68%, y en la ciudad de Tulcán, con un 46,7%, lo que reflejo un nivel de cumplimiento mínimo. En contraste, los cantones de Cayambe y Pedro Moncayo presentaron valores positivos en esta dimensión, lo que indicó que los procesos ejecutados en dichos territorios se desarrollaban con mayor eficacia y organización. Esto permitió concluir que ambos cantones demostraron una mejor competencia en la gestión del talento humano, en comparación con las demás localidades analizadas, consolidándose como referente en la aplicación de prácticas administrativas más efectivas.

También se observa una disparidad en el resultado final de la satisfacción: el sector de alojamiento en los cantones Cayambe y Pedro Moncayo alcanzó un nivel "excelente" en ambos cantones con un NPS de 84,3% (Cayambe) y 69,0% (Pedro Moncayo), mientras que el sector de restaurantes fue calificado con un nivel

“Regular” o “medio”. A pesar de pertenecer a distintos sectores, se determinó que la satisfacción del cliente es importante para promover el reconocimiento del destino y favorecer su desarrollo turístico. Sin embargo, tanto en Cotacachi como en Tulcán se identificaron deficiencias en la relación calidad-precio, ya que los precios ofrecidos no correspondían con las expectativas de los clientes. En el caso del alojamiento en los cantones Cayambe y Pedro Moncayo, el nivel de calidad-precio alcanzó valores positivos, superiores al reportado en el sector de alimentos y bebidas.

Centeno (2023) en su estudio sobre la gestión del talento humano y su incidencia en la satisfacción laboral en el GAD de la parroquia de Cubijes, señaló que la gestión del talento humano es un pilar fundamental para el cumplimiento de los objetivos organizacionales, hallazgo que coincidió con los resultados de la presente investigación. Ambos estudios confirman implícita o explícitamente que la gestión del talento humano es un factor determinante de los resultados institucionales.

Sin embargo, se evidenció que dicha gestión no se lleva a cabo de una manera completamente eficiente, ya que alcanzó únicamente un 27% de valoración positiva, en contraste, en los cantones de Cayambe y Pedro Moncayo se observaron valores más altos, lo que permitió inferir que los procesos de gestión del talento humano se desarrollaban con mayor eficacia, aun cuando pertenecían a sectores distintos.

Aunque el estudio de Centeno se centró en una entidad pública y la presente investigación abordó el sector turístico, se estableció una relación indirecta entre ambos contextos, puesto que la gestión del talento humano se reflejó directamente en la calidad del servicio ofrecido a los usuarios. En este sentido, los establecimientos hoteleros demostrando un manejo más adecuado de los procesos de gestión, priorizando acciones orientadas a integrar, organizar, recompensar, desarrollar, retener y auditar de manera más eficiente a su personal, lo que contribuyó al fortalecimiento del desempeño organizacional y a la mejora de la satisfacción del cliente.

Centeno (2023), encontró que la satisfacción laboral en el GAD estaba comprometida por la ausencia de procesos de recompensa y desarrollo, evidenciando deficiencias similares en la gestión del talento humano generan insatisfacción interna. En consecuencia, la debilidad en la GTH tiene un doble impacto negativo: la falta de incentivos y capacitación afecta la satisfacción laboral,

lo cual, a su vez, se proyecta inevitablemente hacia el cliente externo, limitando la calidad de la experiencia y resultando en una incapacidad para generar lealtad.

Valverde (2019) en su investigación sobre la influencia del clima laboral en la satisfacción del cliente. Caso de estudio Hostería el Prado, Ibarra, Ecuador menciona que el clima laboral incide directamente en la satisfacción del cliente. Sin embargo, el estudio diagnóstico la existencia de fallas internas, pues el clima laboral fue clasificado como tenso e inadecuado, particularmente en la relación entre los directivos y el personal. Al contrastar este hallazgo con la presente tesis, la cual se enfocó en el factor de la gestión del talento humano, se identificó que los procesos se manejan de forma adecuada y satisfactoria. En contraste con el estudio de Valverde, los procesos de la gestión del talento humano no se llevan de forma adecuada presentando deficiencias organizacionales.

En lo que respecta a la satisfacción del cliente, se evidencio el principal punto de contraste entre ambas investigaciones. La tesis de Valverde (2019) concluyó que, a pesar de la tensión interna y un clima laboral deficiente, la satisfacción del cliente externo fue catalogada como alta o satisfactoria. El análisis sugirió que, en el contexto de un estudio de caso único, el compromiso y esfuerzo individual del personal de primera línea lograron compensar las deficiencias administrativas y relacionales. No obstante, la presente tesis presento un resultado más riguroso, con un Net Promoter Score (NPS) de 84,3% (Cayambe) y 69,0% (Pedro Moncayo) catalogados como "excelente" en satisfacción del cliente. Esta divergencia establece un marco de análisis sobre si la satisfacción es un fenómeno compensatorio o un resultado de una gestión estructural.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El análisis de los procesos de la gestión del talento humano en los hoteles y hosterías estudiados muestran un nivel de cumplimiento satisfactorio en ambos cantones, en la mayoría de las dimensiones alcanzando resultados positivos y favorables, no obstante, se identifican áreas de refuerzo: en el cantón Cayambe, el proceso de integración obtuvo un 58,3% de cumplimiento, lo que significa que se pueden mejorar las técnicas ya sea para atraer o seleccionar al personal correcto, de manera similar, el cantón Pedro Moncayo, en el proceso de recompensación alcanzó un 57,8%, lo cual demuestra que las remuneraciones, incentivos y prestaciones debe ser suficiente para mantener la satisfacción interna de los trabajadores.
- En la variable de satisfacción del cliente se obtuvo un resultado positivo en los dos cantones de estudio, en cuanto al cantón Cayambe alcanzó un Net Promoter Score del 84,3% lo que demostró que está en una categoría de excelente donde puede generar clientes promotores y leales. También el cantón Pedro Moncayo se ubica en una categoría de excelente con un resultado en el Net Promoter Score del 69,0%.
- A través de la implementación de la prueba del Chi-cuadrado se estableció que existe un vínculo relevante entre la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo ($p=0,000$). Esto determina que la eficiencia en los procesos de la gestión del talento humano es un pilar fundamental para brindar la calidad del servicio ya que es percibida por los clientes.

5.2. RECOMENDACIONES

- De acuerdo con los resultados obtenidos de la primera variable de la gestión del talento humano en el cantón Cayambe, en el proceso de integración se recomienda implementar procesos de selección y reclutamiento de personal más profesional y riguroso, tomando en cuenta que el cumplimiento fue de 58,3%. Además, es importante que realizar pruebas de competencias, habilidades,

conocimiento y experiencia en el sector turístico y se debe asegurar que el personal que se contrata sea específicamente para las áreas que va a tener más contacto con los clientes. Ya que de esta manera se va a ver reflejado un servicio de excelencia desde el momento en que el usuario llega al establecimiento.

- Se recomienda a los propietarios de los hoteles y hosterías del cantón Pedro Moncayo brindar incentivos que estén sustentados en el rendimiento laboral y en el cumplimiento de las metas. Estos incentivos no solo deben ser monetario, también deben ser reconocimientos públicos, capacitaciones o días libres. Al brindar estos incentivos la motivación del personal se incrementará y esto va a permitir el fortalecimiento y compromiso con la empresa.
- En cuanto al proceso de supervisión en el cantón Pedro Moncayo, lo que se recomienda la mejora del sistema de información tecnológico actualizado donde permita el registro en tiempo real ya sea de las actividades realizadas o del personal de la empresa de esta manera se va a poder identificar las debilidades que se presente en cada área. Esto va a permitir la eficiencia en la toma de decisiones y va a respaldar el cumplimiento de los lineamientos de calidad y el mejoramiento continuo.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alves Domingos, L. (2020, 10 de noviembre). *Satisfacción del cliente: sepa qué es y su importancia*. <https://www.zenvia.com/es/blog/satisfaccion-del-cliente/>
- Autor desconocido. (s. f.). *Definición de cliente*. Scribd. <https://es.scribd.com/document/67594325/Definicion-de-Cliente#:~:text=Cliente%20es%20la%20persona%2C%20empresa,y%20comercializan%20productos%20y%20servicios.>
- Ayala Calvachi, E. A., & Cepeda Bernal C. A. (2023). *La gestión del talento humano en los restaurantes de las ciudades de Cotacachi y Tulcán y la satisfacción del cliente* (Tesis de licenciatura), Universidad Politécnica Estatal del Carchi. <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/TRABAJO%20DE%20INTEGRACI%C3%93N%20CURRICULAR%20AYALA-CEPEDA.pdf>
- Baquero, A. (2022). *Net Promoter Score (NPS) and Customer Satisfaction: Relationship and Efficient Management*. *Sustainability*, 14(4), 2011. <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/4/2011>
- Bernal, C. (2020). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Tercera edición. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Calle Iñiguez, M., Lazo Serrano, A., & Granados Maguiño, M. (2018). *Departamento de gestión del talento humano*. *Gestión del Sector, Alojamiento - Hotel*. Editorial UTMACH. (pp. 33-52). <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14361/1/Cap.2-%20Departamento%20de%20gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano.pdf>
- Cely Calixto, N. J., Palacios Alvarado W., & Caicedo Rolón A. J. (2023). *Conceptos y enfoques de metodología de la investigación*. Primera Edición, Editorial Creser s.a.s. <https://repositorio.ufps.edu.co/bitstream/handle/ufps/6728/CONCEPTOS%20Y%20ENFOQUES%20DE%20METODOLOG%C3%8DA%20DE%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Centeno Centeno, M., V. (2023). *La Gestión Del Talento Humano y su incidencia en la satisfacción laboral en el GAD de la parroquia de Cubijés* (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Chimborazo). Repositorio Digital UNACH. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/11875>
- Cruz Roche, I., & Múgica Grijalba, J. M. (1993). *La relación precio-calidad objetiva en los mercados de productos de consumo*. *Información Comercial Española*, (716), 25-35.

<https://www.researchgate.net/publication/40956736> La Relación precio-calidad objetiva en los mercados de productos de consumo

Esther, R. (2017). Reclutamiento mixto. Revista SCRIBD. <https://es.scribd.com/document/345969567/Reclutamiento-Mixto>

Guzmán Vásquez, K. (2013). Insatisfacción del cliente. <https://es.scribd.com/document/178291716/Insatisfaccion-del-Cliente>

Haro Sarango, A. F., Chisag Pallmay, E. R., Ruiz Sarzosa, J. P., & Caicedo Pozo J. E. (2024). Tipos y clasificación de las investigaciones: Types and classification of investigations. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 5(2), 956 – 966. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1927>

Instituto Nacional Tecnológico INATEC. (2018). *Manual de higiene y seguridad del trabajo* (pp. 5–6). Tecnológico Nacional. https://www.tecnacional.edu.ni/media/MANUAL_HIGIENE_Y_SEGURIDAD_DEL_TRABAJO_n0786ag.pdf

Korstanje, M. E. (2010). *Las formas elementales de la hospitalidad*. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 4(2), 86–111. <https://www.redalyc.org/pdf/5041/504152249006.pdf>

Lamboglia Ortiz, J. C. (2014). *Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: El caso del Ecuador* (Tesis de maestría, FLACSO Ecuador). Repositorio FLACSO. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7460/2/TFLACSO-2014JCLO.pdf>

Marcillo, F., Plaza, C., Parrales, A., Ocampo, E., & Yáñez, B. (2024). Turismo en la provincia de Pichincha, Ecuador año 2022: Impacto Económico y Diversidad de Atractivos. *Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espíritu Santo*, 8(2), <http://espirituempredortres.com/index.php/revista/article/view/379/506>

Medina Romero, M., Rojas León, R., & Bustamante Hoces, W. (2023). *Metodología de la investigación: técnicas e instrumentos de investigación*. Primera edición digital. Editorial: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/157?inline=1>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Acuerdo Ministerial No. 20150024-A. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2025). *Catastro turístico*. <https://servicios.turismo.gob.ec/catastro-turistico/>

Murray, P., (2002). Gestión - Información - Conocimiento. *Revista Biblios*, 4(14), <https://www.redalyc.org/pdf/161/16114402.pdf>

- Pichincha. (2024). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2019-2023. Gobierno Autónomo Provincial de Pichincha. https://www.pichincha.gob.ec/images/2024/rendicion_cuentas_2023/PDOT%202019-2023.pdf
- Quizhpi López, A. P., & Guevara Guevara, E. J. (2024). El talento humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán. *Tierra Infinita*, 10(1), 72-81. <https://doi.org/10.32645/26028131.1307>
- Thompson, I. (2019). La Satisfacción del Cliente. Revista Promonegocios.net. <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
- Vallejo Chávez, L. M. (2016). Gestión del talento humano. La Caracola Editores. <file:///C:/Users/ASUS/Documents/TITULACI%C3%93N%20II/2019-09-17-222134-gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano-comprimido.pdf>
- Valverde Mitis, L. J. (2019). *Influencia del clima laboral en la satisfacción del cliente. Caso de estudio hostería El Prado, Ibarra, Ecuador* (Tesis de licenciatura, UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE). Repositorio digital Universidad técnica del norte. <file:///C:/Users/ASUS/Documents/TITULACI%C3%93N%20II/02%20TUR%20109%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Zárraga Cano, L., Molina Morejón, V. M., & Corona Sandoval, E. (2018). *La satisfacción de la cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: Un estudio empírico de la industria restaurantera*. RECAL: Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, 7(18), 1-20. <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968306002/637968306002.pdf>

VII. ANEXOS

Anexo 1. Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGES CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Chicaiza Imbaquingo Eveling Magdalena y Gualavisí Chimarro Katherin Fernanda				
DATE: Lunes, 12 de enero de 2026				
Topic: "Gestión del talento humano y satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo"				
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 checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <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.
De	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 checked="" 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 checked="" 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 checked="" 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	

Anexo 2. Instrumentos



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS
AMBIENTALES
CARRERA DE TURISMO



**INSTRUMENTO A: ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DE LOS HOTELES Y HOSTERÍAS DE
LOS CANTONES CAYAMBE Y PEDRO MONCAYO**

El **objetivo** de la presente encuesta es analizar la gestión del talento humano y satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo.

Agradecemos su valiosa colaboración al responder esta encuesta. Le informamos que el presente instrumento tiene fines académicos, todas las respuestas serán tratadas con confidencialidad y utilizadas únicamente con fines de análisis e investigación, sin comprometer su identidad ni la del establecimiento.

Integración

1. ¿Se utiliza en el establecimiento técnicas de reclutamiento como anuncios, agencias de empleo, carteles, impresos o se busca dentro de la empresa candidatos que puedan cubrir la vacante (¿Ascensos, transferencias y programas de desarrollo del personal)?
a) Si b) No
2. ¿Se maneja en el establecimiento técnicas de selección como entrevistas, pruebas de conocimiento, pruebas psicológicas, ¿pruebas de personalidad o técnicas de simulación que ayuden a definir comportamientos, actitudes y habilidades de las personas?
a) Si b) No

Organización

3. ¿Dentro del establecimiento se da a conocer misión y visión, las políticas, organización y estructura de la empresa, distribución física de área, principales productos y servicios de la organización, normas, reglamentos y procedimientos de seguridad en el trabajo para poder orientar a los empleados?
a) Si b) No
4. ¿Se le explica el grado de autonomía y libertad que puede tener dentro la empresa?
a) Si b) 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?

- a) Si b) 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?
- a) Si b) No
7. ¿Dentro del establecimiento se valora su desempeño, las metas, resultados, competencias y el potencial de desarrollo?
- a) Si b) No

Recompensa

8. ¿La empresa retribuye de manera justa y puntual por su desempeño y los servicios que presta en la misma?
- a) Si b) No
9. ¿Pertenece usted al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) o alguna entidad que respalde su seguridad?
- a) Si b) No
10. ¿En el establecimiento brindan incentivos o motivaciones como recompensa a su desempeño?
- a) Si b) 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?
- a) Si b) 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?
- a) Si b) No
13. ¿Se le permite aportar con nuevas ideas para mejorar el desempeño del establecimiento?
- a) Si b) No

Retención

14. ¿La empresa le provee un entorno laboral con condiciones ambientales que garanticen su salud física, mental, en condiciones de bienestar y seguridad?
- a) Si b) No
15. ¿Se desarrollan técnicas para mejorar la calidad de vida en el trabajo y las labores que desempeña en el establecimiento?
- a) Si b) No
16. ¿Existe una adecuada relación entre usted y los altos mandos del establecimiento?
- a) Si b) No

Auditoría

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?

a) Si

b) No

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

a) Si

b) No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE TURISMO



**INSTRUMENTO B: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LOS HOTELES Y HOSTERÍAS DE
 LOS CANTONES CAYAMBE Y PEDRO MONCAYO**

El **objetivo** de la presente encuesta es analizar la gestión del talento humano y satisfacción del cliente en los hoteles y hosterías de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo.

Agradecemos su valiosa colaboración al responder esta encuesta. Le informamos que el presente instrumento tiene fines académicos, todas las respuestas serán tratadas con confidencialidad y utilizadas únicamente con fines de análisis e investigación

ÍTEM					
Expectativas	Fuertemente desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo; ni en desacuerdo	De acuerdo	Fuertemente de acuerdo
1. ¿La publicidad del establecimiento refleja calidad en su servicio?					
2. ¿El servicio brindado por el establecimiento cumple con las expectativas?					
Rendimiento percibido					
3. ¿Desde su perspectiva el servicio brindado por el establecimiento es 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 establecimiento?					
6. ¿Recomendaría el establecimiento a sus amistades?					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3. Tabulación de información en el programa SPSS

Visible: 6 de 6 variables

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	var	var	var	var	var	var	var	var	var
1	5	5	4	3	5	4									
2	5	4	3	2	4	4									
3	3	4	5	4	4	4									
4	4	4	3	3	4	4									
5	5	5	4	5	5	5									
6	4	4	3	4	4	4									
7	4	2	3	2	3	3									
8	4	3	3	4	4	4									
9	2	3	3	2	3	3									
10	3	4	5	5	5	5									
11	5	4	4	4	5	5									
12	4	4	5	5	4	4									
13	5	4	4	4	5	5									
14	4	4	4	4	4	4									
15	5	4	4	5	5	5									
16	4	3	4	4	3	3									
17	4	4	5	2	4	4									
18	5	5	4	4	4	4									
19	2	4	4	3	4	4									
20	3	3	2	2	3	3									
21	3	3	3	3	3	3									
22	4	4	5	5	5	5									
23	2	3	2	2	3	3									
24	5	4	4	4	4	4									
25	2	3	3	3	2	2									
26	4	4	5	5	5	5									
27	5	4	4	3	4	4									

Vista de datos Vista de variables

Visible: 18 de 18 variables

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	ITEM10	ITEM11	ITEM12	ITEM13	ITEM14	ITEM15	ITEM16	ITEM17	ITEM18
1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1
4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1
6	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1
7	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
8	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1
10	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1
11	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1
14	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
20	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
21	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
22	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
23	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
24	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
25	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Vista de datos Vista de variables

Visible: 6 de 6 variables

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	var	var	var	var	var	var	var	var	var
1	3	4	4	4	3	4									
2	3	4	4	4	3	4									
3	2	4	4	3	1	4									
4	3	4	4	4	3	4									
5	4	4	4	4	3	4									
6	2	3	3	4	3	4									
7	3	4	4	4	3	4									
8	3	4	4	4	2	4									
9	3	5	5	5	2	5									
10	4	4	4	4	3	4									
11	4	4	4	4	3	4									
12	4	4	3	4	4	5									
13	4	4	4	4	4	4									
14	4	4	4	3	4	5									
15	4	4	4	5	4	5									
16	5	5	5	5	5	5									
17	4	5	5	5	5	5									
18	4	5	4	5	4	5									
19	4	4	4	4	4	4									
20	5	5	5	5	5	5									
21	4	5	4	4	4	4									
22	2	3	3	4	3	4									
23	4	4	4	4	4	4									
24	4	5	5	5	5	5									
25	4	5	5	5	5	5									
26	4	4	5	4	5	4									
27	4	4	4	4	4	4									

Vista de datos Vista de variables

Anexo 4. Recolección de información por medio de los instrumentos



Figura 29. Encuesta hotel



Figura 30. Encuesta hostería



Figura 31. Encuesta hotel



Figura 32. Encuesta hotel



Figura 33. Encuesta hostería



Figura 34. Encuesta hostería



Figura 35. Encuesta hostería



Figura 36. Encuesta hostería