

EL TALENTO HUMANO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE TULCÁN

HUMAN TALENT AND CUSTOMER SATISFACTION IN THE HOTELS OF THE
CITY OF TULCÁN

Recibido: 30/08/2024 – **Aceptado:** 11/11/2024

Anderson Paul Quizhpi López

Investigador independiente
Carchi – Ecuador

Licenciado en Turismo
Universidad Politécnica Estatal del Carchi

anderson.quizhpi@upec.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0008-9264-2129>

Elizabeth Josefina Guevara Guevara

Docente de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi
Carchi – Ecuador

Magíster en Gerencia Empresarial
Universidad Tecnológica América

elizabeth.guevara@upec.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-7435-4280>

Cómo citar este artículo:

Quizhpi, A., & Guevara, E. (Enero – Diciembre 2024). El Talento Humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán. *Tierra Infinita* (10), 72-81. <https://doi.org/10.32645/26028131.1307>



Resumen

El presente estudio analizó la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán. Para ello, se utilizó la metodología cuantitativa aplicando dos instrumentos: uno para el personal de cada establecimiento y otro para los clientes que se encontraban en los mismos; a este último se le agregó un cálculo que permitió medir la satisfacción denominado Neet Promoter Score-NPS. Para la tabulación de los datos se empleó el programa SPSS que a su vez sirvió para medir el nivel de correlación entre las dos variables a través de la prueba de Chi-cuadrado. Los resultados mostraron que la gestión del talento humano tenía un cumplimiento superior al 50% con respecto a los procesos de: organización, desarrollo, recompensación, retención y auditoría, siendo únicamente el proceso de integración con el menor cumplimiento. En cuanto a la segunda variable, los resultados arrojados por el cálculo de NPS demostraron que la satisfacción del cliente alcanzó un 60,5% de calificación, siendo una mejora para el anterior año donde el resultado fue del 33%. Y finalmente, la prueba de Chi-cuadrado confirmó que la gestión del talento humano se relaciona en la satisfacción del cliente en hoteles de la ciudad de Tulcán.

Palabras Clave: Talento humano, Satisfacción del cliente, Neet Promoter Score.

Abstract

This current study examined the relationship between human talent management and customer satisfaction in hotels spotted in Tulcán. A quantitative approach was employed, putting into use two distinct surveys: one directed at the staff of each hotel and the other at the clients. To assess customer satisfaction, the Net Promoter Score (NPS) was used. The data was processed using the SPSS software, which also facilitated the correlation analysis between the two variables via the Chi-square test. The findings indicated that over 50% of the processes related to human talent management, including organization, development, reward, retention, and audit, were satisfactorily met, though the integration process lagged behind. In terms of customer satisfaction, the NPS score reached 60.5%, reflecting a significant improvement from the previous year's 33%. Lastly, the Chi-square test confirmed a connection between human talent management and customer satisfaction in Tulcan's hotels.

Kew Words: human talent, customer satisfaction, Neet Promoter Score.

Introducción

Las empresas turísticas deben evolucionar su estilo de gestión administrativa, debido a que su principal recurso como es el talento humano, se limita a ejecutar tareas bajo una directiva estricta, donde las probabilidades de mejorar sus habilidades intelectuales son reducidas. Para ello, es importante adoptar un estilo de gestión basado en el liderazgo, que fomente el trabajo en equipo y permita crear una estructura empresarial con mejores resultados (Burbano, 2019).

En el sector hotelero, el sistema de gerencia debe cambiar su enfoque tradicional y adaptarse a los nuevos sistemas de administración, mediante una propuesta de ideas innovadoras que fomenten las actividades a realizarse y permitan el crecimiento del talento humano. La aplicación de estos cambios facilitará el aprendizaje de nuevos conocimientos para brindar solución a las nuevas exigencias y tendencias del sector turístico (Marrero, 2002).

De acuerdo con estudios previos se ha determinado que a nivel provincial el 80% de la oferta hotelera se encuentra en la ciudad de Tulcán, desafortunadamente esto no ha sido aprovechado por este sector debido a los inconvenientes encontrados en cada uno de estos establecimientos, dando como resultado una baja calidad de los servicios que prestan y con ello alterando la competencia hotelera.

El bajo nivel de calidad sería el efecto de las pocas acciones que ha tomado cada establecimiento para mejorar los servicios que oferta, y de la baja iniciativa para fortalecer las habilidades de su principal recurso que es el talento humano, obteniendo únicamente un personal cargado de muchas actividades que al final del día provocan una alteración en el recibimiento del cliente.

Reconociendo que el talento humano es la imagen de las empresas hoteleras debido a su relación directa con los clientes, el presente estudio busca analizar si el talento humano se correlaciona en la satisfacción del cliente en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Tulcán.

Materiales y métodos

El estudio presenta un enfoque cuantitativo, dado que se aplica el análisis estadístico y la medición numérica, para luego establecer nuevos comportamientos mediante la prueba de hipótesis.

La investigación cuantitativa permite medir el nivel de correlación entre dos variables y así explicar fenómenos de causa y efecto. Mediante un estudio de muestra representativo es posible medir el nivel de fuerza de cada variable para luego ser puestos a prueba en una hipótesis de correlación.

Los tipos de investigación que presenta este estudio son: investigación descriptiva, porque cada variable se describe de forma precisa juntamente con la población que abarca; investigación documental porque se realizó una revisión bibliográfica basada en otros investigadores; investigación de campo, transversal y no experimental porque toda la información se recolectó de forma directa en cada uno de los establecimientos hoteleros en momentos específicos, que no interrumpieran las jornadas laborales y sin manipulación de los objetos de estudio; y, finalmente, investigación correlacional con el fin de establecer el nivel de relación entre las variables de talento humano y satisfacción del cliente.

Población y muestra

La primera variable requirió una muestra no probabilista por conveniencia, ya que fue necesario la participación administrativa de cada establecimiento.

Para la segunda variable se tomó en cuenta los establecimientos registrados en el catastro turístico del año 2023, siendo once hoteles en total con esta categoría. Sin embargo, por temas de confidencialidad el estudio se realizó con la participación de cinco establecimientos. Y para la muestra se tomó en cuenta el número total de plazas de cada establecimiento para luego ser aplicado en la fórmula de muestra finita.

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

Donde:

N= número de plazas = 225

P= Probabilidad de ocurrencia = 0,50

Q= Probabilidad de no ocurrencia = 0,50

Z= Nivel de confianza al cuadrado= 1,96

E= Error muestral= 0,05

$$n = \frac{1,96^2(225)(0,5) * (0,5)}{(224)(0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,50) * (0,50)}$$
$$n = 142$$

El valor obtenido es distribuido de manera proporcional de acuerdo al peso (número de plazas) que tiene cada establecimiento y de esta manera cada hotel es designado con un número de encuestas, tal como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1.
Asignación de encuestas para cada establecimiento

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

Instrumentos para la recolección de información

En este apartado se describen los insumos aplicados para analizar la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente.

Encuesta

Para identificar el cumplimiento de la gestión del talento humano se aplicó una encuesta inspirado en la teoría propuesta por los autores Chiavenato y Vallejo donde mencionan el cómo se puede administrar empresarialmente el talento humano; la encuesta está constituida por 18 ítems, cada ítem enfocado en uno de los seis procesos que se requiere para gestionar el talento humano con un sistema de respuestas de “si y no”.

Para la segunda variable, se consideró una encuesta conformada de seis ítems para medir la satisfacción en base a los tres elementos (rendimiento percibido, expectativas y satisfacción). A este mismo se agregó un cálculo denominado Neet Promoter Score-NPS el cual consiste en elaborar una pregunta al cliente (¿Qué tan probable es que usted recomiende la empresa a sus amigos?) y dependiendo de la calificación se puede saber que tan satisfecho está el cliente con los servicios prestados; aquellos que den una calificación positiva se los denomina “promotores” y los que den una calificación baja son “detractores”; la formula consiste en restar el valor de los promotores con los detractores y así obtener un porcentaje que represente la satisfacción del cliente hacia la empresa.

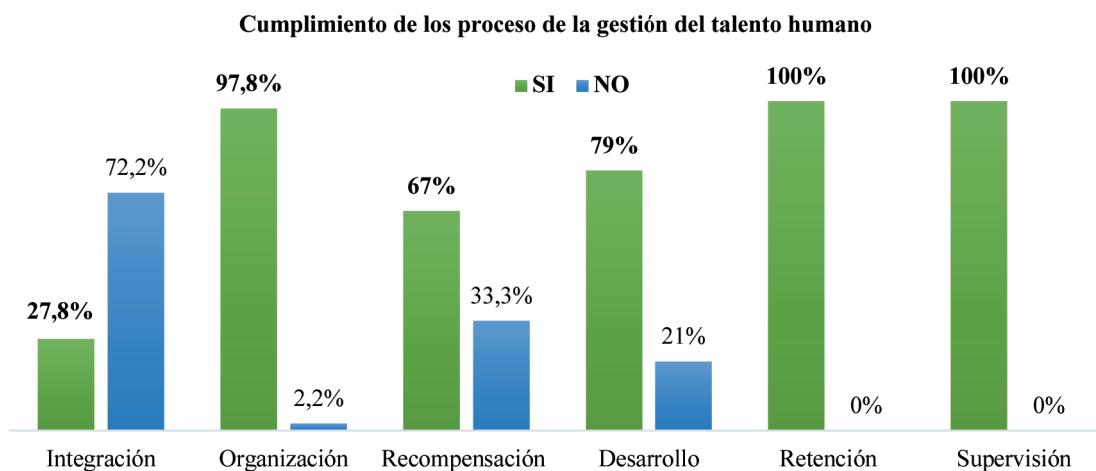
Resultados y discusión

Análisis de la primera variable – Gestión del talento humano

Para la primera variable, los resultados son positivos donde se alcanza un cumplimiento superior al 50%, siendo únicamente el proceso de integración con el menor cumplimiento, esto debido a que los establecimientos no aplican un reclutamiento externo para incluir a un nuevo personal a su organización, y por lo tanto las técnicas de selección son reducidas (ver figura 1).

Figura 1.

Cumplimiento de los procesos de la gestión del talento humano



Cómo citar este artículo:

Quizhpi, A., & Guevara, E. (Enero – Diciembre 2024). El Talento Humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán. *Tierra Infinita* (10), 72-81. <https://doi.org/10.32645/26028131.1307>

Con respecto al cumplimiento de los cinco procesos, se determina que el personal de estos establecimientos reconoce cuales son las actividades que debe realizar y bajo qué condiciones las debe cumplir. Todas estas actividades son evaluadas cada determinado tiempo considerando la filosofía que maneja la empresa.

Además, el personal recibe una recompensación justa por sus actividades y son motivados para desempeñarse mejor en su trabajo. Y también, la empresa les brinda las herramientas necesarias para mejorar sus habilidades según las actividades que desempeñan.

El entorno de trabajo en el que se desarrollan también es el adecuado, es decir que existe un ambiente saludable y seguro para el personal de los establecimientos, y la relación con los jefes superiores permite solucionar los problemas que alteran su desempeño laboral.

Finalmente, todas las actividades que realizan son orientadas y controladas bajo un sistema informativo que posee cada establecimiento.

En estudios previos como es de Males (2018) se establece que en el sector hotelero de la ciudad de Tulcán se requiere una aplicación más frecuente en temas de: evaluación de desempeño, capacitaciones y retención para el personal de cada establecimiento. A comparación de estos resultados, en este estudio se presentan nuevos avances con respecto a la gestión del talento humano, por ejemplo; la evaluación de desempeño se encuentra en el proceso de organización con un cumplimiento del 97,8%, las capacitaciones en el proceso de desarrollo con el 79% y retención un 100%. En el estudio de Reyes (2023) se comparten resultados más positivos para el sector hotelero, con una calificación del 52,2% en el tema de organización; aunque este resultado es positivo, es importante mencionar que existe una mejora del 45,6% dentro de este proceso.

Análisis de la segunda variable – Satisfacción del cliente

Los resultados de satisfacción por el cliente son los siguientes:

Dimensión de Rendimiento Percibido

- El 78,10% manifiesta que los servicios de los hoteles son buenos.
- El 83% está conforme con los precios que maneja cada establecimiento.

Dimensión de Expectativas

- El 80,28% expresa que la publicidad de los hoteles está acorde a los servicios que ofrecen.
- EL 63,38% está conforme con los servicios prestados cuyas expectativas si se cumplieron.

De acuerdo al estudio de Leitón (2019) las expectativas del cliente se encuentran en un valor negativo, siendo -1,57 el valor representativo. Este resultado se obtuvo al aplicar el método SERVQUAL, a diferencia de esta investigación, aquí se utiliza otra metodología donde el resultado es mejor, pero con un valor en porcentaje.

Dimensión de Satisfacción

- El 86,62% de los clientes coinciden en que sí volverían a solicitar los servicios de estos establecimientos.
- El 88,73% de los clientes si recomiendan el hotel a sus amigos y/o familiares.

Para los resultados de la satisfacción por el NPS

Tabla 2.

Satisfacción por NPS

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	4	2,8
	Ni de acuerdo; ni en desacuerdo	12	85
	De acuerdo	72	50,7
	Fuertemente de acuerdo	54	38
	Total	142	100

$$\text{Promotores} = 38,0 + 50,7 = 88,7$$

$$\text{Detractores} = 2,8$$

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

$$NPS = \frac{88,7 - 2,8}{142} * 10$$

$$NPS = 60,5\%$$

De acuerdo con Reichel y Markey (como se citó en Baquero,2022) el resultado obtenido se puede interpretar en base a los siguientes criterios:

- De 0 a 49 es “suficiente”
- Entre 50 a 100 es “excelente”

En el presente estudio el resultado es de 60,5%, refiriéndose a una satisfacción excelente del cliente hacia los servicios adquiridos. En el estudio de Reyes (2023) el resultado obtenido fue del 33%, es decir que existe una mejora de satisfacción del 27,5%.

Análisis de correlación

Finalmente, para medir el nivel de relación entre las dos variables se aplica la prueba de Chi-cuadrado, como se muestra a continuación en la Tabla 3.

Cómo citar este artículo:

Quizhpi, A., & Guevara, E. (Enero – Diciembre 2024). El Talento Humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán. *Tierra Infinita* (10), 72-81. <https://doi.org/10.32645/26028131.1307>

Tabla 3.

Comprobación de hipótesis

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

Las hipótesis establecidas son las siguientes:

- H_0 .- La gestión del talento humano no se relaciona en la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.
- H_1 .- La gestión del talento humano si se relaciona en la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

Si el valor de significación asintótica es superior a 0,05 se confirma la hipótesis nula y se rechaza la alternativa; en este caso el valor obtenido es 0,00 y, por lo tanto, se comprueba que la gestión del talento humano si se relaciona en la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

Conclusiones

El cumplimiento de los procesos de la gestión del talento en los hoteles de la ciudad de Tulcán se encuentra de la siguiente manera:

- Integración 27,8%,
- Organización 97,8%,
- Desarrollo 79%,
- Recompensación 66,7%,
- Retención 100%
- Supervisión 100%.

De acuerdo al cálculo por NPS, la satisfacción del cliente es de 60,5% siendo un valor de excelencia y representando una mejora del 27,5%.

Existe una relación de la gestión talento humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

Cómo citar este artículo:

Quizhpi, A., & Guevara, E. (Enero – Diciembre 2024). El Talento Humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán. *Tierra Infinita* (10), 72-81. <https://doi.org/10.32645/26028131.1307>

Recomendaciones

Se recomienda que los establecimientos hoteleros consideren la opción de aplicar un reclutamiento externo para incluir a nuevas personas a su organización y, a través de las técnicas de selección obtengan a un personal que garantice mejores resultados.

Para nuevas investigaciones, se recomienda monitorear cada determinado tiempo proceso de cumplimiento de la gestión del talento humano en estos establecimientos con el fin de proponer nuevas estrategias que permitan mejorar el desempeño laboral y el nivel de satisfacción de los clientes que llegan a estas empresas.

Dar a conocer a todos los establecimientos hoteleros sobre la importancia de gestionar adecuadamente el talento humano, con el objetivo de fomentar el bienestar personal y colectivo de la empresa, los cuales pueden mejorar la calidad de vida en el trabajo y con ello los servicios que ofertan.

Cómo citar este artículo:

Quizhpi, A., & Guevara, E. (Enero – Diciembre 2024). El Talento Humano y la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Tulcán. *Tierra Infinita* (10), 72-81. <https://doi.org/10.32645/26028131.1307>

Referencias

- Baquero, A. Net Promoter Score (NPS) and Customer Satisfaction: Relationship and Efficient Management. *Sustainability* 2022, 14, 2011. <https://doi.org/10.3390/su14042011>
- Burbano, M. P., Casar, H. C., Casar, A. V., Pillajo, L. S., Calderón, E. H. S., & Andrade, Z. V. H. (2019). Competencias específicas que deben valorarse curricularmente en la formación de recursos humanos para el sector turístico. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.
- Chiavenato, I. (2009). Gestión del talento humano. (3^a. edición). México: McGraw Hill.
- Leiton, Y. (2019). El servicio de hospedaje y la satisfacción del cliente en la ciudad de Tulcán en el año 2019. Recuperado <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/979>
- Marrero, C. (2002). Propuesta para la gestión de la formación de los recursos humanos en instalaciones hoteleras. *Industrial*, XXIII(2), 1-5.
- Males (2018). Formación Técnica Del Personal De Servicio De Los Establecimientos De Alojamiento De La Ciudad De Tulcán- Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/8711>
- Reyes (2023). La calidad del servicio hotelero en la ciudad de Tulcán y el nivel de satisfacción del cliente, en el año 2022.
- Vallejo, L. (2016). Gestión del talento humano. Riobamba, Ecuador: Aval ESPOCH.