



## Capítulo II

### Revisión de la Literatura

#### 2.1 Historia del empowerment

Durante la última década del siglo XX, tal como lo menciona Murrell, & Meredith (2002), el empowerment se ha convertido en uno de los términos más utilizados en gestión empresarial, influyendo en las organizaciones para que sean más eficaces y asocien al empowerment con el alto rendimiento de sus empleados así como el reconocimiento de sus clientes.

Según Wilson (2000), el empowerment genera la toma de decisiones en todos los niveles existentes en la organización, llevando así a mejorar las relaciones con los clientes, elevando la satisfacción laboral de las personas que trabajan cara a cara con el cliente. Heller (2003), establece que las personas al tener libertad de tomar riesgos y cometer errores, adquieren mayor libertad y responsabilidad para utilizar su talento en su organización. En base a Williams, & Buswell (2003), un resultado importante de la calidad



del servicio en las organizaciones es la descentralización de la toma de decisiones y la resolución de problemas con empowerment y círculos de calidad como métodos particulares de aplicación. Estas dos facetas de la participación del empleado están relacionadas con la anticipación de problemas en la organización.

Tal como lo establece el manual de Raíces de Liderazgo de Marriott Internacional Inc (1993), donde se define el concepto empowerment como el proceso de darle al empleado que está más cercano al cliente, los recursos, herramientas y autoridad en la toma de decisiones con el fin de crear un servicio extraordinario. El empowerment es el resultado de la confianza del empleado para ejercer acciones que no están dentro de las reglas, reglamentos o procedimientos y para que realice lo que sea necesario hacer en vez de hacer sólo lo que le dicen que haga.

Murrell y Meredith (2002), afirman que el empowerment consiste en una estrategia de liderazgo, en donde se descentraliza la toma de decisiones; y además los gerentes y supervisores delegan mayor libertad y autonomía al personal de contacto hoy en día el empowerment es vital y energético, global, participativo y duradero; ya que permite al individuo utilizar su talento y sus capacidades, ante una organización.

Covey (2006 y 2008), afirman que hay niveles de autoridad las cuales se deben fomentar a todas las personas de la organización con el fin de llegar al nivel más alto de



madurez, capacidad y confianza, para que esto suceda es necesario que ocurran seis condiciones necesarias:

1. Las personas deben tener el perfil de actuar con integridad, madurez y sentido común.
2. Deben tener la habilidad de ser comunicadores eficaces, de planear, organizar y resolver problemas.
3. Se requiere un mutuo entendimiento, en donde todos podrán ser beneficiados.
4. Las personas necesitan ser capaces de supervisarse a sí mismos, para que esto se logre deben usar un modelo de control donde se planeé, realice, verifique y actúe.
5. Debe de existir una estructura que elimine las barreras hacia la facultad y autoridad.
6. Las personas necesitan ser responsables de su propio comportamiento y desempeño.

Kandampully (2002), hace referencia que las organizaciones que desean implementar la cultura de empowerment necesitan desarrollar sistemas y procedimientos que no restrinjan a los empleados en donde se rompan las reglas.

El empowerment también provee un sentido de control lo que contribuye a la satisfacción laboral, los empleados que perciben que tienen el derecho y la responsabilidad para resolver problemas ellos mismos, son más efectivos manejando las dificultades de las situaciones que se van presentando día a día. Buteson (citado en Kadampully, 2002)



## ***2.2 Servicio***

### ***2.2.1 Clasificación de los Servicios***

En base a Payne, (1996) un servicio es toda aquella actividad con cierta intangibilidad la cual implica un alto grado de interacción entre el cliente y la persona de contacto responsable de transmitir el servicio. No es correcto definir los servicios como una sola industria, es por ello que el nivel más simple de categorizar servicios por exclusión, es decir los servicios son lo que resta de la economía una vez que se han excluido la agricultura, la industria y la minería, por lo general, una descripción de servicios se clasifica de la siguiente manera:

- 1.- Servicios a las empresas: contabilidad, investigación y desarrollo, ingeniería, publicidad, agencias de empleo.
- 2.- Servicios a las economías domésticas: hoteles, restaurantes, cuidado personal, esparcimiento, reparaciones.
- 3.- Servicios colectivos (bajo la supervisión pública o privada): sanidad, educación, administración, defensa, organizaciones de lucro.



4.- Servicios de integración o mediación: comercio, transporte, comunicaciones, seguros y establecimientos financieros.

Kandampully, (2002) menciona que vivimos en una economía dominada por los servicios. Los servicios juegan un rol muy importante en cada nación en el mundo. La economía nacional de cada país depende de la infraestructura de sus servicios, esto incluye transportes, comunicación, educación, salud, centros de salud, compañías telefónicas, aerolíneas, hoteles y varios servicios ofrecidos por empresas gubernamentales.

### ***2.2.2 Valor en el Servicio***

Tal como lo explica Shaw (1991), en la figura 2.1 las empresas que brindan algún servicio al momento de satisfacer las necesidades del mercado que sirven están creando un valor lo que involucra diversos componentes que dependiendo el tipo de servicio que brinden prestarán mayor atención y vincularán sus actividades con las que son más importantes para sus clientes, consumidores o proveedores.

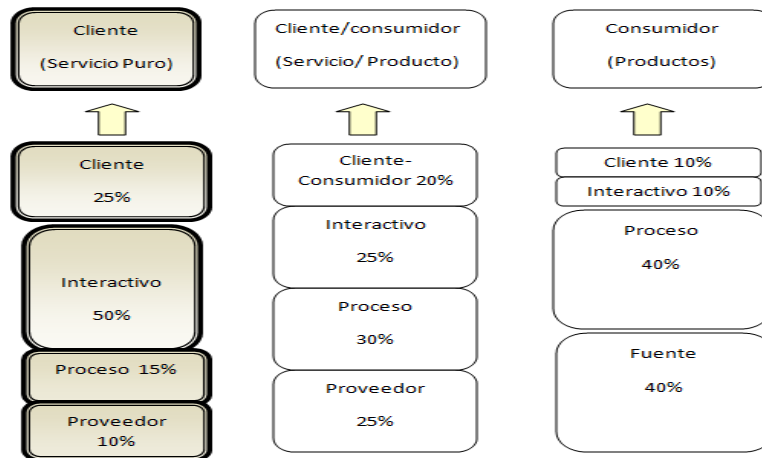


Figura 2.1. La creación del valor en el servicio  
Fuente: De “Gestión de Servicios” por Shaw C. John, 1991, p. 37

De acuerdo a Rosenbluth, & Peters (1992), no es fácil proveer un buen servicio, no existe una manera para hacerlo, debemos dar nuestro mejor esfuerzo para desarrollar nuestras propias fórmulas de servicio, por tal razón propone la siguiente fórmula:

$$\text{Actitud} + \text{Arte} + \text{Proceso} = \text{Servicio}$$

Actitud: Encontrar a las personas correctas quienes se preocupan por ser los mejores es el corazón de la actitud. Pero las actitudes pueden ser influenciadas por factores externos esto quiere decir que una persona que en verdad se preocupa por ser el mejor se encuentra laborando en un ambiente donde no se preocupan por ofrecer un buen servicio, entonces no va a funcionar. Esto lleva a la afirmación que una buena actitud es de importancia para la persona correcta en el ambiente correcto.



Arte: Todo lo que se realice con convicción, con estilo y aptitud es un arte, por lo que el servicio debe ser creativo. Existen un sin fin de oportunidades que pueden intensificar la experiencia del servicio. El servicio es un seguimiento creativo y continuo, un arte.

Proceso: Encontrar la mejor manera para realizar las cosas es algo perpetuo y de gran importancia, el proceso hace que todo sea posible, trae consigo orden a los componentes del servicio, crea un proceso de medición posible el cual se convierte en la llave de una continua mejora.

Servicio es una actitud, un arte y un proceso, pero ninguno de estos elementos es posible sin la satisfacción de los empleados en el medio laboral.

Williams & Buswell (2003), mencionan que uno de los conceptos más difíciles de comprender es que la excelencia en la calidad de un servicio puede ser alcanzada y distribuida por cada organización de maneras muy distintas ya que algunas personas consideran que la calidad solo existe cuando se paga un precio muy alto por el servicio recibido.

### ***2.2.3 Tipos de Servicio***

Cuando los servicios son intangibles, su calidad es muy difícil de cuantificar y al no encontrar algo tangible que les asegure la calidad, el consumidor percibe un riesgo al



momento de adquirir un servicio. El alto nivel de contacto directo en el servicio significa que los errores son inevitables.

Tal como lo menciona Surprenant y Solomon (citado en Kandampully, 2002) la interacción personal que existe entre el consumidor y el empleado de contacto, es el corazón de toda experiencia de servicio, deben utilizar estrategias no tradicionales para que puedan ganar y mantener ventajas competitivas en el mercado, tales como:

- servicio con empowerment
- servicio garantizado
- servicio restablecido
- servicio de relaciones y de alianzas
- servicio de tecnología

Lasley (citado en Pardo, y Luna 2007) distingue 4 tipos de estilo de servicio en función de dos ejes, el primero es el control interno y externo del rendimiento y el segundo eje se basa en la oferta estandarizada e individualizada, del servicio.

- El estilo profesional se caracteriza por tener un servicio altamente individualizado hacia el cliente, los empleados están implicados de manera democrática y autónoma con la empresa y sus decisiones pueden influir sobre algunas tareas inmediatas.





- El estilo participativo surge cuando la oferta de servicio hacia el consumidor es estandarizada pero la empresa requiere algún grado de participación de los empleados para lograr algunos objetivos de los clientes. Se utiliza la evaluación del rendimiento a través de la satisfacción del cliente por medio del control de quejas y repetición de los clientes (ejemplo: Recepción de hoteles o de atención al cliente).
- El estilo de control ofrece un servicio muy estandarizado hacia el cliente, lo que genera el uso de estrategias controladas que ocasiona que las labores sobre los empleados sean de supervisión extrema.
- El estilo de implicación se basa en la adaptación al cliente en los elementos intangibles del servicio, pero con una alta estandarización en los elementos tangibles, donde los empleados tienen autonomía pero una responsabilidad limitada.

#### **2.2.4 Cadena del Servicio**

En base a Shaw, (1991) la cadena de servicio es de gran utilidad para diseñar y ejecutar estrategias del sector servicio, esta cadena especifica con detalle las actividades que realizan las empresas de servicio con el fin de crear valor a sus clientes y



consumidores, es además la base de una ventaja competitiva duradera. Fitzsimmons, (2001) plantea una cadena de servicio en donde establece cinco puntos importantes:

1.- Calidad interna respecto a la satisfacción del empleado: Existen diversos aspectos que transfieren a la satisfacción personal de los empleados dentro de una organización. El reconocimiento de sus logros, capacidad de decisión así como el grado de responsabilidad es sin duda clave para la satisfacción de los empleados dentro de la empresa.

2.- Empleados satisfechos = Mayor productividad: Hoy en día diversas organizaciones enfrentan una incesante rotación de personal lo que en ocasiones crea desmotivación debido a la falta de atención del factor humano. Un empleado insatisfecho siempre será menos productivo que uno satisfecho.

3.- Retención y productividad = Servicio de Valor: Las capacidades, habilidades y un alto desempeño por parte de los empleados, generará un alto grado de servicio de calidad, pero para que esto sea posible la organización debe brindar recursos ya sean materiales o bien de motivación.

4.- Servicio de Valor = Satisfacción del cliente: Los clientes buscan satisfacer sus necesidades mediante la adquisición de un servicio y dependiendo del grado de aceptación ya sea negativo o positivo este otorgará un valor al servicio.



5.- La satisfacción del cliente conlleva la lealtad del servicio: Siempre será reflejada la lealtad del servicio dependiendo el grado de satisfacción recibido.

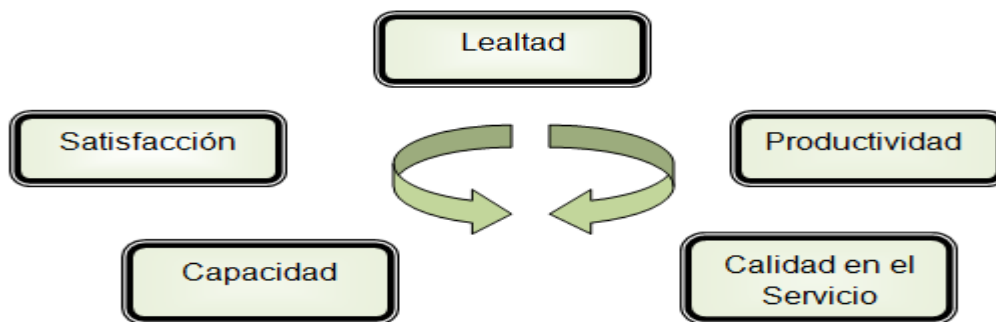


Figura 2.2. Cadena del Servicio

Fuente: De "Service Management" por James A. Fitzsimmons, 2001, p. 217.

### 2.3 Alto Desempeño

Con frecuencia como lo indica Galicia, y Espinosa (2000) se carece de herramientas que midan el desempeño de un servicio, por lo que es nula la posibilidad de emitir un juicio sobre la calidad y el desempeño que realizan los empleados. Por tal razón es preciso establecer criterios y ciertos principios del alto desempeño.



El alto desempeño es un compromiso, una mejoría constante, es considerado una filosofía de vida que no se logra de la noche a la mañana si no todo lo contrario ya que constituye una cadena de pequeños logros, en donde cada avance significativo debe ser reconocido. El mejoramiento permanente se refiere no sólo a los procesos, la tecnología, los artículos o servicios, sino, principalmente, a las personas que se desarrollan dentro de el.

Será mejor considerar los errores como oportunidades de aprendizaje en vez de visualizarlos como ocasiones para culpar y castigar. Además, el alto desempeño requiere del factor humano y tiene como parte de su misión apoyar a todas las áreas de la organización. Es importante destacar que el alto desempeño se fundamenta en una serie de valores los cuales rigen el comportamiento humano a fin de mejorar la comunicación con otras personas y con la misma empresa.

El que los empleados tengan una actitud preactiva propicia la anticipación a un problema, creando posibilidades para la mejora continua. Kerr, Way & Thacker (2007), afirman que el alto desempeño va ligado a la tarea de equipo ya que cada persona y organización se asocian con otra para lograr un alto desempeño.



## **2.4 Trabajo en Equipo**

En cualquier entorno de trabajo como lo menciona Maddux (2001), los resultados que se obtienen casi nunca son el resultado del talento de una sola persona, si no que cada persona se ve influenciada por la actitud y acción de los otros trabajadores.

Es importante mencionar que existen diferencias entre un grupo y un equipo, ya que demuestran comportamientos distintos, pero es evidente que si un grupo se convierte en unidades más productivas podrá tener mejor organización.

Un grupo trabaja con intereses contradictorios, suelen desconfiar de las motivaciones, hay mala comunicación lo que nos lleva a comportamientos imprudentes. La formación es buena pero limitada por otros miembros del grupo y además no existe una buena resolución de conflictos, los supervisores intervienen hasta que el problema es serio y también hay mucha conformidad para obtener resultados positivos.

Un equipo está formado por el apoyo mutuo entre individuos y son interdependientes, todos los miembros trabajan en un clima de confianza y están motivados a expresar abiertamente sus ideas, opiniones y desacuerdos. La comunicación es abierta y honesta y se nota el esfuerzo por comprender distintos puntos de vista y lo contrario a un grupo no hay conformismo, todos participan en las decisiones que afectan al equipo pero



saben que el líder puede tomar alguna decisión en caso de no llegar a un acuerdo entre los miembros del equipo.

Farber (2007), destaca que el trabajo en equipo desconoce niveles dentro de la organización, esto quiere decir que, es tan importante entre altos ejecutivos como entre directivos de rango intermedio, entre supervisores de primer rango o de inferior. Porque si no existe el trabajo en equipo en cualquier nivel o niveles esto limitará la eficiencia organizativa y en ocasiones puede llegar a destruir una empresa.

## **2.5 Comunicación**

Tal como lo menciona Blanchard (2007), la importancia de compartir la información en cualquier empresa es vital la cual va ligada con la confianza para cualquier organización facultada ya que si los miembros de una organización no sienten que se confía en ellos, la toma de decisiones eficientes se interrumpe, ya que la gente no se siente facultada ya que quienes carecen de información no pueden actuar con responsabilidad, y quienes tienen información se ven obligados a actuar en forma responsable. Si se comparte información confidencial sobre rendimiento, utilidades, participación de mercado y puede hacer comprender a los empleados que la empresa en donde trabajan es un lugar seguro para ejercer sus verdaderas capacidades y conocimientos.



De la misma manera Cardon (2008), afirma es de gran importancia que los empleados de contacto directo al cliente o de primera línea conozcan todo lo que sucede en la empresa ya que esto puede influenciar en la percepción de imagen de la empresa y del servicio que reciben los clientes.

## **2.6 Importancia de los Recursos Humanos**

Tal como lo menciona Maddux (2001) los recursos humanos son la parte más crítica del éxito de cualquier empresa, las personas positivas ayudan a garantizar la rentabilidad, productividad, crecimiento y supervivencia a largo plazo.

En la vida real como persona si tenemos alguna meta se convierte en una responsabilidad y superación personal, lo mismo sucede con las empresas, es por ello que como lo afirman los autores Maddux (2001) y Marks y otros (2008) una meta es un objetivo que describe condiciones que existirán en determinado tiempo obteniendo resultados deseados; donde finalmente se utilizarán los recursos que la empresa estará dispuesta a utilizar para lograr el resultado deseado.

Deben ser los empleados quienes solucionen los problemas porque realmente les pertenece a ellos. Muchos supervisores pierden tiempo solucionando problemas que podrían resolver otras personas de la organización. Porque cuando los supervisores se



sienten responsables de solucionar todos los problemas, la producción es más lenta, los empleados están más frustrados y el desarrollo del personal es limitado.

En todos los niveles de una empresa deberían enseñarse técnicas de resolución de problemas, porque muchas personas dicen saberlo pero no lo ponen en práctica.

El personal de contacto directo al cliente deben saber las direcciones y responsabilidades que conlleva a resolver un conflicto tal como lo indica Maddux (2001) en donde explica que si se evita el problema se pueden crear aun más, y el adaptarse se convierte en un comportamiento conformista que en ocasiones suele deteriorar las metas personales, es importante tener en cuenta que se puede ganar o perder y el saberlo afrontar manifiesta ética y profesionalismo.

Todas las partes deben comprometerse, porque solo así mantendrán buenas relaciones y además establezcan un dialogo en donde encuentren una solución que beneficie a ambos sin que tengan que hacer concesiones mayores.



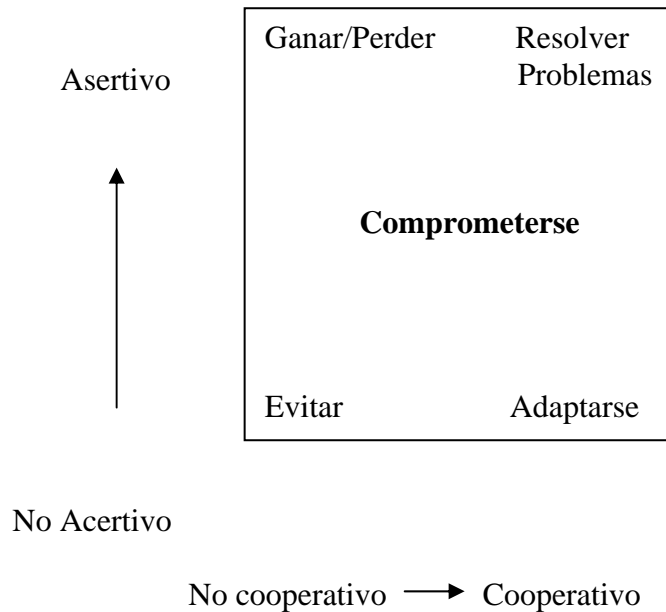


Figura 2.3. Comprender el Conflicto

Fuente: De “Cómo formar un equipo de trabajo” por Maddux B. Robert, 2001, p. 91

De acuerdo a Pardo, y Luna (2007), en la mayoría de las organizaciones se olvidan los principios humanos que componen la fuerza laboral y, con ellos las empresas pierden anualmente enormes cantidades de dinero en variables tan importantes como la calidad del trabajo, la satisfacción del empleado, la creatividad del servicio, la identificación con la empresa y el clima laboral por lo que no hay que olvidar que dentro de los servicios se venden sensaciones, lo que quiere decir que con un solo empleado satisfecho que trabaja en un ambiente agradable es capaz de transmitir lo que el cliente desea tener. Sin embargo hoy en día en la dimensión estratégica de los recursos humanos de la empresa, existen



diversas variables que muestra la situación real del personal de una empresa de servicio tal como se muestra en la Tabla 2.2.

Tabla 2.2: Variables objetivas y subjetivas del déficit humano

- Mala calidad de servicio (cliente interno y externo)
- Poco ajuste potencial humano con tareas y desempeño diario
- Clima laboral deficiente
- Baja satisfacción laboral
- Poca identificación organizacional
- Ausencia de planes de carrera
- Ausencia de equidad y procesos estandarizados en las promociones
- Ausencia de formación y entrenamiento

Fuente: De “Recursos Humanos para Turismo ” por Pardo. M y R. Luna, 2007, p. 7



### **2.6.1 Recursos Humanos y la Calidad del Servicio**

Bowen y Ostroff (citado en Liao, H 2007) afirman que la calidad en el servicio es un punto estratégico en un sistema de Recursos Humanos. Liao, H y otros (2007) menciona que es importante seleccionar empleados con niveles altos respecto a la actitud de servicio, su entrenamiento debe enseñarles como proveer la calidad en el servicio, en la práctica se debe ligar los ingresos que perciben en base a la calidad en el servicio ofrecido.

Para lograr que los empleados tengan un buen desarrollo de trabajo es necesario implementar un sistema de alto desempeño en el área de Recursos Humanos ya que esto les brindará perspectivas en cuanto a la mejora de calidad.

Respecto a la calidad del servicio con empowerment, tal como lo menciona Wilson (2000), para que este sea efectivo tiene que producirse un cambio significativo en la actitud de las personas hacia su trabajo ya que a pesar de que en algunas empresas se han empezado a introducir sistemas y técnicas de calidad, éstos pueden resultar ineficaces a menos que haya apoyo para las iniciativas de calidad, los empleados deben tener empatía por su trabajo, deben sentirse responsables de todo lo que hacen.

En base a Schneider y otros (2007), para lograr que el servicio sea eficiente, el área de recursos humanos debe implementar un sistema que mida el grado en que los empleados



proveen calidad en el servicio, pues puede ser una herramienta que implemente la calidad en el servicio como una responsabilidad de la organización.

Tal como lo menciona Williams (2007) para lograr el arte en la calidad del servicio es importante que el departamento de recursos humanos base sus estrategias respecto al staff seleccionado principalmente en aquellos de contacto directo al cliente porque son ellos los responsables de ofrecer un alto grado de satisfacción al consumidor, para que esto se logre es importante que se contraten personas con experiencia respecto al servicio al cliente, que trabajen con diversas situaciones que involucren el lenguaje corporal y verbal, que además midan el grado de calidad del servicio ofrecido.

Es importante que el área de Recursos Humanos siempre reconozca el desempeño laboral, sea individual o grupal ya que contribuirá al desarrollo de sus empleados.

### **2.7 Importancia de la Misión y Visión en una empresa**

Para efectos de la siguiente investigación, se detallará información sobre las empresas sujetas a estudio, es importante mencionar tal como lo indica Payne (1996), una misión es una declaración que debe perdurar, la cual proporciona una visión clara de las actividades actuales y futuras de una empresa.



Así mismo tal como lo menciona Manríquez (1993), la visión de una empresa se formula para comunicarse con toda su organización con el fin de integrarse en pensamiento y acción para que esto llegue a formar parte de la cultura organizacional así mismo la misión la cual se deriva de la visión se convierte en la razón de ser de la empresa, esta comunica lo que es y hace, además establece la relación entre la empresa y el receptor del servicio.

Para que la empresa logre sus objetivos es importante que sepa hacia donde se dirige ya que lo que se propongan a realizar en el presente será también para el futuro tal como se indica el la figura 2.4.

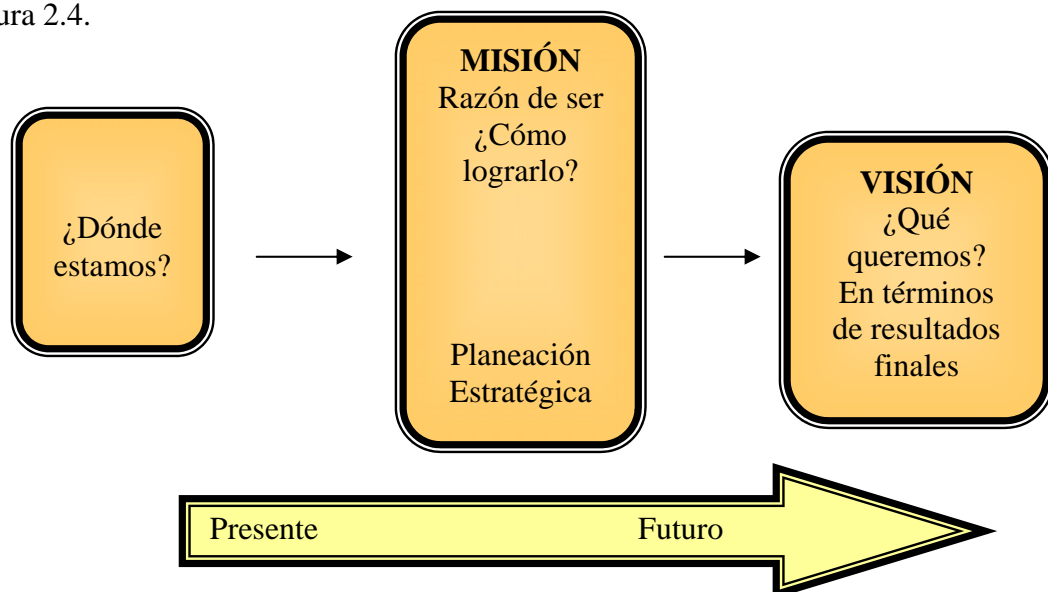


Figura 2.4. Misión y Visión

Fuente: De “Ingeniería de Servicios por Manríquez, Luís Rubén y M. Fabián, 1993,p. 117



## 2.8 Hotel Fiesta Inn, Las Animas

En base a Grupo Posadas (2008), Fiesta Inn es un concepto hotelero creado para satisfacer las necesidades del hombre de negocios, es una cadena Business Class que ofrece atención y un servicio que hace que sus huéspedes tengan un viaje exitoso.

Grupo Posadas es una empresa hotelera líder en América Latina esto debido al resultado de su vocación por el servicio y la constante creación e innovación de sus marcas.

La misión establecida para todos los hoteles pertenecientes al Grupo Posadas es ser la segunda casa de sus huéspedes, teniendo la visión de ser la empresa hotelera líder en Latino América. En su filosofía destaca lo siguiente:

*Profesionalismo;* donde buscan la adaptación continua a las necesidades de mercado, comprometidos al trabajo apegado a sus valores, brindando un servicio a nivel de las nuevas tendencias mundiales.

*Las personas primero;* desarrollan en sus colaboradores la vocación de servir y orientar su trabajo en base a las necesidades de sus clientes internos y externos, además trabajan con una actitud positiva, respetando las distintas formas de pensar y ser, entregando siempre un trato humano, cálido y cordial.



*Su Comunidad;* se preocupan por el desarrollo, crecimiento y dignidad de los niños de México así como las comunidades donde se encuentran sus hoteles.

*Trabajo en equipo;* conforman equipos comprometidos y talentosos en donde su participación agregue valor a su labor diaria.

## **2.9 Soriana – Gigante Centro Comercial Las Ánimas**

Es importante mencionar como lo indica la página de Internet Grupo Soriana-Gigante, (2008) a partir de su cambio de marca ha representado la suma de esfuerzos y experiencias de ambas organizaciones.

La misión principal de Grupo Soriana-Gigante es trabajar con el fin de ser la tienda preferida del consumidor teniendo como visión hacer que el consumidor viva la mejor experiencia de compra. Dentro de sus valores destacan los siguientes:

*Respeto;* Se basan en la consideración digna de todo ser humano.

*Calidad y productividad;* desarrollan su trabajo en base a sus estándares establecidos para cumplir con las expectativas de sus clientes aprovechando al máximo sus recursos.

*Desarrollo;* mejora continúa con el fin de crecer y ser competitivos.

*Innovación;* Constante búsqueda de nuevos elementos, poniendo en práctica su iniciativa, creatividad y talento.



*Servicio*; basado en conocer y satisfacer las expectativas de sus clientes.

*Honestidad*; regidos por los principios éticos que rigen a la conducta humana y la sociedad.

*Trabajo en equipo*; lograr objetivos mediante el trabajo en equipo y toma de decisiones.

*Velocidad*; Anticipar al cambio en el menor tiempo posible.

### **3.0 Club Albatros Puebla**

En base a la página web de Club Albatros Puebla (2008), surgió en 1975 la Organización Britania, fundada por Don Ricardo Alcocer Wolf quien buscaba principalmente la promoción y desarrollo de clubes deportivos en México, fue así como en 1991 nace un nuevo concepto y se crea la marca Club Albatros desarrollándose en 19 estados de la República Mexicana, entre ellos Club Albatros Puebla, abriendo sus puertas en 1991.

Club Albatros Puebla es un club deportivo enfocado a un mercado socio económico medio que maneja un sistema de todo incluido y que además ofrece hasta 55 actividades recreativas diferentes para todas las edades tales como acondicionamiento físico, ajedrez, básquetbol, fútbol, gimnasia acrobática, iniciación deportiva, natación, tae kwon do, tenis, voleibol, baile de salón, ballet, expresión corporal, danzas polinesias, manualidades, aerobics, cachibol, stretching, gimnasia reductiva, gimnasio, pilates, spinning, tae bo, tai





chi chuan, yoga, nado sincronizado, etc. En cuanto a sus instalaciones, el club cuenta con una alberca semiolímpica, una alberca recreativa, chapoteadero infantil, seis canchas de tenis, campo de fútbol, cancha multiusos, baños y vestidores para hombres y mujeres, ambos con baño de vapor, gimnasio de aparatos, salón multiusos y de eventos, guardería, áreas verdes, estacionamiento, restaurante y snack bar, estética y tienda deportiva, estas tres son concesiones que operan de manera independiente al club deportivo.

La misión del club es ser el segundo hogar para todos sus socios y sus familias, facilitando su desarrollo deportivo, social y cultural ofreciendo la máxima calidad en servicios, instalaciones y programas. Los beneficios que ofrece el Club a sus socios se mencionan a continuación; membresías con duración de 3, 4 y 8 años con costos muy accesibles, inversión que se traduce en años de beneficios para la familia. Formación integral de la familia a través del deporte y convivencia, ahorro en la economía familiar con un sistema de todo incluido, concentración de actividades en un solo lugar así como una mejor calidad y por consiguiente de salud, vigilancia y seguridad, y personal altamente capacitado.

Es importante mencionar que además de los beneficios, actividades e instalaciones ya mencionadas, Club Albatros ofrece los siguientes servicios:



Clases Particulares (con costo) de: Tenis, Natación, Acondicionamiento

Servicio de Masaje (con costo)

Asesoría y organización de eventos dentro de las instalaciones del club.

Servicio de Estética (con costo)

Asesoría Nutricional

Evaluación Médica

Tienda de Deportes y encordado de raquetas.

Servicio de Guardería Infantil

### **3.1 Hospital Regional número 36 del Instituto Mexicano del Seguro Social**

En base a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (2008), el artículo 123 menciona las responsabilidades de los patrones en accidentes de trabajo y enfermedades profesionales que involucran los conceptos legales sobre higiene y seguridad, lo que sustentó el surgimiento de esta institución.

Tal como lo menciona el sitio de Internet del Instituto Mexicano del Seguro Social (2008) nació el 1943 con una composición tripartita, integrado de manera igualitaria por



representantes de los trabajadores, de los patrones y del gobierno federal, y es así como opera actualmente.

Al mismo tiempo se fundó el Sindicato Nacional de Trabajadores del Seguro Social (SNTSS), que hoy en día constituye la organización sindical más grande del apartado A del artículo 123 y que además protege a sus trabajadores. El IMSS es la institución de seguridad social más grande de América Latina y además es un pilar fundamental del bienestar individual y colectivo de sus trabajadores y de la sociedad mexicana. El Instituto Mexicano del Seguro Social ofrece las siguientes prestaciones a sus trabajadores:

- Ayuda de gastos de matrimonio ( 30 días de salario mínimo )
- Pago de subsidios por enfermedad general
- Pago de subsidios por maternidad
- Pensión por invalidez
- Pensión por retiro adelantado
- Velatorio IMSS
- Centros vacacionales
- Pensiones

Servicios para hijos de trabajadores con ciertos lineamientos; mujeres 16-25 años mientras continúe estudiando.



La misión del Instituto Mexicano del Seguro Social se basa en cuidar y fomentar la salud de los mexicanos que no cuentan con seguridad social así como aquellos ciudadanos que habitan en zonas rurales o urbanas de marginación a través de servicios de salud, donde se implementen acciones preventivas para mejorar su salud.

La visión del IMSS, busca brindar un servicio con estándares de calidad, así como el trato digno ya que los hospitales y unidades médicas cuentan con equipamiento y con un personal altamente capacitado.

El Instituto Mexicano del Seguro Social en Puebla está formado por 2 hospitales de Especialidad, 44 unidades médicas y 5 hospitales de segundo nivel en el que se encuentra el Hospital Regional # 36 San Alejandro.

Los servicios que ofrece este hospital se mencionan a continuación:

- Hospitalización
- Consulta Externa de Especialidades
- Clínica de Displasias
- Salud en el Trabajo

Servicio Urgencia las 24 horas para:

- Adultos, Menores
- *Admisión de Partos*
- Servicio de Quirófanos



- Terapia Intensiva
- Diálisis Peritoneal
- Laboratorio Clínico
- Nutrición y Dietética
- *Medicina Preventiva*
- Banco de Sangre
- *Farmacia*
- *Archivo Clínico*

El servicio es recibido por todos los que sean derechohabientes esto incluye:

- Trabajadores e hijos
- Empresas que contribuyen al sustento económico de la institución tales como:  
Sears, WallMart, H. Ayuntamientos, Palacio de Hierro, Liverpool, VW, Pelikan,  
Chicles Adams, Chedraui, Avon, La Choza del Pescador , Skytex de México,  
Farmacias Guadalajara, Inmobiliaria Carvi de Puebla, Johnson Controls  
Servicios, Consorcio Capital Humano, entre otros.