



CAPÍTULO I

Introducción

1.1 Marco Contextual

Conforme ha ido evolucionando la oferta de servicios en combinación con la demanda de necesidades y exigencias del consumidor en cuanto a rapidez, calidad y funcionalidad, se ha creado un estado de cambio continuo no sólo en las organizaciones, sino también en las personas que laboran en ellas. Dicho cambio trajo consigo la necesidad de modificar el tipo de administración en las organizaciones, sugiriendo la implementación de una nueva herramienta de la calidad total llamada Empowerment (Johnson, 2004).

Blanchard (1996), menciona que se trata de una nueva forma de administrar la empresa en donde se libera el poder y la capacidad que tiene la gente, se delega autoridad a los empleados y se les transmite el sentimiento de que son dueños de su propio trabajo, así como Wall (1995), integra a éste los recursos de capital, ventas, mercadotecnia, tecnología y equipo, haciendo uso de una comunicación efectiva para lograr los objetivos de la organización.

Las personas tienden a preferir trabajos que les ofrezcan libertad, independencia y variedad de tareas. En el Empowerment, al empleado se le da acceso y uso a la



información de la organización y posee la tecnología, las habilidades, la responsabilidad y la autoridad para utilizarla con el fin de llevar a cabo su trabajo, es decir, como señala Blanchard (1996), se le faculta cosas que puede hacer para depender menos de los directivos y con ello, mejorar la actitud de “tener que hacer” una cosa a “querer hacerla”, lo cual está muy ligado con su satisfacción personal y laboral.

Dicha herramienta de compartir información con todos, reemplaza la vieja jerarquía por equipos autoguidados, como lo remarca Blanchard (1996) y Rocco (2004), en donde a los empleados se les ofrece la oportunidad de usar sus habilidades al desempeñar su trabajo y la responsabilidad de dar lo mejor de sí, obteniendo retroalimentación de ello y así comprometerlos más con la empresa en la que laboran. La importancia que tiene la implementación del empowerment en el personal de la industria de la hospitalidad, se asocia con la necesidad de ofrecer un servicio de calidad elevada con el fin de lograr la satisfacción total del cliente.

1.2 Planteamiento del Problema

Conforme al Wall Street Journal, según Rocco (2004), la mayoría de las grandes cadenas hoteleras han mejorado sus servicios otorgando empowerment a sus empleados con el fin de ofrecer un mejor servicio a sus clientes. De acuerdo al autor anteriormente mencionado, el presidente del Corporativo Hyatt, Darryl Hartley-Leonard, afirma que el empowerment permite que sus empleados puedan desarrollar sus capacidades aportando ideas y soluciones al trabajo diario.



Nada contribuye más al desarrollo profesional del ser humano que el desenvolvimiento total dentro de su campo laboral (Hersey, 1998) y, dado que las empresas de la industria de la hospitalidad están dedicadas al servicio, la satisfacción del cliente interno es tan importante como la del cliente externo (Horovitz, 1994). De esta forma, la presente investigación determinará si la satisfacción de los empleados en un hotel de la Ciudad de México está relacionada con el empowerment que les es otorgado para el desempeño de sus labores.

1.3 Objetivo General

El objetivo general de la presente investigación es:

Identificar si el empowerment otorgado en un hotel en la Ciudad de México influye en la satisfacción del cliente interno para obtener un mejor desempeño en sus labores.

1.4 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos son:

- Conocer el empowerment que se le da al cliente interno.
- Analizar y determinar si existe relación entre el empowerment otorgado y la satisfacción del empleado.



- Analizar la satisfacción personal del empleado a través del empowerment que ejerce en su trabajo.

1.5 Preguntas de Investigación

Las preguntas de investigación se muestran a continuación:

- ¿Cómo influye el empowerment en el ambiente laboral?
- ¿El empowerment otorgado al personal del hotel es de importancia significativa para que éste se encuentre satisfecho?

1.6 Justificación y Relevancia

Hoy en día existen diversos hoteles con altos estándares de calidad que permiten posicionarlos entre los mejores del mundo, entre ellos se encuentra el hotel donde se llevará a cabo la presente investigación, el cual en este año está posicionado en el número cuarenta y nueve entre los cien mejores hoteles del mundo y el número dos en Latinoamérica (American Express Publishing Corporation, 2005). Esto se debe en gran parte, a su creencia de que el ofrecer a sus empleados un sentido de dignidad, satisfacción y reconocimiento en todo lo que desempeñen (A.C.T.A del Hotel en la Ciudad de México, 1995), es su camino al éxito.



El interés por llevar a cabo esta investigación nace de la experiencia de nuestras prácticas profesionales al vivir en carne propia la cultura del hotel y percibir el gran valor otorgado a los empleados. Debido a que en el hotel se cree fundamental poseer empowerment para satisfacer las necesidades del cliente externo, consideramos relevante profundizar en este tema con el fin de saber si también el cliente interno se encuentra satisfecho.

1.7 Alcances y Limitaciones

La presente investigación se llevará a cabo en un hotel en la Ciudad de México, considerando como limitación el que únicamente estará enfocada a una muestra de los empleados que laboran en él.

Por solicitud del hotel en estudio, el nombre del mismo se mantendrá en anonimato. Para efectos de esta investigación será llamado Hotel en la Ciudad de México.