



CAPÍTULO III

Metodología

El propósito del presente capítulo es presentar la información acerca del tipo de investigación, sujeto de estudio, muestra y población, instrumento de medición y procedimiento de la investigación.

3.1 Tipo de Investigación

De acuerdo con Hernández (2003), existen cuatro tipos de investigación: exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa. A su vez, señala que la investigación descriptiva se define como el estudio de un grupo de personas sujeto a un análisis, en el que se pretende especificar las propiedades, características y perfiles del mismo. Establece también que, una investigación cuantitativa es aquella que estudia la asociación entre variables, así mismo, recoge y analiza datos cuantitativos sobre éstas. Dentro de esta investigación se encuentra la encuesta social, la cual consiste en aplicar una serie de preguntas específicas con la finalidad de recolectar, procesar y analizar ciertas características que se dan en un grupo determinado.

Con la información mencionada anteriormente, se estableció que el presente estudio está enfocado a una investigación descriptiva-cuantitativa ya que, de acuerdo al objetivo general y a los objetivos específicos de la investigación, lo que se busca es relacionar el



empowerment otorgado con el grado de satisfacción en el personal del Hotel en la Ciudad de México, con el fin de analizar dichos aspectos y determinar si éstos influyen en el desempeño de sus labores.

3.2 Sujeto de Estudio

3.2.1 Hotel en la Ciudad de México

El Hotel en la Ciudad de México, anónimo para el presente trabajo de investigación, se encuentra ubicado en una de las principales avenidas de la Ciudad de México. Cuenta con el servicio propio del corporativo, enfocándose particularmente al viajero de negocios dentro de una atención personalizada, lo cual marca la diferencia con sus competidores, manteniendo así huéspedes leales y frecuentes. Como en toda organización, el Hotel en la Ciudad de México tiene reglas que norman las relaciones entre la compañía y el empleado, las cuales buscan la equidad en el trato, el cumplimiento de sus valores, el fortalecimiento de la cultura organizacional y el ofrecimiento de un servicio de excelencia, a través de capacitación continua.

3.2.1.1 Misión, visión, valores y principios del Hotel en la Ciudad de México.

Misión:

Crear una experiencia segura que anticipe y satisfaga las necesidades de altos ejecutivos y personalidades que viajan a la ciudad de México, de ser productivos, de comunicarse y revitalizarse, a través de un grupo de servicios absolutamente confiables y flexibles,



que consistentemente excedan sus expectativas. (A.C.T.A del Hotel en la Ciudad de México, 1995)

De acuerdo a los lineamientos del hotel, el personal fundamenta su trabajo en una guía de valores centrales con el fin de ofrecer una excelente calidad en el servicio y una buena atención tanto al huésped como a sus compañeros de trabajo. Dichos valores se mencionan a continuación:

- Integridad: que se manifiesta en la honestidad, en la comunicación y coherencia entre lo que dicen y lo que hacen.
- Respeto: como norma de comportamiento en sus relaciones con clientes, jefes, compañeros, proveedores y demás personas que dependen profesionalmente de ellos.
- Calidad: como la característica principal de sus productos y servicios.
- Profesionalismo: que refleja el orgullo y satisfacción que sienten y que los impulsa a realizar el trabajo con pasión y de manera eficiente y oportuna.
- Espíritu de servicio: que se traduce en vocación de servicio y de trabajo en equipo como base principal de su negocio.

Los principios que rigen dentro del hotel son los siguientes:

- Proporcionar a los huéspedes un excelente servicio consistentemente y un extraordinario valor en términos de calidad y satisfacción.
- Tratar a los demás como se desearía ser tratado, reconociendo la contribución personal para el éxito de la compañía.



- Proporcionar apoyo y ayuda para que cada empleado se realice completamente.
- Alentar a los empleados para que contribuyan con ideas que les permitan ser más efectivos.
- Reconocer la excelencia entre los compañeros.
- Ser sensibles a las necesidades de los demás y crear un clima que aliente la satisfacción con el trabajo, a largo plazo.

La misión, la visión, los valores y los principios del Hotel en la Ciudad de México son diariamente comunicados y recordados a todo el personal, el cual se esfuerza por mantener el liderazgo de la empresa dentro del mercado del viajero de negocios, atendiendo con prontitud y actitud positiva las necesidades y requerimientos de cada uno de sus huéspedes. Para ello, el hotel ofrece capacitación constante a todos sus empleados, estando ésta dividida de la siguiente manera:

Tabla 3.1.
Capacitación en el Hotel en la Ciudad de México

Nivel jerárquico	Porcentaje de dinero y tiempo invertido	Temas de capacitación por puesto
Línea de empleados	15%	Curso de inducción Reforzamiento de estándares Lanzamiento de nuevos productos
Gerentes y Subgerentes	80%	Habilidades gerenciales Desarrollo Humano Cursos técnicos (primeros auxilios, sistemas de trabajo, etc.)
Directores	5%	Equipos de trabajo Liderazgo

3.3 Tamaño de la Muestra

Con un total de población de 409 empleados en el hotel, se estableció estadísticamente una muestra de 205, que corresponde a la mitad de los empleados más uno. Sin embargo, debido al redondeo de decimales en la muestra obtenida por cada departamento, se consideró a 212 empleados para la aplicación de las encuestas con el fin de lograr que la muestra fuera representativa (Ver Anexo 1 y 2) tomando en cuenta tanto áreas operativas como administrativas.

3.4 Instrumento de Medición

Para la realización de la presente investigación, se tomó como base la encuesta de “Valoración de Empowerment en nuestro lugar de trabajo” que presenta Scott (1994), la cual fue modificada a las necesidades de la investigación y adaptada al tipo de hotel en estudio (Anexo 3).

Scott (1994), establece que dicha encuesta está orientada a evaluar ocho dimensiones que ayudan a determinar el clima de empowerment que se da dentro del lugar de trabajo de una organización. Dichas dimensiones son las siguientes:

1. La claridad del propósito por el cual el personal se encuentra laborando en la empresa.
2. La moral con la cual el personal basa sus valores y principios en su trabajo.
3. La justicia con la que el personal es tratado y valorado dentro de la organización.
4. El reconocimiento que se le da al empleado por sus labores realizadas.



5. Equipo de trabajo con el que el empleado se desenvuelve y relaciona día con día.
6. La participación del personal al momento de la toma de decisiones.
7. La comunicación entre todo el personal con base a la información otorgada.
8. Ambiente sano en el cual se desempeña el empleado.

El objetivo principal de la encuesta fue identificar la importancia que tienen las dimensiones antes mencionadas dentro de los empleados del hotel y cómo éstas influyen en la satisfacción con su trabajo. La encuesta consta de 40 preguntas con cinco categorías de respuesta, siendo éstas las siguientes: “Siempre”, “Casi Siempre”, “Algunas Veces”, “Casi Nunca” y “Nunca”. Con la finalidad de que al momento de vaciar e interpretar los resultados se recopilen datos más objetivos, a cada una de dichas categorías se le asignó un valor numérico de acuerdo a la Escala de Likert, siendo el número cinco la categoría de respuesta “Siempre” y el número uno, “Nunca”.

3.5 Procedimiento

El procedimiento para realizar la presente investigación fue el siguiente:

En primera instancia, se recurrió a la Dirección de Recursos Humanos del hotel con el fin de exponer los objetivos de la investigación y con ello, lograr la autorización para llevar a cabo el estudio dentro del mismo por medio de la encuesta mencionada anteriormente, la cual debía de ser congruente con las políticas que maneja el hotel. Posterior a recibir dicha aprobación, se obtuvo una cita en la segunda semana del mes de



Febrero de 2006 con el fin de acudir personalmente al hotel y poder aplicar la encuesta. En dicha cita, se tuvo trato directo con la Gerente de Recursos Humanos así como con la Gerente de Capacitación, quienes a su vez, respondieron una serie de preguntas tratando puntos clave acerca del empowerment manejado en el hotel, el clima organizacional y el tipo de capacitación otorgada a los empleados.

Debido a los estándares con los que se rige el hotel, se acordó que la aplicación de las encuestas estaría bajo la supervisión de la Dirección de Recursos Humanos, por lo que ésta solicitó a ciertos departamentos dedicar un tiempo de su *briefing* a la aplicación de las encuestas, aprovechando con ello el momento en que varios empleados se reúnen. Se encuestó personalmente a cada empleado de la muestra seleccionada, dentro del primer y segundo turno de trabajo, es decir, de 7:00 a 15:00 horas y de 15:00 a 22:00 horas, respectivamente, logrando así cubrir el número de encuestas requeridas.

Se obtuvo un total de 212 encuestas resueltas repartidas en los distintos departamentos con los que cuenta el hotel, de acuerdo a la muestra seleccionada de cada uno de ellos. Para el vaciado de datos, se utilizó el programa Excel (Ver Anexo 4), en el cual se contabilizó por separado cada departamento de la siguiente manera: en principio, los resultados fueron seccionados en cada una de las ocho dimensiones de la encuesta. Siguiendo a esto, se registró el resultado por categoría (Siempre, Casi Siempre, Algunas Veces, Casi Nunca, Nunca) y se dividió entre el número de empleados encuestados en ese departamento. Posteriormente, la sumatoria de cada categoría de respuesta se dividió entre el número de preguntas de esa dimensión para con ello, obtener el porcentaje total por categoría. Una vez obtenido dicho porcentaje, éste se multiplicó por su valor



correspondiente de acuerdo a la Escala de Likert, con la finalidad de presentar conjuntamente en una matriz todos los departamentos del hotel, clasificados respecto a las ocho dimensiones del empowerment y a su vez, obtener así la dimensión con el valor más alto y más bajo de cada departamento.