





## **CAPÍTULO II**

### **Marco Teórico**

#### ***2.1 Satisfacción Laboral***

Dentro de cualquier organización la principal riqueza debiera ser el recurso humano, ya que sin la fuerza de trabajo el servicio y las operaciones diarias no serían posibles, en especial dentro de la industria del turismo. Las relaciones humanas, el clima laboral, la comunicación interna, prestaciones, beneficios, confianza y reconocimiento, entre otros, son factores que de una u otra manera contribuyen a que el empleado forme un juicio personal con respecto a su satisfacción en el lugar de trabajo. Gardner (1961), afirma que la monotonía y el aburrimiento no están directamente relacionados con la repetición, sino con la falta de significado del trabajo para el individuo. Cuando una persona carece de un sentido para realizar alguna labor, lo más probable es que termine por abandonarla, ya que esa experiencia no le aporta nada; así mismo, es como ocurre dentro de una empresa, las personas insatisfechas se marcharán de ahí, provocando índices de rotación.

La satisfacción laboral se puede definir como la actitud que el empleado tiene ante su trabajo, dicha actitud se relaciona directamente con las creencias y valores que la persona ha desarrollado con respecto a su empleo (Scitovsky, 1976). Con respecto a lo anterior, se puede asumir que las actitudes son determinadas por las características del puesto y las percepciones del trabajador. Cuando la gerencia conoce o tiene alguna idea del



grado de satisfacción/insatisfacción de sus empleados, podrá entonces determinar el efecto que produce la gestión en su personal y de esta manera tomar decisiones adecuadas, las cuales favorecen a la empresa interna y externamente.

Frederick Herzberg (1966), considerado por muchos como el pionero en la teoría motivacional, entrevistó a un grupo de trabajadores para determinar qué era lo que hacía que estuvieran satisfechos o insatisfechos en sus empleos. Utilizó dos preguntas:

1. Piense en un momento en el que dentro de su trabajo se haya sentido muy bien, ¿por qué se sintió así?
2. Piense en un momento en el que dentro de su trabajo se haya sentido muy mal, ¿por qué se sintió así?

Basándose en estas preguntas, Herzberg desarrolló una teoría (ver Figura 1), en la cual asegura que existen dos dimensiones para lograr la satisfacción laboral.

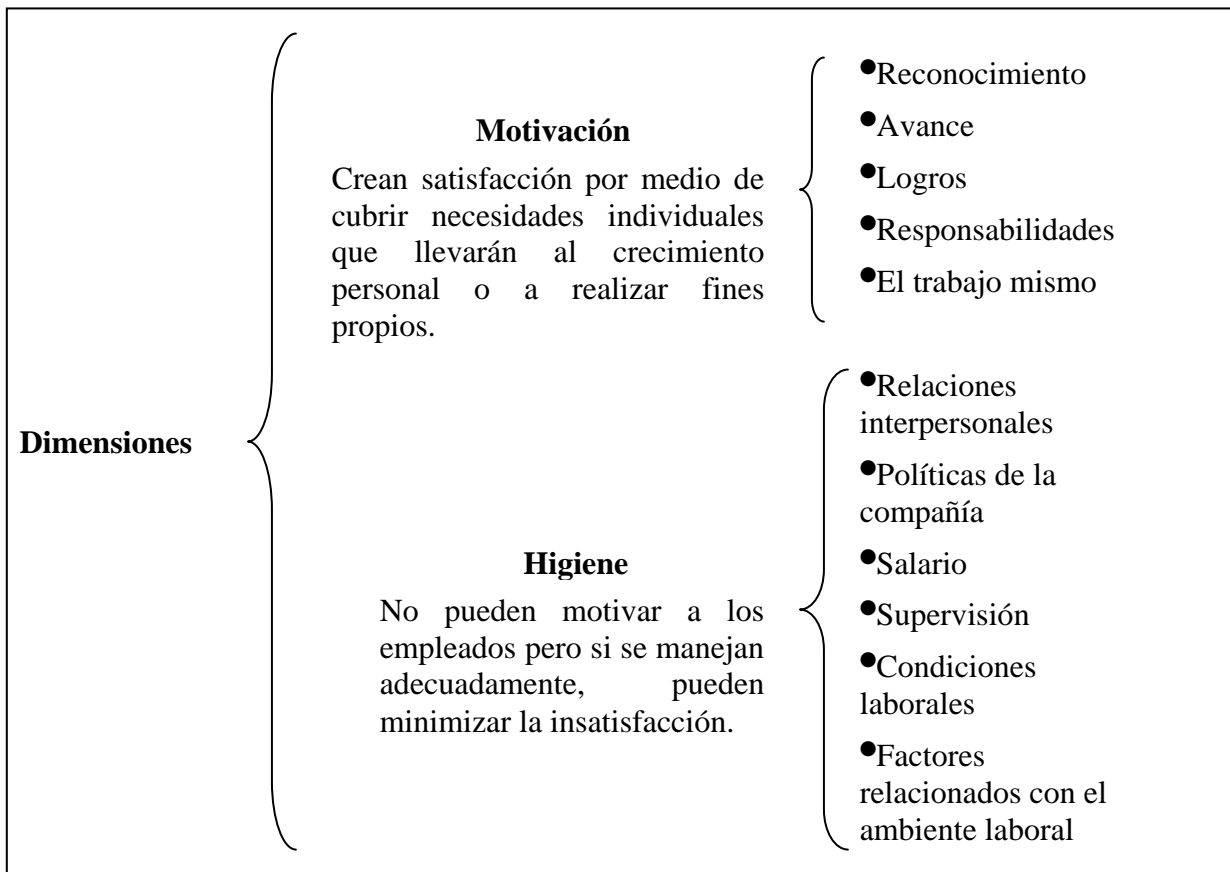


Figura 1. Teoría de Herzberg. De “Work and the nature of Man”, por Frederick Herzberg, 1966.

Una vez que las áreas de higiene están completas, las de motivación se encargarán de promover la satisfacción laboral y animar la producción.

Syptak, Marsland y Ulmer (1999), proponen una manera práctica de aplicar la teoría de Herzberg a la vida real, exponiendo que existen diez factores bases determinantes en la satisfacción laboral, los cuales son:

1. *Políticas de la compañía y políticas administrativas*: pueden resultar ser una verdadera frustración para los empleados si éstas son confusas o incluso



innecesarias. A pesar de que a menudo los empleados no se sientan motivados debido a las políticas, la insatisfacción puede disminuir creando políticas justas y equitativas.

2. *Supervisión:* poner a una persona en un puesto de supervisión de cierta área es una decisión que se debe tomar acertadamente. El puesto de supervisión es un poco complicado, ya que se requiere una persona con habilidades de liderazgo quien además ofrezca un trato justo y equitativo a todos los empleados.
3. *Remuneración:* comúnmente se dice que “se obtiene por lo que se paga”, los empleados desean recibir una paga justa en relación al trabajo que desempeñan. Si ellos sienten que no están siendo bien pagados, entonces no estarán satisfechos de trabajar en esa empresa y las probabilidades de rotación serán mayores.
4. *Relaciones interpersonales:* es importante mencionar que parte de la satisfacción de ser empleado es el contacto social, por lo que se necesita destinar tiempos considerables en los que puedan socializar. Además de tener empleados satisfechos habrá compañerismo y/o trabajo en equipo favoreciendo así a la producción.
5. *Condiciones laborales:* el entorno en el que las personas trabajan tiene, sin duda alguna, un tremendo efecto en su orgullo por sí mismos y por el trabajo que desempeñan. Es por ello que el equipo y las instalaciones deben estar en las mejores condiciones. Darles un espacio personal es también una buena manera de motivar.
6. *El trabajo mismo:* algo que favorecerá la satisfacción del empleado es hacerle ver que el trabajo que realiza es importante y de gran significado para las operaciones diarias y por tanto para obtener buenos resultados para la empresa.



7. *Logro*: una premisa inherente a la teoría de Herzberg, es que la mayoría de los individuos desean hacer bien su trabajo. Para ayudar a satisfacer este deseo, es importante asegurarse de colocar a la persona en el puesto correcto donde sus habilidades y talentos puedan ser bien aprovechados.
8. *Reconocimiento*: en todos los niveles de la organización, los empleados desean que sus logros sean reconocidos.
9. *Responsabilidad*: los empleados tienden a sentirse más satisfechos en su puesto de trabajo cuando se sienten dueños de él; esto se puede lograr dándoles libertad y empoderamiento.
10. *Avance*: si no hay un puesto vacante a donde se pueda promover a un empleado cuyo desempeño es sobresaliente, se debe considerar darle un título que refleje lo que ha logrado.

Cranny, Cain y Stone (1992), aseveran que algunas organizaciones miden la satisfacción laboral en base a las metas alcanzadas a corto plazo, la reducción de costos mediante el aumento en la productividad individual y la disminución de ausentismo, errores y rotación. De igual forma, mencionan que generalmente la satisfacción laboral involucra componentes que no son provocados por situaciones laborales; uno es temperamental (la felicidad) y la otra es confianza en la administración. Ambos pueden actuar como causas, efectos o moderadores y están relacionados con el comportamiento de adaptación y aportación al desempeño. De ahí que Gibson, Ivancevich y Donnely (2002), afirman que no basta con que uno sea bueno en el trabajo que ejecuta, sino que el trabajo le haga feliz. Un punto importante al respecto, es estar en el puesto correcto de acuerdo a las habilidades, conocimientos y preferencias de las personas. Sin embargo, el problema en algunos casos



es que no siempre se desempeña un trabajo por gusto, sino por necesidad. En muchos casos se piensa que el salario es parte importante o fundamental para la satisfacción laboral; no obstante, es algo que puede ser fácilmente igualado por terceros.

A continuación, se muestra en la Figura 2 un esquema donde se simbolizan las fuerzas que logran la satisfacción de una persona en su lugar de trabajo; se observará que hay un río, el cual representa la satisfacción en la vida y es la fuente que da existencia a un árbol cuyas ramas están marcadas por las experiencias personales que influenciarán en la satisfacción de diferentes áreas de la vida, tanto laborales como personales. Esta figura trata de la relación que existe entre la vida personal y laboral, entretejiendo las experiencias como un todo para determinar el grado de satisfacción laboral y personal, el cual influenciará a su vez en la toma de decisiones.

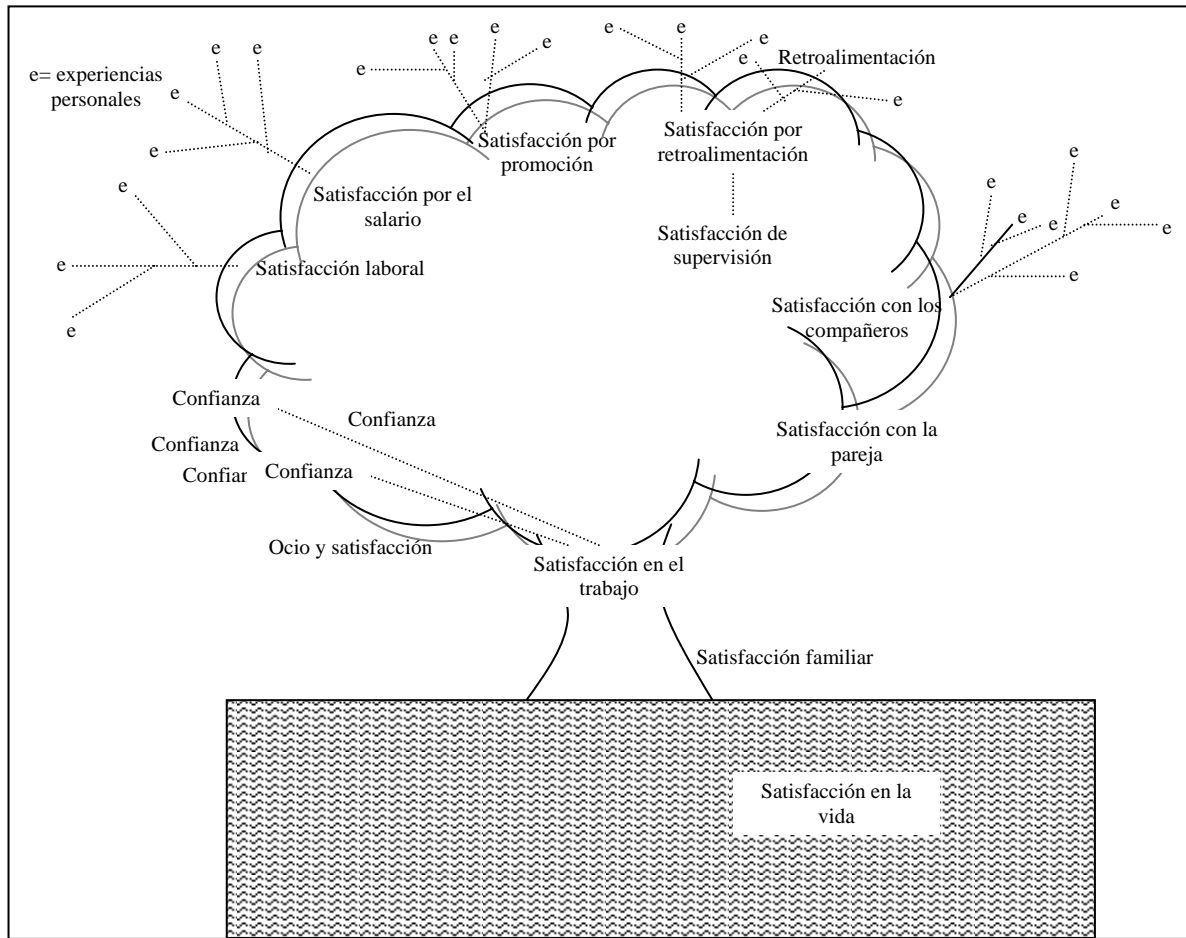


Figura 2. El río de la satisfacción.

De: "Job Satisfaction", por Patricia Cain Smith, 1992, p. 8

Relacionado a la teoría de Cranny, Cain y Stone, existen cinco dimensiones que según Tansuhaj, Randall y McCullough (1988), conllevan a una satisfacción laboral:

1. Satisfacción con el trabajo mismo
2. Satisfacción con la remuneración
3. Satisfacción con los prospectos de promoción de puestos
4. Satisfacción con la supervisión
5. Satisfacción con los compañeros de trabajo





Evidentemente estas dimensiones comprenden aspectos enfocados al interés del empleado en su área de trabajo, ya sea en términos personales, profesionales o sociales. Debido a que cada empleado se ve involucrado en distintas necesidades, es labor de la empresa conocerlas o ayudarles a evaluar sus propios intereses, valores y aptitudes. Esto es necesario ya que no se debe aplicar el mismo método de satisfacción a un grupo, sino manejarlo individualmente o por intereses similares. Un compromiso individual con la empresa no resulta tan sólido como el que se genera gracias a la satisfacción con los compañeros de trabajo, donde el interés por conseguir buenos resultados por un trabajo bien hecho en equipo es mayor, facilitando el buen desempeño laboral de las personas e indirectamente comprometiéndose con la empresa. Entre más satisfecho se encuentre el empleado, las posibilidades de que permanezca en la empresa serán mayores (Smith, 2001).

Por otro lado, para lograr una satisfacción laboral, Robbins (1998), propone la existencia de una serie de factores que a continuación se mencionan:

1. *Trabajos Desafiantes*. Se presenta cuando el empleado se encuentra ante la diversidad de oportunidades, donde puede aplicar sus conocimientos, habilidades, capacidades, libertad para la toma de decisiones, retroalimentación y variedad de funciones y/o tareas. Comparando esta situación desafiante que resulta satisfactoria, con un ambiente rutinario donde las opciones en el campo laboral son limitadas, se verá que por consecuencia la satisfacción es casi nula, ya que no existe un panorama de desarrollo profesional o crecimiento; cosas que cualquier persona tiende a buscar.
2. *Recompensas Equitativas*. Este factor se relaciona con la justa retribución por el trabajo desempeñado por un empleado. Cabe señalar que esta compensación no se



refiere únicamente al estímulo monetario, sino a todo aquello que el empleado percibe como un beneficio o valor agregado en respuesta a su colaboración para alcanzar los objetivos de la empresa; como son: las promociones de puestos y otros beneficios que las políticas de la organización permitan.

3. *Condiciones de Trabajo que Constituyan un Respaldo.* Generalmente el trabajador se siente seguro cuando la empresa proporciona cierta comodidad y facilita todo el equipo o la herramienta necesaria para que pueda desempeñar su labor sin ningún obstáculo. Cuando se cuentan con las facilidades adecuadas, el empleado estará satisfecho.
4. *Colegas que Apoyen.* Por naturaleza el hombre es un ser social, que habita en sociedad y no puede estar aislado de ella. Por esta razón, el trabajo en muchas ocasiones no es tan solo significado de recursos financieros o logros profesionales, sino que trasciende a ese aspecto social.
5. *Relación Personalidad – Puesto.* Para que la probabilidad de éxito y crecimiento del empleado se genere, es necesario que exista una relación entre las habilidades - capacidades de la persona y los requerimientos del puesto de trabajo.

## ***2.2 Insatisfacción Laboral***

De acuerdo con la maestra María del Carmen Morfin (Jefe de Departamento de Hoteles y Restaurantes en la Universidad de las Américas Puebla), la rotación y el ausentismo son consideradas manchas negras del departamento de Recursos Humanos. Niveles altos de estos dos factores, causados por la insatisfacción, afectan sin lugar a duda a la empresa. Sin embargo, pocas organizaciones han reconocido a la satisfacción laboral



como una prioridad, quizá por el hecho de que desconozcan aún el significado de la problemática que representa. Los empleados satisfechos tienden a ser más productivos, creativos y comprometidos con su empresa (Syptak, Marsland & Ulmer, 1999). Werther y Davis (1996), comentan que por dichos motivos la insatisfacción laboral se ha convertido en una preocupación para la mayoría de los empresarios hoy en día. Cada vez resulta más importante preocuparse por buscar eliminar las causas de insatisfacción laboral para evitar así una serie de problemas que pueden derivar de ella.

La insatisfacción de cada empleado puede contribuir, involuntariamente, a deteriorar la imagen de la empresa, la calidad de sus productos y servicios, frenar el crecimiento y el desarrollo organizacional disminuyendo los niveles de productividad y calidad. La situación generada por la insatisfacción requiere que la empresa tome medidas radicales para preservar tanto su integridad como la de los empleados. Es sumamente importante tomar acción en ello, ya que la insatisfacción laboral generalmente tiende a afectar al empleado en otros círculos o aspectos de su vida, como son la familia o amigos. Cuando la insatisfacción se elimina de raíz, habrá un cambio drástico que se percibirá en el desempeño y entusiasmo del empleado, expresado mediante una actitud positiva con respecto a la empresa (Smith, 2005).

### ***2.2.1 Rotación de Personal***

García (1985), sostiene que una de las manifestaciones más frecuentes de la insatisfacción consiste en el abandono del puesto de trabajo, que comienza con la búsqueda de otro empleo y termina con la renuncia cuando el trabajador encuentra una opción más atractiva,



que se adapta más a sus intereses, necesidades y habilidades. De acuerdo con Hernández (2004), hoy en día es frecuente que se presente en algunos sectores de la economía la inestabilidad laboral, lo cual origina consecuencias negativas para cualquier empresa provocando, entre muchas otras cosas, una dificultad para cubrir el puesto de trabajo vacante; en especial si es un puesto poco atractivo y con un salario poco remunerado, como es en el caso de los puestos de limpieza.

Los investigadores han sugerido que la rotación de personal en la industria de la hospitalidad, es una de las que mayor porcentaje presenta. Un grupo de expertos dirigidos por la American Hotel and Motel Association (Mehta, 2005), estiman que se tiene un promedio anual de alrededor de 60 al 300% de rotación en la industria hotelera. Esta cifra es alarmante, ya que el costo por contratar y entrenar a un nuevo empleado representa miles de dólares anuales; el costo por perder un empleado varía entre .5 y 1.5 veces su salario anual.

Mowday, Porter y Steers (1982), proponen un modelo compuesto por tres partes:

1. Actitudes y expectativas laborales
2. Actitudes laborales e intenciones de abandono
3. Intenciones de abandono, alternativas disponibles y rotación actual

La Figura 3 muestra la interacción entre estos factores, que resultan determinantes en el momento en que un empleado toma la decisión de abandonar su puesto de trabajo.

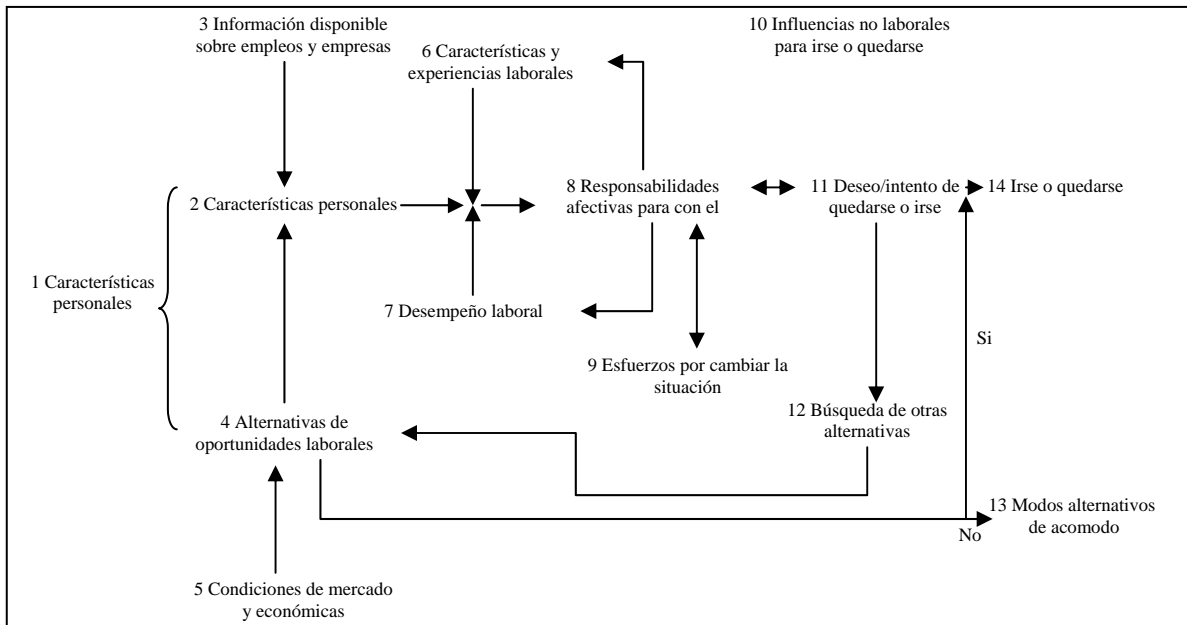


Figura 3. Modelo de rotación de personal voluntaria.

De: “Employee-Organization Linkages”, por Richard T. Mowday et al., 1982, p. 124.

Un estudio realizado por Sirota Consulting en el 2004 (Career Systems International, 2005), expresa que los empleados que tienen menos labores están menos satisfechos y tienden a rotar más que aquellos que tienen bajo su cargo varias actividades. Del mismo modo se afirma que el factor salario no es la razón primordial por las que las personas permanecen en sus puestos de trabajo. Una encuesta llevada a cabo por Career Systems International (2005) muestra lo siguiente:



Tabla 1

## Top 20 Retention Drivers

Factor de retención	Porcentaje
1. Trabajo excitante y retos	48.4
2. Crecimiento laboral, aprendizaje y desarrollo	42.6
3. Trabajar con personas excepcionales y tener excelentes relaciones	41.8
4. Paga justa	31.8
5. Gran jefe/administración que apoye	25.1
6. Ser reconocido, valorado y respetado	23
7. Beneficios	22
8. Trabajo significativo que aporte y haga una diferencia	17
9. Orgullo por la organización, su misión y producto	16.5
10. Gran ambiente/cultura laboral	16
11. Flexibilidad	13.6
12. Autonomía, creatividad y sentido de control	12.6
13. Seguridad y estabilidad laboral	10.5
14. Ubicación	10.3
15. Diversidad de labores	7.7
16. Ser parte de un quipo	6.4
17. Diversión en el trabajo	6.2
18. Balance trabajo-vida personal	6.2
19. Lealtad/compromiso con la empresa y compañeros	5
20. Confort en el trabajo	4.2

De "Want to keep employees happy? Offer learning and development", por Career Systems



En esta séptima edición de encuesta, aplicada a 7,600 personas, las tres primeras respuestas obtenidas son las mismas que se obtuvieron en el año 2000, por lo que se puede afirmar que la teoría de Herzberg está en lo correcto y aún después de tantos años que han transcurrido, es cierto el hecho de que el hombre busca satisfacer esas áreas de motivación personal que le llevan a sentirse satisfecho en una posición específica. Es por ello que hoy en día resulta importante que las empresas se enfoquen más hacia el lado humano, desafiando y cultivando relaciones de valor para sus empleados y no enfocarse únicamente al factor salario como erróneamente se había considerado (Ulrich, Losey, y Lake, 1998).

### ***2.2.2 Ausentismo de Personal***

García (1985), menciona que así como la rotación de personal, otra consecuencia que deriva de la insatisfacción es el ausentismo de los empleados. Ausentarse al trabajo es una decisión que los trabajadores toman y poco a poco los puede influenciar para optar por quedarse o marcharse de la empresa. El ausentismo a corto plazo, significa únicamente la cantidad de faltas en el trabajo pero a largo plazo es considerado abandono del trabajo, lo cual conlleva a la rotación de personal (Thompson, 1979). Ambas acciones tomadas por el empleado generan consecuencias, tanto para él como para la empresa, de manera significativa. El empleado, al no asistir a trabajar (principalmente de manera injustificada), deja de percibir el ingreso por el salario correspondiente, pierde la continuidad y el interés en sus labores; si decide abandonar la empresa definitivamente, pierde antigüedad y cualquier relación personal vinculada con el trabajo. Por otro lado, la empresa pierde



productividad y se genera un retraso en las actividades laborales además, dependiendo el puesto, existe un incremento en el costo de selección, reclutamiento, entrenamiento, capacitación, etc. Así mismo se presenta una falta de unión entre los empleados y una posible desmotivación o desorientación para quienes permanecen en la empresa, al volver a adaptarse a un nuevo miembro y viceversa (Shenkel, 2004).

De acuerdo con Lawson (1980), las razones del ausentismo en el trabajo son diversas, sin embargo, la más alarmante es cuando éste es causado por stress, aburrimiento o monotonía en las labores que el empleado desempeña, impulsándolo a faltar cuantas veces sea posible. De ahí que el ausentismo se relaciona en cierta forma con lo anteriormente mencionado de que los empleados deben desempeñar las labores correspondientes a sus gustos y capacidades. Chiavenato (1993), asevera que debido a que no siempre se tiene la oportunidad de escoger el trabajo por la reducida, complicada o exigente oferta laboral que existe, las empresas tienden a contratar, para ciertos puestos, personas de un nivel con poca exigencia de conocimientos y habilidades pero eso no implica que se olviden de dar la atención necesaria para que el empleado se encuentre satisfecho, cuestión que a menudo ocurre. Si un empleado presenta constante ausentismo y su actitud hacia el trabajo no es la adecuada, la rotación en ese caso puede ser positiva para la empresa ya que se espera conseguir un nuevo candidato con el perfil ideal para el trabajo que aporte una actitud nueva, ideas revolucionarias y deseos de realizar un buen trabajo y quizá crecer en la empresa.

Steers y Porter (1987), mencionan en su modelo de asistencia de empleados, como concepto básico, la motivación que existe para que los empleados asistan al trabajo, principalmente para aquellos que tienen la facilidad de llegar a éste. Parte de esta





motivación se da a partir de cierta presión interna o externa al trabajo y a la respuesta afectiva que el empleado tenga hacia el mismo. De igual forma, la situación del trabajo permite o no al empleado el hecho de que disfrute ir a trabajar y tenga el deseo de asistir; lo anterior representa en gran medida la satisfacción laboral. Dicha satisfacción se ve influenciada también por las expectativas que tienen los empleados hacia el trabajo.

Yerkes (2001), manifiesta que cada persona tiene diferentes valores y expectativas con respecto al trabajo y espera que se manifiesten para así poder sentirse parte de la empresa. A su vez, estas expectativas y valores son influenciados por características personales y antecedentes de cada empleado, ya sea en cuestión de educación, edad, sexo, condiciones familiares, etc. Cada empleado tiene diferentes expectativas dependiendo de su situación y de sus aspiraciones personales. Relacionado a esto, se pueden mencionar las posibles presiones que llevan a las personas a asistir al trabajo, más que por el hecho de disfrutarlo, entre ellas se tienen la presión económica y las condiciones del mercado, los incentivos o beneficios, las normas de trabajo en equipo, la ética personal en el trabajo y el compromiso organizacional.

Aunado a todo esto, Steers y Porter (1987) también mencionan en su modelo que los empleados tengan la facilidad de asistir al trabajo. Muchas veces la inasistencia no se debe a la falta de motivación o interés por parte del empleado, sino por dificultades que se le presentan involuntariamente como son: enfermedades o accidentes, responsabilidades familiares, y problemas con los medios de transporte.

Por todo lo mencionado anteriormente, es importante que las empresas consideren cambiar los incentivos de la asistencia, particularmente en los trabajos monótonos (Schappi, 1988). Esto es, que se tenga una especie de compensación por asistir al trabajo,



que motive al empleado como sustituto de la falta de motivación que existe por el tipo de trabajo en sí. Como se mencionó, algunas personas sólo asisten al trabajo por la necesidad económica pero en realidad no disfrutan lo que hacen, de ahí que la actitud hacia el trabajo debe ser modificada por otro tipo de motivación que permita reducir el ausentismo.

### *2.3 Percepción de los Puestos de Limpieza*

Rutherford (2001), habla de que en la actualidad la frase "calidad en el servicio" tiene mucho significado en los hoteles modernos, ya que los administradores se preocupan por ofrecer al huésped la mayor comodidad posible dentro de un ambiente agradable y limpio porque se ha encontrado que el grado de limpieza que se refleje, entre otros factores, motivará a los clientes a regresar. Es por ello, que el hotelero ha tomado conciencia de la importancia y trascendencia que tiene la limpieza de su establecimiento, por ello no sólo busca productos que ayuden al ama de llaves y al gerente de habitaciones en la difícil tarea de mantener limpia cada una de las áreas que conforman el hotel, sino de resolver sus necesidades de manera eficiente.

Dentro de cualquier hotel se encuentran ciertos puestos en los departamentos de limpieza que resultan claves en la operación diaria y sin los cuales no sería posible dar una imagen favorable al huésped. Ya sea trabajando en el back of the house o front of the house, estos puestos son de suma importancia. En primer lugar se encuentran los empleados que apoyan en el producto principal de cualquier hotel: las habitaciones; para ayudar a ofrecer habitaciones limpias y mantenerlas impecables durante la estancia del huésped, para ello se tienen a las camaristas. En la cocina se necesita tener perfectamente limpio todo el equipo y los utensilios necesarios para ofrecer al cliente alimentos higiénicos con los más



altos estándares de limpieza. Para ello se tienen a los stewards. Complementando estas labores de limpieza están las personas encargadas de las áreas públicas como son salones, centros de consumo, oficinas, pasillos, lobby y todas las áreas de hotel tanto en el back como en el front. Para ello se tiene a los mozos de áreas públicas (Hayes y Ninemeier, 2003).

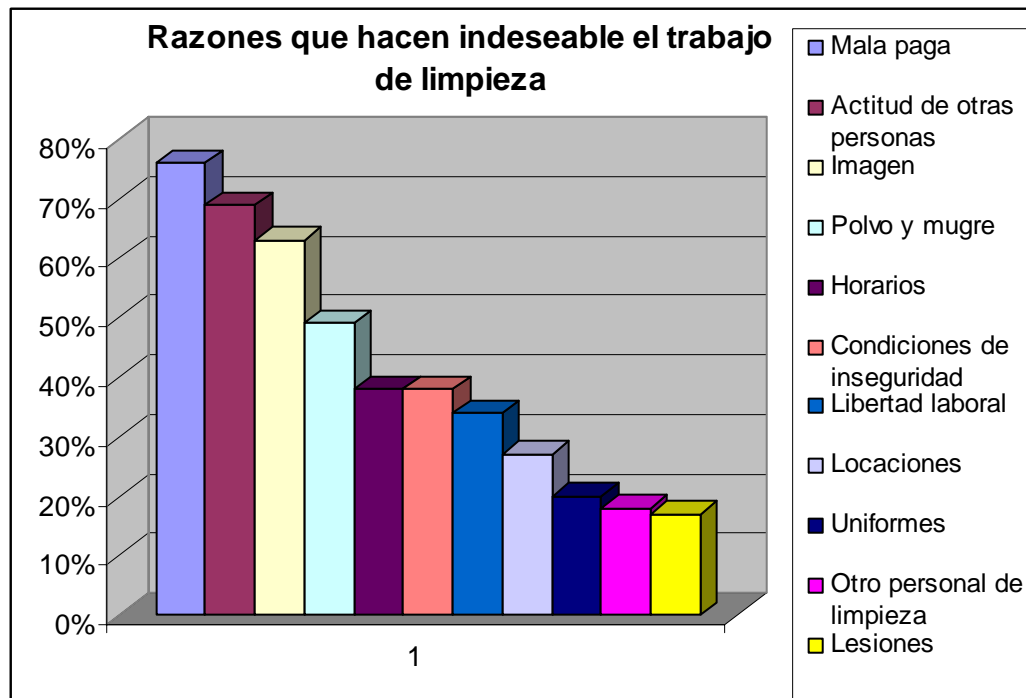
En un artículo reciente (Olmedo, 2005), se menciona que en América Latina la función del ama de llaves había estado subestimada ya que no se le daba la importancia que la función requiere, esta situación se reflejaba en la falta de capacitación del personal. Difícilmente se les perfeccionaba en cuanto a las técnicas para hacer más eficiente su trabajo y en cuanto a los riesgos que corrían al no utilizar los productos de la manera adecuada. El ama de llaves tiene experiencia en su trabajo de asear cuartos y áreas públicas, sin embargo debe mejorar su productividad por medio del uso de productos y equipos de fácil manejo. Asimismo ocurre con los puestos de steward y mozo de áreas públicas, los trabajos son extremadamente demandantes, los horarios cambiantes y el salario es bajo en comparación con el desgaste físico, debido a todo lo que se debe realizar. Con respecto a los stewards, un escrito de Hypermart (2003), menciona que deben de tener la paciencia de Job, la piel de un rinoceronte, la astucia de un zorro, el valor de un león, ciego como un murciélago y silencioso como una estatua. Los mozos de áreas públicas deben tener las mismas características.

Young (2004), considera que en general los puestos de limpieza requieren de personal que soporte fuertes cargas de trabajo, que puedan trabajar bajo presión y mantengan un nivel de productividad constante. Lo que Recursos Humanos busca al momento de contratar personas para estos puestos no es precisamente escolaridad, ya que



por lo regular los estudios pasan a segundo plano, sino cuestiones de fuerza en el trabajo y la disposición para realizar trabajo pesado sin renegar. Debido a lo anterior es común que en los hoteles el mayor porcentaje de rotación se presente en estos puestos. Así mismo, habla de que las organizaciones necesitan una revolución en el sector de limpieza, enfocarse en herramientas ergonómicas, capacitación y estándares. La percepción tan pobre que la gente tiene con respecto a los puestos de limpieza está marcada por varios prejuicios, comenzando por la jerarquía que los administradores le dan a estas posiciones dentro de una empresa, por ejemplo el hecho de que siempre en el organigrama los puestos de limpieza son los que ocupan los espacios inferiores o posicionarlos como *staff de apoyo*.

En su trabajo *What is about cleaning?* el Dr. Jackson (Academic Search Premier, 2005), reconoce que las personas empleadas en la limpieza a menudo han sido discriminadas en sus lugares de trabajo, teniendo que desempeñar sus funciones muy temprano o muy tarde; la mayoría de las veces este trabajo es realizado por mujeres de escasos recursos y limitada educación. Un estudio realizado en Estados Unidos revela las razones por las que el trabajo de limpieza es indeseable; a pesar de que en México las condiciones pudieran ser distintas, esto marca una pauta para poder orientar el estudio de la investigación.



Gráfica 1. Razones que hacen indeseable los puestos de limpieza.

De “What is about cleaning?”, por Jackson, 2005.

Debido a que resulta complicado que las empresas modifiquen el ambiente laboral para hacerlo más agradable para los empleados, quizás podrían adoptar algunas medidas que hicieran interesante el trabajo de limpieza, lo facilitarían, dignificarían, lo convertirían en autónomo y variado; buscar la satisfacción del personal de limpieza incluyen medidas como posibilidades de crecer dentro de la empresa y estímulos a la lealtad, diseño ergonómico de espacios y equipo, estructura organizacional justa y empatía, tecnología, consenso acerca de condiciones laborales, balancear la carga de trabajo, reducir el peligro percibido, elección y control, relaciones positivas y de apoyo con gerentes y compañeros de trabajo así como roles definidos (Young, 2004).

## 2.4 Tipo de Investigación

A pesar de que el método científico es uno solo, existen diversas formas de identificar su práctica o aplicación durante una investigación, permitiendo tener distintas clasificaciones de la misma. Hernández, Fernández y Baptista (1998), mencionan que el desarrollo de investigaciones conocidas como cuantitativas, se refiere a aquellas que se apoyan en las pruebas estadísticas tradicionales. Sin embargo, existen áreas, especialmente tratándose de aspectos sociales, donde los fenómenos resultan muy complejos y no es posible analizarlos de manera cuantitativa, por lo que se recurre a métodos subjetivos y más orientados hacia las cualidades que hacia las cantidades. Esto es la investigación cualitativa.

Como subcategoría, se tiene a la investigación fenomenológica, la cual aborda el objeto de estudio/fenómeno como una experiencia concreta del hombre, tan libre como se pueda de presuposiciones conceptuales. El objetivo de la investigación fenomenológica es adquirir una comprensión de las estructuras esenciales de estos fenómenos mediante la interpretación de la información que la gente proporciona en relación con cierto fenómeno. Esta técnica tiene un problema y es la subjetividad (Guillemat, 2004).

Según Grajales (2000), la investigación descriptiva busca desarrollar una imagen fiel o descripción del fenómeno estudiado a partir de sus características. Para este caso, la palabra “medir” se toma como sinónimo de describir. Se miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, grupos, personas o fenómenos bajo análisis. El énfasis se encuentra en el estudio independiente de cada característica. Es posible que, de alguna manera, se integren las mediciones de dos o más características con el fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno, pero en



ningún momento se pretende establecer una relación entre estas características. En algunos casos los resultados pueden ser útiles para predecirlo.

Así mismo, la investigación explicativa, pretende conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno, apuntando a las causas de los eventos físicos o sociales. Este tipo de investigación no solo describe, sino que intenta buscar la causa de cierto comportamiento o tendencias de comportamientos que provoquen una respuesta negativa dentro de un clima laboral.

## **2.5 Instrumento para la Recolección de Datos**

Lazarsfeld (1979), considera que la encuesta es un método de investigación compatible con el empleo de varias técnicas e instrumentos de recolección de datos, como son: la entrevista, el cuestionario, la observación y el test. Es útil para que el investigador no se guíe por sus propias suposiciones u observaciones, sino por las opiniones, actitudes o preferencias del público para lograr ciertos conocimientos. Es un método que permite explorar sistemáticamente lo que otras personas saben, sienten, profesan o creen.

La encuesta de opinión pública, como se realiza habitualmente, representa una serie de entrevistas personales breves pero estandarizadas, en las cuales los entrevistadores formulan siempre las mismas preguntas y las respuestas de los entrevistados se limitan a unas pocas categorías. Sin embargo, se puede aplicar una encuesta con entrevistas libres, o no estructuradas, en las cuales se busca, después de la recolección de datos, las categorías de las respuestas para poder codificarlas. Cuando el universo es grande se toma una muestra, por medio de la cual se reúnen datos acerca de una población más pequeña; a



partir de ellos se puede hacer inferencias acerca de todo el universo (Ghiglione y Matalon, 1989).

Grawitz (1996), distingue los siguientes tipos de encuestas:

a) Según la Dimensión.

1. *Estudio de áreas*: los factores de medición son de órdenes muy diversas, la observación afecta a puntos de vista diferentes y tiene por objetivo toda una región, un país o incluso varios.
2. *Estudio de casos*: este tipo de encuesta se caracteriza por su objetivo, recoger la mayor cantidad posible de datos sobre un tema concreto y limitado, en general con un simple deseo de información, de descripción o de clasificación, sin segundas intenciones respecto a su medición.

b) Según el Grado de Precisión o Medida.

1. *Las encuestas de exploración*: no parten de una hipótesis y son más bien de tipo descriptivo.
2. *Las encuestas de análisis o de diagnóstico*: se trata de buscar una respuesta a una cuestión práctica; se necesita precisar las variables que intervienen.
3. *Las encuestas experimentales*: en éstas se trata de verificar una hipótesis establecida.

A pesar de que la encuesta es utilizada en diversas ocasiones, De la Torre y Navarro (1992), establecen que tiene ciertas fallas por ser individualista, simplificar demasiado la realidad social y por lo tanto ser inexacta, además de ser un método estático. De igual





manera mencionan, que a diferencia de un censo, donde todos los miembros de la población son estudiados, las encuestas recogen información de una porción de la población de interés.

Garza (1996), define a la entrevista como el contacto impersonal que tiene como objetivo la recopilación de testimonios orales mediante una interacción verbal que se da entre un entrevistador y un entrevistado, donde se solicita información para obtener datos sobre un problema en específico.

Así mismo, afirma que existe una clasificación para las entrevistas, la cual se muestra a continuación:

*1. De acuerdo al número de personas entrevistadas, la cual se divide en:*

- Individual: aplicada a una sola persona.
- Colectiva: pretende tener contacto con las personas, o un grupo representativo de personas, involucradas en una situación.

*2. De acuerdo al número de personas entrevistadas en una sola sesión*

- Personales: resultan útiles cuando se busca obtener información más confidencial, ya que en público sería difícil conseguirla.
- De grupo: este tipo de entrevista resulta útil cuando el entrevistador se ve obligado a dar información específica a los entrevistados.

*3. De acuerdo a su estructura*

- Libre: el entrevistador conduce la entrevista de manera espontánea, permitiendo así profundizar más en la mente del entrevistado.
- Dirigida: consta de un cuestionario establecido. Esta estructura facilita la comparación entre respuestas.

---

#### *4. De acuerdo al número de veces que la persona es entrevistada*

- Únicas: solamente se entrevista una vez a la persona, evitando con esto molestias futuras.
- Repetidas: se realizan más de una vez y su ventaja es que se pueden verificar las respuestas, así como observar cambios propiciados por las situaciones.

##### *2.5.1 Descripción y Perfil de Puesto*

De acuerdo con Alicea (2005), la descripción del puesto contiene información referente a las obligaciones y especificaciones del puesto a desempeñar. Para ello no existe un formato estándar a seguir por parte de la empresa, por lo que cada una emplea un seguimiento y contenido diferente. Aún así, en su mayoría, se cuenta con el nombre del puesto, su identificación y obligaciones. Parte de la información en la descripción de puesto es la relación interna y/o externa que determina el nivel de interacción con diferentes puestos y áreas de la organización. Se define la misión del puesto, los objetivos, las responsabilidades y estándares a seguir en el desempeño del puesto. Se pretende identificar la línea de mando superior al puesto, así como los puestos de rango inmediato inferior, es decir, el organigrama.

A diferencia de la descripción de puesto, Plachy y Plachy (1998), afirman que el perfil del puesto define las aptitudes, cualidades y capacidades que debe poseer el candidato a desempeñar ese puesto. Va relacionado con la descripción del puesto, ya que se requiere tener a la persona correcta para desempeñar determinadas funciones. De acuerdo con Brannick y Levine (2002), parte de la información descrita en el perfil del puesto es en base



a los conocimientos académicos, como son los niveles de estudio cursados necesarios para manejar adecuadamente las situaciones que se presenten en el trabajo. Los idiomas y la comprensión lingüística son también parte del perfil, de acuerdo a las necesidades del puesto. Asimismo, afirman que la experiencia laboral, las habilidades personales y los conocimientos generales requeridos, son especificados de acuerdo a las necesidades de los mismos que se presenten en la descripción del puesto. Dicha información proporcionará una percepción general del nivel socioeconómico en el que se encuentran los sujetos de estudio, lo cual permitirá al lector visualizar lo que se puede pedir y esperar de los mismos en base a sus capacidades. Por último, las condiciones de trabajo deben estar bien definidas, ya que, como se ha visto en información previa, el hecho de que el empleado desconozca sus funciones y sus posibles alteraciones o modificaciones de acuerdo a las necesidades que se presenten, determina en gran parte la insatisfacción laboral (Romero, 2005).