



Universidad Nacional Autónoma de México

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

29 No 193

**EL MERCADO DE TRABAJO, LAS VARIACIONES DEL SALARIO
Y EL TECNICO EN HOTELERIA DENTRO DEL DISTRITO FEDERAL**

Seminario de Investigación Administrativa

Que para obtener el Título de
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

P r o p o s t a

GUILLERMO REYES CHAVEZ

Director de Tesis

L.R.I. RAFAEL HERNANDEZ VILLAGRAN

1 9 8 2



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

CONTENIDO

PROLOGO	1
Capítulo:	
1.1. CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE EL SALARIO	3
2.1. TEORIA ECONOMICA	7
2.2. Curva de la demanda	7
2.3. Curva de la oferta	8
2.4. Punto de equilibrio	9
2.5. Definición de mercado	10
2.6. Clasificación de los mercados	11
3.1. ESTRUCTURA ECONOMICA DEL MERCADO DE TRABAJO	15
3.2. Oferta de fuerza de trabajo	15
3.3. Demanda de fuerza de trabajo	16
3.4. Definición de mercado de trabajo	16
3.5. Clasificación de los mercados de trabajo	17
3.5.1. Competencia perfecta	17
3.5.2. Competencia imperfecta	18
3.5.2.1. Monopolio en la fuerza de trabajo	18
3.5.2.2. Monosonio en la fuerza de trabajo	20
3.5.2.3. Monopolio bilateral	20
4.1. MOVILIDAD OCUPACIONAL	26
5.1. CONCEPTO DE HOTELERIA	30
5.2. IMPORTANCIA DE LA HOTELERIA	30
5.2.1. En la generación de empleos	30
5.2.2. En el equilibrio de la balanza de pagos	31

Capítulo :

5.2.3. En el crecimiento de la actividad económica	34
5.2.4. En la formación del ingreso nacional	34
5.2.5. En el desarrollo regional	35
5.2.6. En la generación de ingresos públicos	36
6.1. PLANTEAMIENTO DE LA HIPOTESIS	38
6.1.1. Hipótesis	39
6.1.2. Objetivos de la investigación	39
6.2. Localización del estudio	40
6.3. Materiales	40
6.4. Técnica de la investigación	41
6.5. Tamaño de la muestra	41
6.6. Aplicación del cuestionario	48
6.7. Limitantes en el campo de trabajo	51
7.1. RESULTADOS	52
7.1.1. Cuadros	52
7.1.2. Análisis de los cuadros	67
7.1.3. Gráficas	72
7.1.4. Conclusiones y recomendaciones	92
BIBLIOGRAFIA	95

PROLOGO.

La elaboración de una tesis o trabajo de investigación para todos los pasantes de una carrera, es un verdadero reto, para la realización profesional de quien lo lleva a cabo. Por ser un requisito para poder sustentar un examen profesional, considero que es necesaria su elaboración, sobre todo porque constituye un aliciente en el proceso de desarrollo cultural y al mismo tiempo, nos permite superar en materia de formación profesional.

La tesis, como el examen profesional, constituye la primera ocasión en que nos expresamos abiertamente ante la sociedad y en la que aquilatamos los años de estudio realizados ya que representa la culminación de nuestra vida de estudiantes y el inicio de otra fase dentro de nuestras renovadas metas.

Consciente de la importancia, que para el egresado de la carrera de licenciado en administración implica el seleccionar una área específica de la administración me he propuesto dedicar mis esfuerzos a los recursos humanos tratando el tema relacionado a las variaciones del salario en el mercado de trabajo de los técnicos en hotelería, esta investigación la realicé con la intención de resolver una serie de dudas e inquietudes personales acerca de dicho tema.

Para desarrollar el tema, he dividido al presente

trabajo en dos partes principales, la que contiene el marco teórico y la que se refiere a la investigación de campo.

Con respecto al marco teórico el trabajo comprende: I)-consideraciones generales sobre el salario; II)-teoría económica del mercado; III)-el mercado de trabajo y su clasificación; IV)-movilidad ocupacional; y V)-concepto e importancia de la hotelería.

Por lo que toca a la metodología de la investigación el trabajo comprende: I)-planteamiento de la hipótesis; II)-objetivos de la investigación; III)-técnica de la investigación; IV)-determinación del tamaño de la muestra; y V)-resultados obtenidos en dicha investigación.

Deseo que el presente trabajo resulte un instrumento útil para las personas que cursan la licenciatura en administración y para los profesionistas y/o autoridades correspondientes. Esperando asimismo, que dicho trabajo constituya un estímulo para resolver la problemática que encierra el mercado de trabajo.

Humildemente reconozco sus modestos alcances y sobre todo que no deja de adolecer de fallas.

1.1. CONSIDERACIONES GENERALES.

Podría decirse que la principal preocupación que ha tenido el hombre desde siempre, ha sido contar con medios o recursos para satisfacer sus necesidades.

El hombre primitivo satisfacía sus propias necesidades en forma precaria, gracias exclusivamente a dos factores: su trabajo personal y las bondades de la naturaleza. Poco a poco tales urgencias fueron haciéndose más amplias y complejas; es decir, se modificaron en cantidad y en calidad.

El artesanado surge cuando la producción de bienes es mayor que la requerida para satisfacer las necesidades del hombre y su familia. Tal exceso de producción provoca que éste ponga a disposición de los demás miembros de la colectividad los satisfactores que produce y entonces nace el trueque. Se ve así que el hombre satisface sus necesidades ya no tan sólo con el resultado directo de su propia labor y la ayuda de la naturaleza, sino mediante el esfuerzo de los demás elementos de su pequeña sociedad.

Andando el tiempo, aparece el concepto de trabajo personal, mismo que se realiza en beneficio de otras personas. Este tipo de trabajo se presenta primero dentro del sistema esclavista y sus únicas retribuciones son: el pan, el vestido y el techo. En Europa y en Asia aun esas retribuciones eran mínimas y acompañadas de --

mal trato. En el México prehispánico, la esclavitud era mucho más benigna.

Posteriormente, la labor personal fue remunerada - en especie, o dicho en otra forma, el hombre trueca su trabajo por los bienes que le son útiles para subsistir la agilización del comercio hace surgir la necesidad de que el trueque o cambio indirecto, es decir, la relación mercancía-mercancía fue sustituida por la fórmula mercancía-dinero-mercancía.

Aunque el trabajo personal en nuestros días no tiene la calidad de mercancía, es necesario reconocer que alguna vez en la historia dicha actividad sí fue considerada como tal y, aún hoy día, no puede sustraerse a los efectos de las leyes de la oferta y la demanda, -- cuando concurre al llamado mercado de trabajo, en el que se fija su precio, o sea el salario y el dinero como medio de cambio, hace que se defina y consolide el concepto que tenemos hoy en día del término salario.

En la actualidad, para lograr establecer salarios justos el hombre ha determinado una estructura objetiva tomando en cuenta que el concepto salario, es un término que tiene diversas acepciones, según sea el campo en el que se le considere, pues aunque tiene en ellos elementos comunes indiscutibles, presenta aspectos parcialmente distintos.

Los aspectos principales son: el jurídico, el moral

el administrativo y el económico.

El aspecto jurídico.- La fijación de lo que es el salario desde el punto de vista jurídico, tiene por objeto determinar en la ley o los contratos, aquello a lo que el trabajador tiene derecho perfecto y por lo mismo exigible. Esta fijación que se determina a partir de un salario mínimo se emplea principalmente para casos de litigios, contrataciones, indemnizaciones, etc.

El aspecto moral.- La característica principal que debe considerarse a este respecto, es la justa proporción entre los salarios, tanto interna como externamente a la empresa. Debe procurarse una proporción entre las escalas de salarios que se pagan en cada rama u ocupación, pues elevar los salarios de una de esas ramas, por el solo hecho de que en ellas existe mayor fuerza política, sindical, etc., equivale a beneficiar a un grupo de trabajadores, con daño directo de la inmensa mayoría de los mismos y de otros sectores más débiles, v.g.: el campesino.

El aspecto administrativo.- En este caso se dice que de la justicia con que se maneje la administración de sueldos y salarios dependerá en su mayor parte, la actitud, la cooperación del personal y aun el estado de las relaciones obrero-patronales.

El aspecto económico.- Para este punto de vista se consideran dos aspectos esenciales:

A) El trabajo no es una mercancía cualquiera ni -- puede ser tratado como una mercancía, por la dignidad humana que es inseparable de él; pero es indiscutible -- que tiene características de mercancía y que es mejor -- tomarlas en cuenta para poder servirnos de las leyes -- económicas que lo favorecen y tratar de contrarrestar -- las que afectan al nivel de salario. Esto es más benefico que la posición de negar simplemente que no tenga nada que ver con un mercado de trabajo.

B) El juego de las leyes de la oferta y la demanda fija el nivel de salario como tendencia, esto es, un nivel en el cual tratan espontáneamente de fijarse esos -- salarios.

Para una mejor comprensión de este aspecto cabe señalar, que los recursos humanos destinados a la producción de los diferentes bienes y servicios que requiere la sociedad, están expuestos a las fuerzas económicas y además a las sociales de cada país, tales fuerzas trascienden al ámbito de los recursos humanos en la medida en que afectan los niveles de salario, actúan sobre los índices ocupacionales e influyen en la movilidad de los individuos.

2.1. TEORIA ECONOMICA.

Antes de hablar de los mercados de trabajo, conviene decir algo acerca de la estructura, definición y clasificación del mercado desde el punto de vista económico.

2.2. CURVA DE LA DEMANDA.

Este fenómeno se puede representar gráficamente empleando las coordenadas cartesianas. De esta manera, el fenómeno para una mercancía determinada, se muestra en la figura 1 :

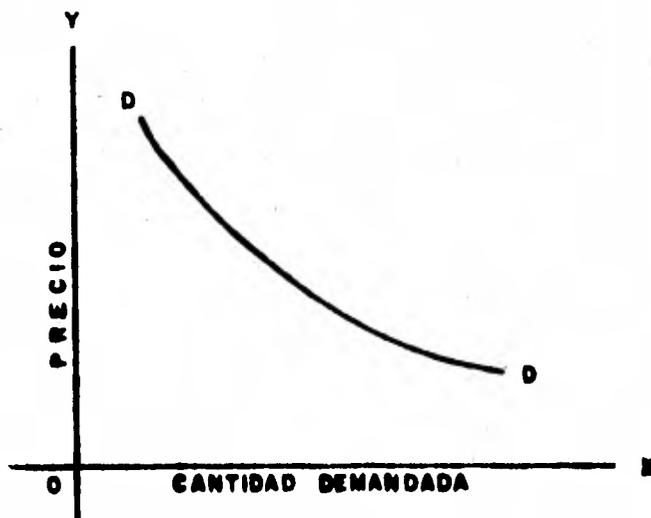


FIG. 1

En donde, la abscisa O X representa la cantidad de mercancía comprada y sobre ella se indican las diferentes cantidades, la ordenada O Y indica el precio y so--

bre ella se indican los diversos precios. Así podemos decir que: a menor precio, mayor el número de compradores; a mayor precio, menor el número de compradores.

"La curva de la demanda de una determinada colectividad para un bien específico se puede definir como el lugar de los puntos que indican la cantidad máxima del bien que comprará la colectividad, en una unidad de tiempo, a un precio determinado".(1)

2.3. CURVA DE LA OFERTA.

Para expresar este fenómeno se puede repetir el razonamiento hecho respecto a la cantidad demandada. Por lo tanto, la curva de la oferta para una mercancía determinada, queda de la siguiente manera, figura 2 :

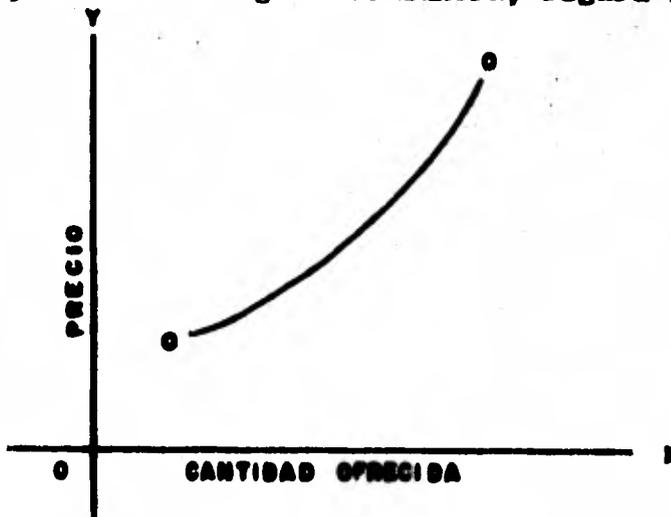


FIG. 2

1, Teoría de los Precios, Milton Friedman, Alianza Editorial, S.A. Madrid 1966.

En donde, la abscisa O X representa las cantidades y en la ordenada O Y los precios. Se puede decir que: a mayor precio, mayor número de vendedores; a menor precio, menor número de vendedores.

En economía, la palabra oferta significa una lista de precios posibles y cantidades que podrían venderse a cada precio.

2.4. PUNTO DE EQUILIBRIO.

El precio de una mercancía, es determinado por el punto donde se encuentra la línea de la demanda con la línea de la oferta, también se puede decir que el precio determina la cantidad demandada y la ofrecida. Por lo tanto, en ese momento no hay excedentes ni escasez de una mercancía determinada, en el mercado. Lo anterior queda representado gráficamente en la figura 3 :

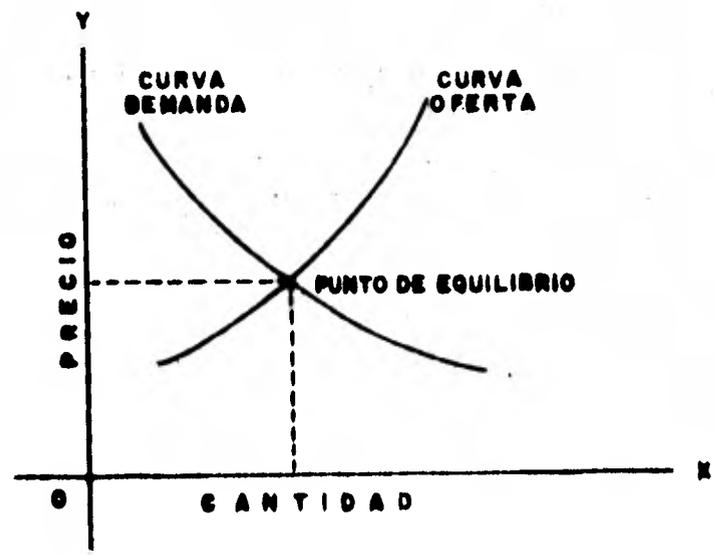


FIG. 3

Es importante explicar que: "cuando el precio de una mercancía se determina en el mercado para tal mercancía, es a consecuencia de la escasez y la utilidad que la misma mercancía expresa, lo cual se manifiesta, por una parte en la oferta de los vendedores y de otra en la demanda de los compradores. Ahora bien, los precios sufren variaciones debido a la interacción de la oferta y la demanda de las mercancías, razón por la cual unas parezcan caras y otras baratas".(2)

2.5. DEFINICION DE MERCADO.

En el lenguaje diario, cuando se escucha la palabra mercado, comúnmente se asocia a la idea de un lugar preciso en el que se venden diversas cosas; para la economía, el concepto de mercado es distinto, pues significa "el área dentro de la cual los vendedores y compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones y llevan a cabo abundantes transacciones acerca de ella, de tal modo que los distintos precios a que se realizan tienden a unificarse.

La anterior acepción difiere de la que se atribuye a la palabra en el lenguaje común: 1. Porque no asigna la importancia principal a la determinación topográfica ("sitio público-define la academia-destinado permanentemente o en días señalados, para vender, comprar o permy

2. Manual de Teoría Económica, Stonier y Hague, Editorial Aguilar, Madrid 1969.

tar géneros o mercaderías"); II. Porque circunscribe mejor la noción, puesto que la refiere a la compraventa - de un solo artículo.

De lo definido anteriormente se puede deducir:

- a) que en una gran ciudad o en un país puede haber tantos mercados como ramas importantes del comercio haya;
- b) que esos mercados pueden o no tener locales fijos; y
- c) que la extensión geográfica de cada mercado dependerá en mucho de la naturaleza de las mercancías.

2.6. CLASIFICACION DE LOS MERCADOS.

Conviene hacer notar, que la teoría económica clasifica a los mercados desde tres puntos principales:

- 2.6.1. por la amplitud geográfica;
- 2.6.2. por el tiempo dentro del cual se estudia la formación del precio; o expresado de otra manera, - según el lapso que se concede a las fuerzas de - la demanda y de la oferta para que se equilibren
- 2.6.3. por el tipo de competencia que en ellos impera.

Para efectos del presente trabajo, sólo interesa - la última clasificación. En estas circunstancias, los - mercados pueden ser de competencia perfecta y de competencia imperfecta.

Se dice que en un mercado hay competencia perfecta cuando reúne las siguientes condiciones:

- a) el número de vendedores es tan grande, y tan pequeña la cantidad de mercancía con que cada uno contribuye a la oferta total de ésta, que ninguno de ellos se halla en aptitud de influir individualmente sobre el precio, aumentando o reduciendo el monto que ofrece.
- b) el número de compradores es tan grande, y tan pequeña la fracción que a cada uno le corresponde en la demanda total de la mercancía, que ninguno es capaz de influir separadamente sobre el precio de ella, aumentando o reduciendo esa fracción;
- c) todos los vendedores ofrecen el mismo producto, y es indiferente para los demandantes comprárselo a uno u otro, como lo den todos al mismo precio, lo cual vale tanto como decir que el producto está "tipificado";
- d) no hay coacción alguna que impida ni a vendedores ni a compradores llevar a cabo las transacciones que deseen, en la forma que libremente escojan, ni que los fuerce a salir del mercado o les vede la entrada a él".(3)

"Por otra parte, la competencia imperfecta, se dará cuando exista un número suficientemente limitado de vendedores y sea desproporcionada la cantidad que ofrecen;

3. Tratado de Teoría Económica, Francisco Zamora, Fondo de Cultura Económica, México, 1978.

de tal suerte que cualquiera de ellos puede influir en el precio, o bien, que no exista libertad de ofrecer -- y/o comprar individualmente".(4)

Antes de definir al mercado de trabajo, es necesario agregar algo más de la teoría económica. La economía ha estudiado la producción según cuatro grandes factores: el trabajo, la tierra, el capital y la empresa.- El precio de cada uno de estos factores está determinado en los mercados de manera semejante al de los bienes producidos con dichos factores, por la oferta y la demanda de los mismos. El precio del trabajo se llama salario, el de la tierra renta, el del capital interés y el de la empresa beneficio o ganancia.

En el caso del trabajo, la teoría económica habla del trabajo que proporciona el individuo. Propiamente dicho, se trata del potencial humano para trabajar; de ahí la expresión fuerza de trabajo, que utiliza Marx.

Ahora bien, este potencial de trabajo en su carácter de bien económico, se distingue de otros bienes en que está ligado a un individuo, que tiene en un momento dado, libertad para retirarlo, para discutir y decidir en que condiciones puede ser empleado y si lo desea puede hasta negar su utilización, lo que no sucede con los otros factores. Por otra parte, la fuerza de trabajo depende del tamaño de la población del país. En consecuen

4. Administración de Recursos Humanos, Fernando Arias G. Editorial Trillas, México, 1975.

cia, el trabajo, se distingue de los otros factores, en que sustenta una base sociológica.

Las notas anteriores sobre la teoría económica de los mercados de bienes y servicios, servirán de base para explicar, aun cuando sea sucintamente, el comportamiento de los mercados de trabajo.

Es importante tener en mente que en un mercado de consumo: El individuo en su carácter de consumidor actúa como demandante y la empresa en su carácter de productor, como oferente. Lo que no sucede en el mercado de trabajo en donde los papeles son inversos.

3.1. ESTRUCTURA ECONOMICA DEL MERCADO DE TRABAJO.

Es importante saber lo que son las estructuras económicas de los mercados; se dice que la estructura económica de un mercado está determinada por el número de oferentes y demandantes cuyas decisiones afectan los precios del bien, objeto del mercado.

3.2. OFERTA DE FUERZA DE TRABAJO.

Contrario a lo que sucede en un mercado de consumo. En el mercado de trabajo, la oferta se encuentra por el lado de los individuos, o sea, por los trabajadores, definida como: "el porcentaje de la población que forma parte de la fuerza de trabajo en un momento dado, dicha fuerza de trabajo se compone de toda clase de personas, de diferentes habilidades y personalidades; de diferentes clases sociales y educativas, de diferentes sexos y edades; de diferente experiencia y capacidad (aun tratándose de un mismo tipo de trabajo), que se agrupan en conjuntos de tamaños irregulares.

Además de las características personales, hay otros factores que actúan en los mercados de trabajo, el crecimiento demográfico viene a ser por su parte, un factor de considerable importancia en la oferta de trabajo la relación entre el incremento del producto nacional bruto y el incremento de la población determinan la tasa de desarrollo económico.

Esta oferta de trabajo desea alcanzar (supuestamente) el precio más alto por unidad de trabajo".(5)

3.3. DEMANDA DE FUERZA DE TRABAJO.

Por lo que respecta a la demanda de fuerza de trabajo, se dice que, ésta se encuentra por el lado de las empresas o empleadores que desean pagar el precio más bajo posible por unidad de trabajo.

El problema de la demanda se sintetiza en que existe un número limitado de empleos disponibles, cada uno de los cuales exige al trabajador diferentes cualidades y cada uno de ellos se compensa con diferentes salarios

Se dice que, si la cantidad de empleos disponibles es más grande que el número de individuos aptos para ocuparlos, los niveles de salario serán altos y viceversa.

3.4. DEFINICION DE MERCADO DE TRABAJO.

De la misma manera que se hizo anteriormente, al hablar de mercados de consumo tipificados. Cuando se habla de la fuerza de trabajo, se debe mencionar a distintos mercados de trabajo específicamente, de acuerdo con las diversas profesiones u ocupaciones, pues la fuerza de trabajo no es un factor de carácter homogéneo, así, - por ejemplo, se debe hacer referencia específicamente - al mercado de trabajo de los contadores, al mercado de

trabajo de los administradores, al mercado de trabajo de los técnicos en hotelería, etc.

Se puede entonces definir a los mercados de trabajo como: "el área geográfica en la que trabajadores de una misma profesión u oficio y empleadores, celebran -- contratos de trabajo por un salario que tiende a ser semejante".(6)

Después de haber definido lo que es un mercado de trabajo, se puede deducir que la función de éste, consiste en poner en contacto a compradores y vendedores -- de fuerza de trabajo. Teniendo como objetivo la determinación de los niveles de salario y empleo.

Vale la pena insistir, que el individuo tendrá que actuar dentro de la estructura del mercado con un doble papel: el de demandante en el mercado de bienes de consumo y el de oferente en el mercado de trabajo.

3.5. CLASIFICACION DE LOS MERCADOS DE TRABAJO.(7)

3.5.1. COMPETENCIA PERFECTA EN LOS MERCADOS DE TRABAJO.

De acuerdo a lo establecido anteriormente acerca -- del mercado de competencia perfecta para una mercancía. Del trabajo podemos decir algo semejante.

6. Fernando Arias Galicia, ob. cit.

7. Análisis Económico Intermedio, W. Harrison Carter y -- W.P. Snavely -- citado por Fdo. Arias G. ob. cit.

Esta forma de mercado es básicamente ideal, teórica y muy difícil de darse en la realidad; supone la existencia de libertad, tanto de la oferta de trabajo, como de contratación e implica pues, a un considerable número de personas que ofrecen su trabajo, pero también una diversidad de puestos vacantes en diversas unidades económicas capaces de absorber el trabajo ofrecido.

Este es un caso de mercado de carácter temporal, difícil de darse en nuestros días, y cuya representación gráfica es: (véase figura 4)

3.5.2. COMPETENCIA IMPERFECTA EN LOS MERCADOS DE TRABAJO

Dada la ausencia de una competencia cien por ciento perfecta, lo normal es que exista cierto poder por el lado de la oferta, la demanda o por ambos, que influyan en los niveles de precios prevalecientes o en la cantidad de fuerza de trabajo ocupada.

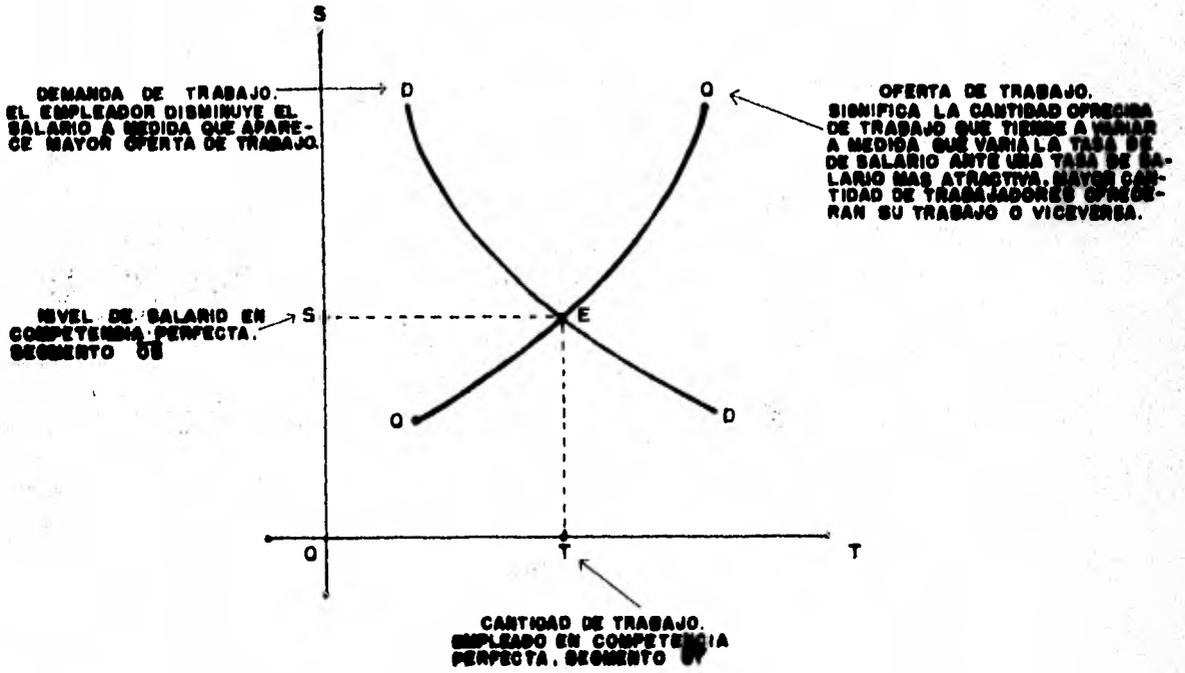
Hay tres casos de mercado en este tipo de competencia que a continuación se mencionan:

- 3.5.2.1. el monopolio en la fuerza de trabajo,
- 3.5.2.2. el monosonio en la fuerza de trabajo, y
- 3.5.2.3. el monopolio bilateral en la fuerza de trabajo

3.5.2.1. MONOPOLIO EN LA FUERZA DE TRABAJO.

Esta clase de mercado existe cuando, bajo coacción,

COMPETENCIA PERFECTA



S = TASA DE SALARIOS
T = CANTIDAD DE TRABAJO

FIG. 4

se ofrecen los servicios de trabajadores. Este caso ocurre cuando hay organizaciones sindicales poderosamente agresivas ante diversos contratadores individuales.

No es muy frecuente este tipo de mercado, sin embargo se da, como es el caso de los sindicatos de estimadores en algunas partes del mundo, en el que éstos fijan las condiciones de trabajo, entre ellas el salario que han de percibir. Esto se muestra en la figura 5 :

3.5.2.2. MONOSONIO EN LA FUERZA DE TRABAJO.

Este mercado permite apreciar por el lado del contratador los aspectos siguientes:

a) que la movilidad de los trabajadores es muy limitada;

b) que los contratadores condicionan la oferta de trabajo a las circunstancias que a ellos conviene; de ellas, la más importante es el monto de salarios que pagan a los trabajadores, mismos que se ven obligados a aceptar;

c) que no deben estar organizados los trabajadores y su oferta la deben hacer bajo la forma de contrato individual de trabajo; esta forma de mercado se presenta en las figuras 6 y 7 :

3.5.2.3. MONOPOLIO BILATERAL EN LA FUERZA DE TRABAJO.

Se trata ahora de una forma de mercado en que tanto la oferta de trabajo, como la demanda, son reguladas por dos organizaciones contrapuestas en cuanto a los --

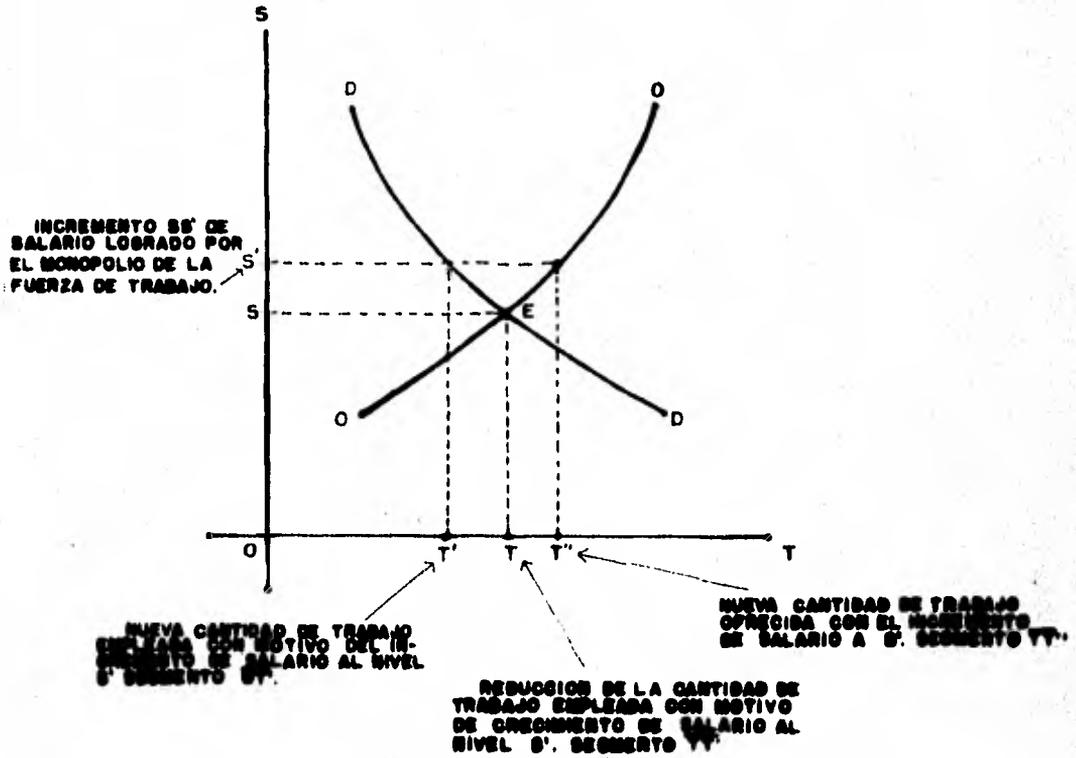
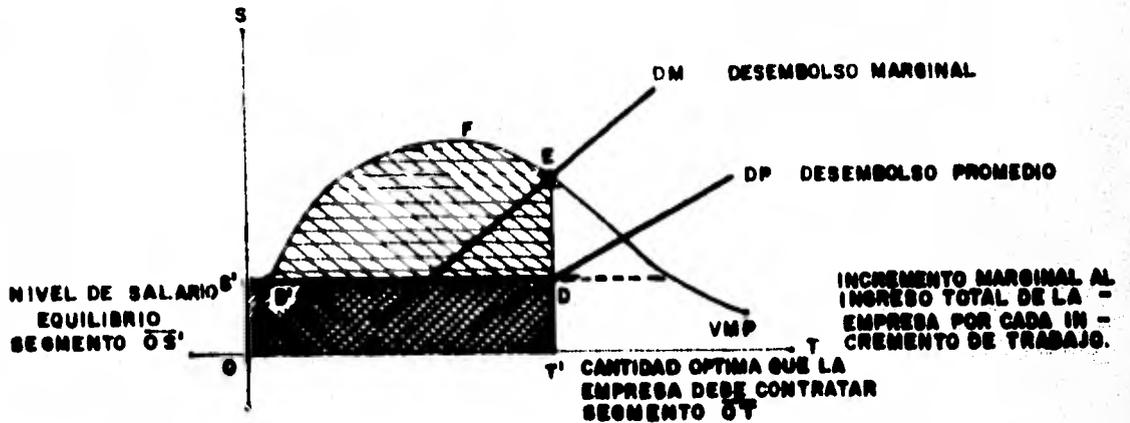
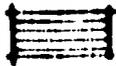


FIG. 5



AREA QUE DETERMINA EL VALOR TOTAL DEL PRODUCTO POR LA CANTIDAD DE TRABAJO OT' AREA OT' EFD



AREA QUE DETERMINA EL DISPONIBLE PARA PAGO DE OTROS FACTORES D' DEF

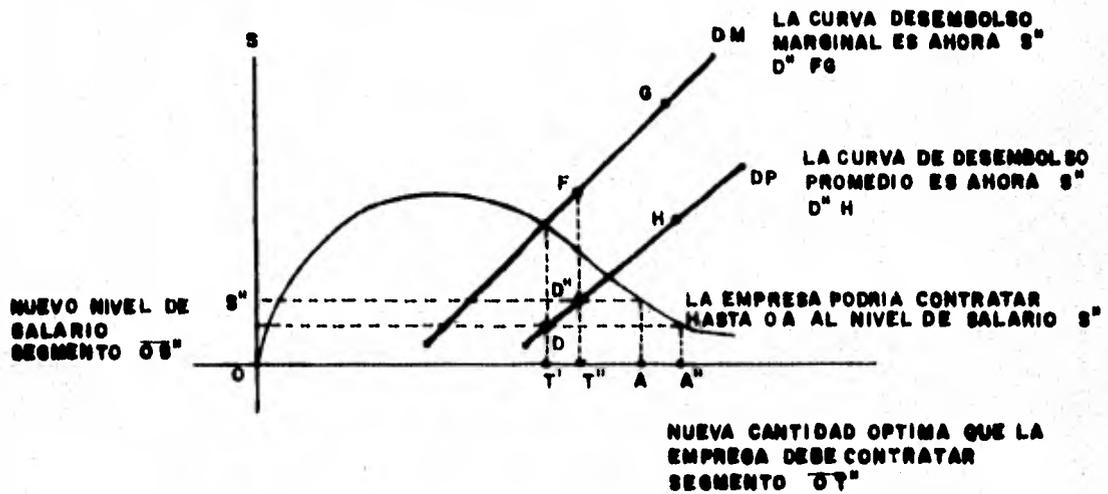


AREA QUE DETERMINA EL COSTO TOTAL DEL TRABAJO OT' SS'

S = TASA DE SALARIOS

T = CANTIDAD DE TRABAJO

EN ESTE CASO LA CURVA DP (DESEMBOLSO PROMEDIO) REPRESENTA LA OFERTA DE TRABAJO. EL PUNTO DE INTERSECCION E, DE LAS CURVAS VMP Y DM SEÑALA LA CANTIDAD OPTIMA DE TRABAJO QUE LA EMPRESA DEBE CONTRATAR, PERO EL NIVEL DE SALARIO ESTA MAS ABAJO, EN EL PUNTO DE INTERSECCION D CON LA CURVA DE DESEMBOLSO PROMEDIO.



EN ESTE OTRO CASO EXISTE UN INCREMENTO AL NIVEL DE SALARIO QUE PUEDE PROCEDER DE DOS FUENTES: UNA, EL ESFUERZO DE LA EMPRESA MONOSONICA POR EVITAR LA ORGANIZACION SINDICAL DE LA FUERZA DE TRABAJO, Y DOS, COMO RESULTADO DE HABERSE ORGANIZADO UN SINDICATO A FIN DE CUENTAS Y HABER LOGRADO EL INCREMENTO DE SALARIO. EN AMBOS CASOS LA ELEVACION DEL SALARIO TIENDE A ALCANZAR UN NIVEL OCUPACIONAL MAS ALTO.

términos en que el empleo de la fuerza de trabajo se de termina y administra. Este caso se da cuando existe un fuerte sindicato que abastece de trabajadores a una poderosa organización empresarial, a grado tal, que la de terminación y administración de las condiciones del tra bajo se desarrollan, de ambos lados, en circunstancias de equilibrio de fuerzas. (Véase figura 8)

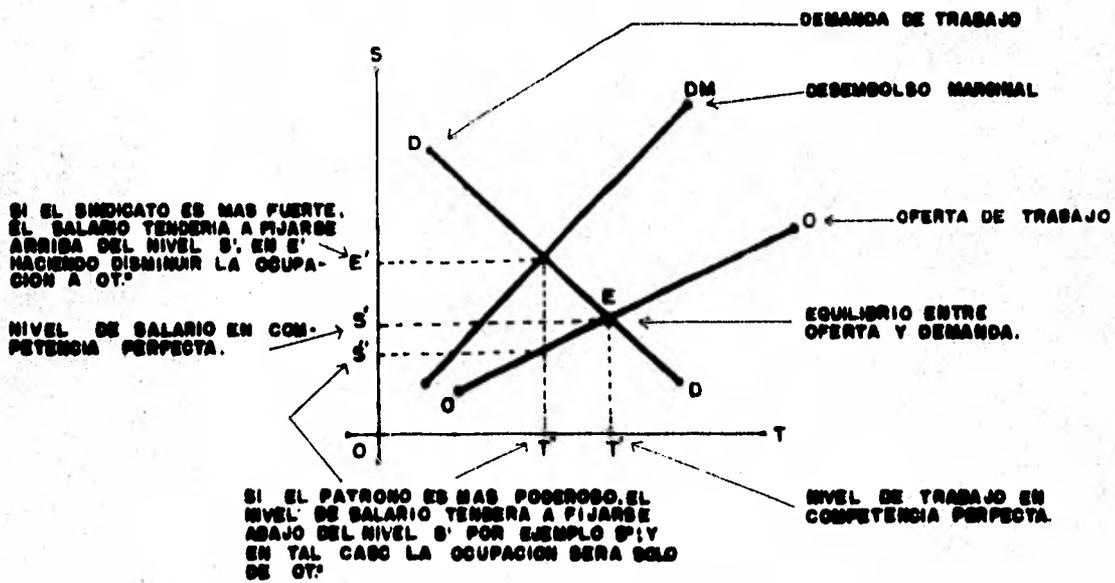


FIG. 8

4.1. MOVILIDAD OCUPACIONAL.

Existe un tema que está muy relacionado al mercado de trabajo: La movilidad ocupacional, existen muchas -- formas de como se presenta la movilidad. Lo más impor-- tante desde el punto de vista sociológico, son los motivos que inducen cambios provocados deliberadamente por el trabajador o por los patrones.

Surge un serio problema cuando las razones de movilidad se dan tanto por deseos de logro y autorrealización, como por la necesidad de satisfacer las más elementales formas de vida, como ocurre a los trabajadores del campo, que se desplazan al extranjero en busca de -- una mejor remuneración o a la periferia de la Ciudad de México en busca de un aparente nivel de vida superior, -- deslumbrados por las luces, los ruidos, el esplendor y en general del ambiente urbano.

Reynolds, (8) por ejemplo, examina en su obra tres aspectos diferentes de movilidad:

4.1. movimientos de una empresa a otra del mismo pueblo o ciudad,

4.2. migración de una región geográfica a otra,

4.3. desplazamiento ascendente y descendente por la escala ocupacional.

Las razones de estos tres movimientos, y los efectos que produce en los mercados de trabajo y en la oferta

8. Economía Laboral y Relaciones de Trabajo, L.G. Reynolds Fondo de Cultura Económica, Méx, 1964,

ta y demanda de trabajadores, es muy diferente:

En el primer aspecto.- dice, que es frecuente encontrar trabajadores que arraigan con facilidad en una empresa. Se trata de personas de baja calificación educativa, que han batallado mucho por encontrar un empleo y no se sienten capaces de afrontar la misma lucha para alcanzar otro. El sentimiento de seguridad en la empresa, es la razón más poderosa para permanecer atado a la misma, igualmente, la falta de confianza en las potencialidades de trabajo impide la búsqueda de un nuevo empleo mejor remunerado, dichos trabajadores que arraigan en una empresa causan "taponamientos" que obstaculizan la movilidad de otros trabajadores.

Aun cuando a veces se pueda presentar alguna oportunidad al trabajador, es muy probable que la incertidumbre o la expectativa de un posible fracaso, haga desistir al individuo de cualquier intento de autorrealización, cambiando a un empleo con mayor remuneración, - cuando quizás, ese individuo cuente con ciertas ventajas que perdería al pasar a otra empresa, en la que tendría que comenzar de nuevo.

Otros trabajadores, deseosos de cambiar de puesto dentro de una misma zona, cualquiera que sea la causa, - tiene que enfrentar una serie de obstáculos que dificultan la movilización. En primer lugar, su cambio estará condicionado por el hecho de que en alguna empresa existan vacantes, si a esto se agregan las dificultades que presentan para la movilidad las políticas de contratación, las cuales tienen un sentido de preferencias ha-

cia trabajadores de la misma empresa que buscan una mejor remuneración, la movilidad se vuelve cada vez más difícil de lograr.

En cuanto a la migración de una región geográfica a otra.- Esta reviste cada vez mayor importancia en --- nuestro país: requiere la adopción de medidas adecuadas para evitar la aglomeración y concentración de fuerza - de trabajo exclusivamente en la capital, misma que provoca desequilibrio entre la oferta y demanda de trabajo motivo por el cual, México ha llevado a cabo su política de apertura de zonas industriales que estimulen las inversiones en diversos Estados de la República, creando apropiadas fuentes de trabajo.

Desde el punto de vista del desarrollo del país, - un movimiento geográfico importante, es la movilización de la población rural a las zonas urbanas; más concretamente, la movilidad de la población rural a trabajos industriales, a pesar de la problemática que presenta el desarrollo económico por medio de la industrialización, y no obstante todas las implicaciones que trae consigo el crecimiento urbano cuando no es debidamente planeado. La migración rural urbana continúa siendo el tema central del desarrollo, otra implicación que trae consigo el movimiento de una zona geográfica a otra es el incremento del costo de vida en las zonas urbanas, tal es el caso de las nuevas zonas petroleras.

Movilidad ascendente.- Reynolds, habla de movili-
dad ascendente en el sentido de progreso en el cambio -

de puestos cada vez de mayor importancia o mayor nivel jerárquico; en realidad se trata de un problema particular: la libertad de ascender por la escalera ocupacional hasta donde el talento lo permita. Obviamente, a medida que se asciende por esa escalera ocupacional, los escalones son más difíciles de alcanzar. Mayor educación, preparación y experiencia será requerida y el proceso de selección tendrá un mayor refinamiento.

5.1. CONCEPTO DE HOTELERIA.

Se dice que la hotelería ha sido y es la piedra angular del turismo. Ya que el hotel, es la base donde se lleva a cabo el despliegue de los servicios turísticos.

5.2. IMPORTANCIA DE LA HOTELERIA.

5.2.1. EN LA GENERACION DE EMPLEOS.

Uno de los problemas más graves a los que tiene -- que enfrentarse actualmente nuestro país, es el de la -- falta de empleos suficientes y la existencia de subem-- pleos, el explosivo crecimiento demográfico es la prin-- cipal causa de esta desocupación. En México, la pobla-- ción crece a un ritmo de 3.4% y se calcula que el núme-- ro de habitantes del país asciende a 72 millones. Es -- aquí donde el turismo y en especial la hotelería, se -- presenta como viable solución. El turismo es una de las actividades que tiene mayor índice de ocupacionalidad, -- debido a que sus mismas funciones exigen la presencia -- del ser humano en el servicio. Este renglón de la econo-- mía, por su naturaleza, requiere y emplea un elevado -- porcentaje de mano de obra, tanto en la prestación di-- recta de servicios, como indirectamente en la elabora-- ción, distribución y venta de los diversos artículos -- que utiliza.

Como lo menciona El Programa Nacional de Empleo -- propuesto por La Secretaría del Trabajo y Previsión So-- cial, en el sector turismo:

"Las actividades turísticas requieren en general, volúmenes importados de mano de obra. En función de esto, - los objetivos del sector de ampliar la oferta turística contribuirán a la generación y mejoramiento de puestos de trabajo, a detener la migración de la población hacia las grandes urbes y a mejorar la calidad de la mano de obra.

Para ello, se plantea el impulso a la construcción hotelera de manera equilibrada regionalmente, el fortalecimiento al turismo social y a la capacidad y adiestramiento del personal que labora en la actividad.

El respaldo de las estrategias, se proyecta a través de los programas de desarrollo de la oferta turística, cuya principal actividad es la construcción hotelera, de donde se deriva un 90% de la creación de empleos prevista por el sector, así como, del programa de regulación de los servicios turísticos que se refiere a la capacitación y enseñanza para los recursos humanos del sector.

Todo esto tiene como objetivo principal: promover un mayor dinamismo de las actividades turísticas, un mejor aprovechamiento de los recursos existentes y una mayor generación de empleos".(9)

5.2.2. EN EL EQUILIBRIO DE LA BALANZA DE PAGOS.

Las relaciones económicas con el resto del mundo - son registradas por cada nación en un instrumento deno-

9. Programa Nacional de Empleo 1980/82 (proyecto), Secretaría del Trabajo y Previsión Social, México, Dic. 1979.

minado balanza de pagos. La balanza de pagos es un registro que comprende el asiento sistemático de todas las transacciones económicas ocurridas en un período dado entre individuos económicos del país (residentes) e individuos económicos del exterior (no residentes).

La balanza de pagos incluye dos grandes balanzas: la de transacciones en cuenta corriente y la de capitales. A su vez la primera se subdivide en balanza de comercio y balanza de servicios; y la segunda en balanza de capitales propiamente dicha y movimientos de reserva.

Para efectos de este estudio solamente es de importancia citar la balanza de transacciones en cuenta corriente, especialmente la de servicios.

La balanza de servicios incluye el cómputo de los ingresos que por servicios corrientes recibe un país del exterior, y por los pagos que por los mismos conceptos hace al extranjero. Para estos efectos, se considera a los individuos como nacionales o extranjeros, no desde el punto de vista jurídico, sino económico. Considerando en el caso de México, como nacionales a los residentes permanentes en el Territorio Nacional, sean o no jurídicamente de nacionalidad mexicana y como extranjeros a los que no residen permanentemente en nuestro territorio, aun cuando jurídicamente sean mexicanos, -- por esta razón, aquellos que siendo jurídicamente nacionales y que residan transitoriamente fuera del país, se considerarán como extranjeros, ya que gastan aquí ingresos obtenidos en el exterior. Con base en estas apreciaciones, posiblemente La Asociación de Hoteles Mexicanos

formuló la definición de turista, "turista o visitante son aquellas personas que se ausentan temporalmente de su residencia habitual y que gastan en otro lugar dinero ganado fuera de este último". Asimismo, los que jurídicamente sean extranjeros, pero con residencia permanente en nuestro país, se considerarán como nacionales.

Cuando se habla de los conceptos de balanza de servicios, los estamos considerando sujetos a la teoría de la partida doble, tanto en el sentido en que pueda ejercitarlos cada país, como porque en su movimiento dan origen a una prestación y a su contraprestación correspondiente. Por ejemplo, cuando se menciona el concepto de turistas, significa que por un lado se reciben ingresos de los extranjeros que visitan nuestro país y por el otro, que los nacionales efectúan gastos en el extranjero por el mismo concepto; pero al final de cuentas lo que interesa a un país es el saldo neto de cada cuenta.

El hecho de que el saldo de una cuenta sea desfavorable no presenta una situación difícil para el país, - si el saldo de las otras cuentas equilibran el déficit.

México por su situación de subdesarrollo industrial, ha venido importando más de lo que ha exportado, pero ha equilibrado su balanza de pagos en cuenta corriente, principalmente con el ingreso neto del turismo extranjero.

De aquí que la estabilidad de nuestra balanza, dependa en gran parte de conservar e incrementar cada vez más la afluencia de corrientes turísticas constantes a

nuestro país.

5.2.3. EN EL CRECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA.

El turismo al influir en la balanza de pagos, influye también en las decisiones de inversión tanto del sector público como del privado, siendo por ello determinante en la política y progreso económico del país.

Pero además de esto, el turismo extiende sus beneficios a actividades que satisfacen directa o indirectamente sus actividades.

En primer término el ingreso turístico beneficia a aquellas actividades que forman parte de la llamada "industria sin chimeneas", la cual está compuesta por:

- a) lugares de alojamiento: hoteles, moteles, apartamentos, casas de huéspedes, trailers park, albergues, entre los principales.
- b) lugares de alimentación y bebidas.
- c) empresas de transporte.
- d) empresas de promoción del turismo como las agencias de viajes.
- e) las profesiones especiales del tráfico turístico, guías, etc.
- f) lugares de recreo en los puntos turísticos y comercios especiales.

5.2.4. EN LA FORMACION DEL INGRESO NACIONAL,

En virtud de que la actividad turística y hotelera

involucra pagos a los factores de la producción de varios sectores de la economía, es necesario señalar el impacto de ese gasto turístico en el ingreso nacional. Independientemente de que estos recursos benefician a las ramas económicas que dependen directa o indirectamente del turismo, también benefician a los dueños de los factores de la producción de los mismos.

Por eso es que el gasto del turismo respectivo no sólo acrecienta el ingreso de las actividades relacionadas con el turismo, sino que redistribuye ese ingreso dentro del país anfitrión logrando que se acreciente aún más el ingreso nacional atenuando las desigualdades entre las regiones del propio país.

Ese efecto, se debe a que la inversión inicial produce ingresos a los dueños del capital (utilidades) y a los trabajadores (sueldos y salarios).

5.2.5. EN EL DESARROLLO REGIONAL.

Por las características propias de nuestras regiones el efecto difusor del desarrollo regional ha sido lento, lo que es lógico si se toma en cuenta los obstáculos que produce la confirmación geográfica del territorio nacional y la dificultad que presenta la escasez de medios y vías de transporte, de manera que casi no se deja sentir el efecto del desarrollo industrial en esos alejados lugares.

Ante este hecho, surge el desarrollo turístico como generador de desarrollo económico y de ingresos re--

gionales que vienen a substituir a la reducida difusión del bienestar, resultante del desarrollo industrial.

El turismo en contraste con la actividad industrial, tiene una ventaja fundamental que es la de poderse desarrollar en todo tipo de zona o región del país, limitado sólo por la necesidad de contar con atractivos turísticos de todo tipo como "materia prima" (principalmente atractivos naturales, ya que los otros los puede crear el hombre). En efecto existen zonas que tienen mucho que brindar al turismo y nada o poco que ofrecer a otras actividades. Su único futuro, muchas veces está en la posibilidad de ser desarrollados turísticamente. Sin esa posibilidad, no existe otra manera de sostener a la población.

Se puede afirmar que en la actualidad el turismo es un factor de crecimiento local o regional, y a su amparo se crean en los centros turísticos potenciales las obras de infraestructura, servicios e industrias ligadas con el turismo y con ello se estimula la actividad económica en esos lugares, haciendo crear la ocupación y la derrama de dinero, que por su efecto multiplicador beneficia a un gran núcleo de residentes de esos lugares y en general elevar el nivel de vida de esas zonas.

5.2.6. EN LA GENERACION DE INGRESOS PUBLICOS.

Es útil examinar por separado, el beneficio que aporta al gobierno el turismo en un país en proceso de desarrollo, independientemente del que en general reporta a la economía del país o región que gobierna.

Sabemos que la realización de las atribuciones del Estado, como la de procurar el servicio público que "es el conjunto destinado a la satisfacción de necesidades colectivas", y la de mantener los tres poderes en que se divide el supremo poder de la federación, dependen de la cantidad de ingresos que se perciba.

El turismo es una importante fuente de ingresos para el Estado y por lo tanto, es un indispensable contribuyente para la satisfacción de las necesidades sociales.

Los ingresos que reporta el turismo al Estado son:

Derechos.- que cobra por concepto de visas, pasaportes, expedición de tarjetas de identificación y demás actas consulares aplicables a los turistas extranjeros.

Productos.- que percibe por la explotación de sus bienes patrimoniales, como son: museos, monumentos, etc.

Aprovechamientos.- por recargos y multas a empresas turísticas, como son: violación de tarifas, pagos inoportunos, violación de horario de trabajo, etc.

Impuestos.- de todos los negocios turísticos es el hotel el que más contribuye al erario con el pago de impuestos, como son: licencias o permisos para variedades o espectáculos, etc.

6.1. PLANTEAMIENTO DE LA HIPOTESIS.

Como ya se ha visto, existe un consenso general en cuanto a la presencia de imperfecciones en los mercados de trabajo, debido a la complejidad en que se presentan la oferta y la demanda del mismo, en realidad, surgen varios obstáculos que dificultan a los mercados de trabajo cumplir con el cometido de fijar los niveles de salario que mantengan un equilibrio deseado.

La hipótesis, se ve definida bajo los lineamientos de que los niveles de salario sufren variaciones por -- causas muy distintas (económicas, sindicales, políticas empresariales, leyes o reglamentos del gobierno, etc.), siendo para los propósitos del presente trabajo demostrar que la falta de conocimiento de oportunidades de empleo y de los sueldos correspondientes, son las causas principales que originan dichas variaciones, con estas ideas fundamentales, intento dar a conocer la realidad objetiva de dicho fenómeno.

Para ello, se hace necesario conocer y dar respuesta a una serie de interrogantes, referentes al comportamiento del trabajador dentro del mercado de trabajo. Es mi intención tratar de contestar dichas interrogantes, conociendo la opinión de aquellas personas que han experimentado situaciones reales y que conocen mejor este problema.

Una vez concluida la investigación, teniendo al alcance toda la información necesaria del marco muestral y contando con una interpretación de los indicadores es

tablecidos en la realidad, será mi intención concluir - de la manera más congruente a los objetivos que intento cubrir y que a continuación enuncio:

6.1.1. HIPOTESIS :

"La causa principal que origina las variaciones en los niveles de salario dentro de un mercado de trabajo imperfecto, es la falta de conocimiento de las oportunidades de empleo y de los sueldos correspondientes".

6.1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION :

a.- Comprobar o disprobar, que el trabajador se comporta con sentido racional económico. Es decir, se trata de conocer el grado de información que tuvo el técnico en hotelería, acerca de las diferentes alternativas de empleo así como de sus salarios correspondientes, al incursionar en el mercado de trabajo respectivo.

Preguntas: No.8, No.9, No.10

b.- Determinar la participación laboral de los sectores público y privado, en la generación de empleos en la hotelería.

Pregunta: No. 1

c.- Detectar las limitantes y/o los obstáculos a los que se enfrenta este tipo de personal para ingresar a trabajar.

Pregunta: No.2

d.- Conocer los puestos en que se desarrolla el técnico en hotelería.

Pregunta: No.3

e.- Determinar la diferencia entre conocimientos teóricos y empíricos para determinar cuáles son más importantes o representativos.

Preguntas: No. 4, No. 6

f.- Conocer la retribución del técnico en hotelería por el trabajo desarrollado.

Pregunta: No. 5

g.- Conocer el medio por el que se ingresa a trabajar en un hotel.

Pregunta: No. 7

h.- Observar la movilidad ocupacional en este tipo de personal.

Pregunta: No. 11

i.- Percibir el grado de eficiencia con que ha funcionado La U.P.E.C.A. (Unidad Promotora del Empleo, Capacitación y Adiestramiento).

Preguntas: No. 12, No. 13

6.2. LOCALIZACION DEL ESTUDIO.

La presente investigación la realicé en los hoteles considerados de cuatro estrellas, localizados en El Distrito Federal.

6.3. MATERIALES.

En razón de que el estudio fue enfocado a obtener información proveniente de las opiniones de los técnicos en hotelería, para probar o disprobar la hipótesis

ya mencionada, decidí obtener esta información a través de un cuestionario, conteniendo éste, una serie de preguntas que inquirieron directamente con los objetivos de la investigación. La elaboración de preguntas las traté de hacer lo más claras, breves y concisas para facilitar su respuesta y éstas fueron cerradas, de opción múltiple y abiertas, de acuerdo al objetivo de cada cuestión.

6.4. TECNICA DE LA INVESTIGACION.

El método estadístico del muestreo nos evita tener que aplicar el cuestionario al universo, al permitirnos con una o varias muestras obtenidas del mismo, obtener una exactitud igual o mayor que la que se obtendría al incluir toda la población. Por lo tanto decidí realizar el estudio aplicando esta técnica.

6.5. TAMANO DE LA MUESTRA.

La población objeto de estudio, estuvo formada por un total de 23 hoteles de cuatro estrellas, localizados en el Distrito Federal, según los directorios de La Secretaría de Turismo y de La Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de La Ciudad de México, A.C., pero lo que interesaba para realizar el estudio era conocer el número de personas que laboraban como técnicos en hotelería para determinar dicho número procedí de la siguiente manera:

Tomando en cuenta a los 23 hoteles, que hicieron un total de 4 618 cuartos, según los directorios citados.

Otro dato importante, fue el proporcionado por El Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales de La Ciudad de México, (I.E.P.E.S.), al considerar que hay 1.3 personas ocupadas por cuarto, por lo tanto, el número total de personas ocupadas en estos hoteles, (específicamente la división cuartos) quedó determinado de la siguiente manera:

$$\begin{array}{rcl} \text{cuartos} & \text{personas} & \text{total} \\ (4618) & \times (1.3) & = 6003 \end{array}$$

Sin embargo, el estudio se enfocaba a entrevistar sólo al personal técnico, para lo cual se debe considerar (según ejecutivos en hotelería) el 35% para personal técnico y el 65% restante para personal operativo.

Quedando así determinado el número de técnicos en hotelería, que es la población objeto de estudio.

Tamaño de la población:

2101 técnicos en hotelería.

La carrera de técnicos en hotelería tuvo su origen en la necesidad de la industria hotelera de contar con personal calificado para su eficaz operación. Dentro de los conocimientos que reciben dichos técnicos, están -- principalmente: tecnología del hospedaje, técnica de -- agencias de viaje, técnica para control de alimentos y bebidas, inglés, etc.

Determinada la población del estudio, procedí a de terminar el tamaño de la muestra. Una muestra es una pe queña representación de un todo. Así pues, el uso del -

muestreo, permite una labor de investigación más adecuada y un análisis más intensivo de un menor número de casos, generalmente a un menor costo y con mayor rapidez.

La muestra tiene que cumplir con dos requisitos:

- a.- Que sea representativa del universo (cualitativa y cuantitativamente) y
- b.- Que sea adecuada en tamaño.

La presente investigación se apegó a una técnica para determinar la muestra, partiendo de bases objetivas y reales.

Decidí utilizar el muestreo por proporciones, debido a que el parámetro que sirvió para determinar el tamaño de la muestra fue una variable cualitativa.

La fórmula para determinar el tamaño de la muestra siendo una población finita, es la siguiente:

$$n = Zc \sqrt{\frac{pq}{N}} \sqrt{1 + \frac{N}{n}}$$

Despejando a (n), tenemos:

$$n = N \frac{Zc^2 (pq)}{N - 1 + Zc^2 (pq)} \dots \dots \dots (1)$$

donde:

n = tamaño de la muestra.

p = probabilidad de casos favorables.

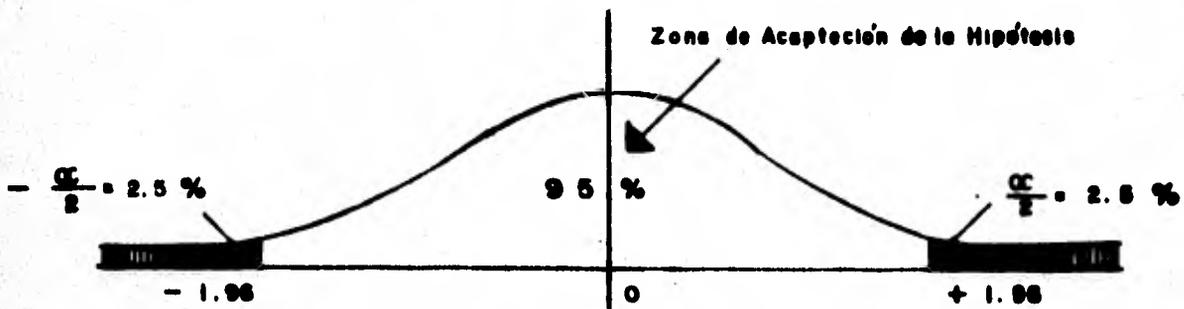
q = probabilidad de casos desfavorables.

Z_c = valor de la abscisa en la curva normal tipificada en función del margen de error aceptado.

E = error típico o error máximo aceptado.

N = tamaño de la población.

Para este caso el valor de las variables fue:



α = nivel de significación = 5%

N.C. = nivel de confianza = 95%

N.C. = $1 - \alpha = 1 - 0.05 = 0.95$

$E = 0.05$ (error máximo aceptado)

$Z_c = 1.96$ (este valor depende de α)

$p = 0.6333$ *

* Partí de una premuestra de campo formada por 30 técnicos en hotelería ($n = 30$), a los cuales se les preguntó su opinión sobre la pregunta número 12 del cuestionario piloto (ver página 45). El resultado fue que el ---

ESTE CUESTIONARIO TIENE POR OBJETIVO EL RECABAR INFORMACION PARA EL DESARROLLO DE UN SEMINARIO DE INVESTIGACION DE LA FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO.

1.-¿Hotel dónde presta sus servicios?

sector público _____ sector privado _____

2.-¿Por qué medios ingreso a la empresa?

a) anuncio _____ d) recomendación _____
 b) bolsa de trabajo _____ otros(menciónelos) _____
 c) colega _____

3.-¿Qué puesto desempeña actualmente?

a) inspectora de piso _____ e) Capitán de bell boys _____
 b) Ama de llaves _____ f) Jefe reservaciones _____
 c) Operadora telefonista _____ otro(menciónelo) _____
 d) Recepcionista _____

4.-¿Años de experiencia en el puesto? _____ en el ramo _____

5.-¿Está usted sindicalizado? SI _____ NO _____

6.-¿Cuál es su percepción actual mensual?

8 400 a 12 600 _____	25 201 a 29 400 _____
12 601 a 16 800 _____	29 401 a 33 600 _____
16 801 a 21 000 _____	33 601 a 37 800 _____
21 001 a 25 200 _____	37 801 o más _____

7.-¿Estudios realizados?

primaria _____ técnico en turismo _____
 secundaria _____ otros(menciónelos) _____
 preparatoria o equivalente _____

8.-¿Cuáles son los obstáculos que usted considera para ingresar a trabajar en el ramo de la hotelería?

- a) falta de experiencia _____ d) falta de relaciones _____
 b) desempleo _____ otros(menciónelos) _____
 c) mala retribución _____ _____

9.-¿Tiene otras oportunidades de empleo en este ramo?

SI _____ NO _____

por qué? _____

10.-¿Consideró (considera) usted suficiente su primer sueldo en el ramo? SI _____ NO _____

Por qué? _____

11.-Considera que su trabajo está bien remunerado? SI _____ NO _____

Por qué? _____

12.-¿Conoció las retribuciones en otros hoteles para su puesto?

SI _____ NO _____

En caso afirmativo, menciónelos: sueldo _____ hotel _____

13.-¿Existen posibilidades de desarrollo?

SI (corto plazo mediano plazo) _____ NO _____

14.-¿Cree usted que sea necesario que existiera una institución que le informara sobre: empleos, sueldos, lugares de trabajo capacitación, etc. SI _____ NO _____

Por qué? _____

Sugerencias al cuestionario _____

0.6333 de los entrevistados sí tuvieron conocimiento de las retribuciones que podían ganar en otros hoteles. En base a este resultado, entonces, $p = 0.6333$

Sabemos, que para toda distribución de probabilidad binomial:

$$p + q = 1$$

por lo tanto tenemos:

$$q = 1 - p$$

$$q = 1 - 0.6333$$

$$q = 0.3667$$

sustituyendo valores en (1) tenemos:

$$n = 2101 \frac{(1.96)^2 (0.6333) (0.3667)}{(0.05)^2 (2101-1) - (1.96)^2 (0.6333) (0.3667)}$$

efectuando operaciones nos queda:

$$n = 2101 \frac{0.8921389}{(0.05)^2 (2100) + 0.8921389}$$

$$n = 2101 \frac{0.8921389}{0.1421389} = 305.17$$

por lo tanto el tamaño de la muestra fue:

$$n = 306$$

Aun embargo, para obtener mejores resultados en la investigación, es recomendable aumentar un 10% al tamaño

ño de la muestra, por lo que ésta quedó como, $n = 336$ - que es el número de cuestionarios aplicados en el campo de trabajo.

En dicha prueba piloto detecté fallas en el cuestionario, por lo cual llevé a cabo las siguientes modificaciones:

- a.- cambio de sentido de algunas preguntas.
- b.- disminución del número de preguntas.
- c.- planteamiento de nuevas preguntas.

Una vez realizadas estas modificaciones, el cuestionario definitivo que apliqué en el campo de trabajo fue el siguiente: (ver página 49).

6.6. APLICACION DEL CUESTIONARIO.

Habiendo determinado tanto el tamaño de la muestra como el diseño del cuestionario, seleccioné aleatoriamente el día para la aplicación del cuestionario, resultando seleccionado el día jueves, sin embargo, por motivos de tiempo éste se llevó a cabo el día sábado.

ESTE CUESTIONARIO TIENE POR OBJETIVO EL RECABAR INFORMACION PARA EL DESARROLLO DE UN SEMINARIO DE INVESTIGACION DE LA FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO.

1.-¿Hotel dónde presta sus servicios?

sector público _____ sector privado _____ paraestatal _____

2.-¿Cuál es el obstáculo que usted considera para ingresar a trabajar en el ramo de la hotelería?

a) falta de experiencia _____ d) falta de relaciones _____
 b) desempleo _____ Otro(menciónelo) _____
 c) ninguno _____ _____

3.-¿Qué puesto desempeña actualmente?

a) inspectora de piso _____ e) Capitán de bell boys _____
 b) Ama de llaves _____ f) Jefe reservaciones _____
 c) telefonista _____ otro(menciónelo) _____
 d) Jefe recepcionista _____ _____

4.-¿Estudios realizados?

Primaria _____ Técnico en turismo _____
 Secundaria _____ otros(menciónelos) _____
 Preparatoria o equivalente _____ _____

5.-¿Cuál es su percepción actual mensual en este ramo?

8 400	a	12 600	_____	25 201	a	29 400	_____
12 601	a	16 800	_____	29 401	a	33 600	_____
16 801	a	21 000	_____	33 601	a	37 800	_____
21 001	a	25 200	_____	37 801	o más	_____	_____

6.-¿Años de experiencia en el ramo? _____

7.-¿Por qué medio ingreso a la empresa?

- a) anuncio _____ d) recomendación _____
 b) bolsa de trabajo _____ otro(menciónelo) _____
 c) colega _____ _____

8.-¿Al ingresar a trabajar en este ramo, tuvo conocimiento de otras oportunidades de empleo así como de sus salarios correspondientes en la hotelería? SI _____ NO _____
 Por qué? _____

9.-¿Consideró (considera) usted suficiente su primer sueldo en el ramo? SI _____ NO _____
 Por qué? _____

10.-¿Con respecto a otros hoteles, su primer sueldo en el ramo fue?
 inferior _____ igual _____ superior _____ no supe _____

11.-¿Tiene usted posibilidades de desarrollo en el ramo?
 SI (corto plazo mediano plazo) NO _____

12.-¿Cree usted que sea necesario que exista una institución que informe sobre: empleos, sueldos, lugares de trabajo, etc.?
 SI _____ NO _____
 Por qué? _____

13.-¿Conoce usted los servicios de La "Unidad Promotora del Empleo, Capacitación y Adiestramiento" (U.P.E.C.A.)
 SI _____ NO _____

6.7. LIMITANTES EN EL CAMPO DE TRABAJO.

Al aplicar el cuestionario me enfrenté a una serie de obstáculos, que debido a su importancia los considero como limitantes del presente trabajo.

Dentro de las principales limitantes, están las siguientes:

- 6.7.1.- Algunos jefes administrativos (v.gr. gerentes de la división cuartos), comentaron que al --- aplicar el cuestionario provocaría inquietud en el personal, ya que pensarían que sería para efecto de aumento de sueldo.
- 6.7.2.- Otros jefes cuestionaban de que el estudio era un disfraz de la competencia para piratear a su personal.
- 6.7.3.- Otros jefes opinaron que sólo se podría aplicar el cuestionario en cierta fecha y hora.
- 6.7.4.- Algunos entrevistados falsearon la información proporcionada, pensando que al indicar una remuneración menor, sería como llamar la atención y lograr un aumento.
- 6.7.5.- Varios más de los entrevistados opinaron que sólo era para quitarles tiempo en sus horas de trabajo.

A pesar de los obstáculos mencionados, logré salir adelante con la investigación y así concluir el trabajo de campo.

7.1. RESULTADOS.

7.1.1. A continuación presento los cuadros que contienen el resumen de la opinión en números absolutos y relativos, de las preguntas contenidas en el cuestionario.

CUADRO # 1**DONDE PRESTA SUS SERVICIOS**

HOTEL	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
paraestatal	25	7.44%
sec. privado	311	92.56
TOTAL	336	100.00%

CUADRO # 2
OBSTACULOS AL INGRESAR A TRABAJAR
EN UN HOTEL.

OBSTACULO	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Falta de experiencia	147	43.75%
Falta de relaciones	59	17.55%
Falta del idioma inglés	54	16.07
mala retribución	21	6.25
competencia entre carreras	13	3.86
desempleo	12	3.57
no contestó	9	2.67
ningún obstaculo	21	6.28
TOTAL	336	100.00%

CUADRO # 3

PUESTO

PUESTO	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Aux. de reservaciones	42	12.50%
Inspectora de piso	40	11.90
Telefonista	40	11.90
Capitán de bell boys	37	11.01
Recepcionista	33	9.82
Ama de llaves	25	7.44
Supervisor de teléfonos	22	6.54
Jefe de reservaciones	22	6.54
Jefe recepcionista	21	6.25
Supervisor de grupos	21	6.25
Supervisor de individuales	19	5.65
Jefe de turno	14	4.20
TOTAL	336	100.00%

CUADRO # 4

ANOS DE EXPERIENCIA.

EN EL RAMO	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
menos de 3 años	38	11.30%
de 4 a 6 años	41	12.20
de 7 a 9 años	19	5.65
de 10 a 12 años	23	6.84
de 13 a 15 años	19	5.65
de 16 a 18 años	28	8.33
de 19 a 21 años	38	11.30
de 22 a 24 años	54	16.07
de 25 a 27 años	47	13.99
más de 28 años	8	2.39
no contestó	21	6.28
TOTAL	336	100.00%

CUADRO # 5
REMUNERACION

SUELDO	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
12 601 a 16 800	21	6.25%
16 801 a 21 000	72	21.42
21 001 a 25 200	93	27.67
25 201 a 29 400	59	17.55
29 401 a 33 600	37	11.01
33 601 a 37 800	28	8.33
37 801 o más	18	5.35
no contestó	8	2.42
TOTAL	336	100.00%

El salario mínimo mensual al realizar la investigación era de: \$ 8 400.00

Se tomó como base para la división de los intervalos de clase el salario mínimo más un 50%

CUADRO # 6
ESTUDIOS REALIZADOS

ESTUDIOS	FRECUENCIA ABSOLUTA		TOTAL
	SI	NO	
Primaria	336	----	336
Secundaria	336	----	336
Preparatoria	161	175	336
Técnico en turismo	147	189	336
Inglés	231	105	336

CUADRO # 6-A
ESTUDIOS REALIZADOS

ESTUDIOS	FRECUENCIA RELATIVA		TOTAL
	SI	NO	
Primaria	100.00%	----	100.00%
Secundaria	100.00%	----	100.00%
Preparatoria	47.92%	52.08%	100.00%
Técnico en turismo	43.75%	56.25%	100.00%
Inglés	68.75%	31.25%	100.00%

Cabe mencionar que el 100.00% fue determinado en cada opción o alternativa, considerándose que el haber dejado sin -- contestar una opción significa no haber realizado el estudio.

CUADRO # 7
MEDIOS PARA INGRESAR A TRABAJAR
EN UN HOTEL.

MEDIOS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
recomendación	145	43.15%
colega	65	19.35
bolsa de trabajo	60	17.86
anuncio	30	8.93
iniciativa propia	23	6.85
no contestó	13	3.86
TOTAL	336	100.00%

CUADRO # 8

TUVO CONOCIMIENTO DE OTRAS OPORTUNIDADES DE EMPLEO.

RESPUESTA	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
no tuvo conocimiento	231	68.75%
sí tuvo conocimiento	90	26.78
no contestó	15	4.47
TOTAL	336	100.00%

CUADRO # 8-A

Si se toma el 68.75% como un 100.00% de las personas que no tuvieron conocimiento de otras oportunidades de empleo así como de sus salarios respectivos, se obtuvo:

PORQUE	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
no hubo quien me informara	96	41.55%
era el único empleo	66	28.57
no estuve relacionado	63	27.27
no contestó	6	2.61
TOTAL	231	100.00%

CUADRO # 8-B

Si se toma el 26.78% como un 100.00% de las personas - que sí tuvieron conocimiento de otras oportunidades de empleo, se obtuvo:

PORQUE	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
estuve relacionado	73	81.11%
negocio propio	8	8.88
no contestó	9	10.01
TOTAL	90	100.00%

CUADRO # 9

CONSIDERACION DEL PRIMER SUELDO
EN EL RAMO.

RESPUESTA	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
sí lo consideró suf.	208	61.90%
no lo consideró suf.	119	35.41
no contestó	9	2.69
TOTAL	336	100.00%

CUADRO # 9-A

Si se toma el 61.90% como un 100.00% de las personas que consideraron que su primer sueldo fue suficiente, se obtuvo :

PORQUE	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
por falta de experiencia	51	24.52%
no sabía cuanto podía ganar	49	23.56
por falta de hablar inglés	47	22.60
por las propinas	26	12.50
me pagaban por aprender	25	12.02
no contestó	10	4.80
TOTAL	208	100.00%

CUADRO # 9-B

En la misma forma, tomando como un 100.00% que corresponden de al 35.41% de las personas que no consideraron suficiente - su primer sueldo en el ramo, se obtuvo:

PORQUE	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
no cubría mis necesidades	35	29.41%
la hotelería ha sido mal pagada	30	25.21
existe igual responsabilidad	29	24.37
no contestó	25	21.01
TOTAL	119	100.00%

CUADRO # 10
PRIMER SUELDO EN EL RAMO

RESPUESTA	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
no supe	221	65.77%
inferior	39	11.60
igual	36	10.71
superior	23	6.84
no contestó	17	5.08
TOTAL	336	100.00%

CUADRO # 11
DESARROLLO EN EL RAMO

RESPUESTA	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
sí tiene	308	91.67%
no tiene	---	-----
no contestó	28	8.33
TOTAL	336	100.00%

CUADRO # 11-A

Si se toma el 91.67% como el 100.00% de las personas que sí tienen posibilidades de desarrollo en el ramo :

RESPUESTA	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
corto plazo	181	58.76%
mediano plazo	127	41.24
TOTAL	308	100.00%

CUADRO # 12

Sobre la posibilidad de que existiera una institución que informe sobre oportunidades de empleo, se obtuvo :

RESPUESTA	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
es necesaria	251	74.70%
es innecesaria	70	20.83
no contestó	15	4.47
TOTAL	336	100.00%

CUADRO # 12-A

Si se toma el 74.70% como un 100.00% de las personas que pensaron que sí es necesario que exista una institución que - informara, los resultados fueron:

PORQUE	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
para conocer otras oportunidades de empleo	57	22.70%
para nivelar los sueldos	55	21.91
para solucionar el problema de la falta de relaciones	36	14.34
para resolver el problema de la desorientación	24	9.56
evitar pérdida de tiempo en buscar empleo	23	9.16
no lo existe en México	19	7.56
para disminuir el desempleo	16	6.37
hay casas privadas que cobran muy caro	12	4.78
no contestó	9	3.62
TOTAL	251	100.00%

CUADRO # 12-B

Ahora si se toma el 20.83% como un 100.00% de las personas que creyeron que no es necesario que existiera una institución que informara, se obtuvo:

PORQUE	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
para eso existe la U.P.E.C.A.	57	81.42%
para eso hay medios de comunicación	5	7.14
hay casas privadas para eso	2	2.85
no contestó	6	8.59
TOTAL	70	100.00%

U.P.E.C.A. (Unidad Promotora del Empleo, Capacitación y Adiestramiento)

CUADRO # 13

SERVICIOS DE LA U.P.E.C.A.

RESPUESTA	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
sí los conoce	69	20.53%
no los conoce	254	75.59
no contestó	13	3.88
TOTAL	336	100.00%

7.1.2. ANALISIS DE LOS CUADROS

7.1.2.1. Respecto a la participación de los sectores público y privado como generadores de empleo (demandantes de fuerza de trabajo), se obtuvo: que el 92.56% pertenece al sector privado y el 7.44% restante al sector para estatal, observándose de esta manera que la relación -- proporcionada con respecto a la población es muy aproximada.

7.1.2.2. Con relación a los obstáculos a los que se enfrenta el técnico en hotelería para iniciar su vida laboral, se observó lo siguiente: falta de experiencia el 43.75%, falta de relaciones con el 17.55%, por no hablar inglés con el 16.07%, etc., con lo cual se afirma lo importante que es para el técnico en hotelería tener experiencia, así como estar relacionado con personal del medio hotelero y hablar inglés para poder ingresar a trabajar en un hotel.

7.1.2.3. Con relación a la participación laboral del -- técnico en hotelería, se obtuvo: el 12.50% como Auxiliar de reservaciones, el 11.90% como Inspectora de piso, el 11.90% como telefonista, el 11.01% como Capitán de bell boys, con lo cual se observó que dichos puestos forman los mayores porcentajes y a la vez son los puestos en que inicia su vida laboral el técnico en hotelería.

7.1.2.4. Referente a los estudios realizados por el técnico en hotelería, se obtuvo: que sólo el 43.75% tienen estudios formales en turismo contra el 56.25% que no --

los tienen. Observándose así, lo importante que es para el técnico en hotelería tener experiencia, obviamente - estas cifras también revelan el bajo nivel de preparación de este personal.

7.1.2.5. Acerca de la retribución del técnico en hotelería, se obtuvo: que el 27.67% tienen un sueldo que comprende de \$21.000.00 a \$25.200.00, el 21.42% indicaron tener un sueldo de \$16.800.00 a \$21.000.00, con lo cual se afirma que el técnico en hotelería no está tan bien remunerado como generalmente se cree.

7.1.2.6. Con respecto a la experiencia en el ramo se observó: que el 11.30% y el 12.20% de los entrevistados - que tienen de 1 a 6 años, generalmente son técnicos con estudios formales en turismo, en cambio el 11.30%, el 16.07%, el 13.99% de los técnicos que indicaron tener experiencia en el ramo de 18 a 27 años son técnicos sin estudios formales o con conocimientos empíricos, observándose de esta manera que dichos técnicos integran la mayor parte de los encuestados.

7.1.2.7. Referente a los medios empleados por este tipo de personal para ingresar a trabajar en un hotel, se obtuvo: que el 43.15% se colocó por medio de recomendaciones, el 19.35% por medio de un colega, el 17.86% por medio de la bolsa de trabajo, etc., observándose de esta manera la ineficiencia de la bolsa de trabajo como medio para localizar empleo y la ventaja de estar relacionado con personal del medio hotelero para tener un mejor conocimiento de oportunidades de empleo.

7.1.2.8. Este trabajo de investigación tiene por objeto contestar una hipótesis que se planteó al inicio de la metodología, y la razón de la investigación es comprobar o disprobar dicha hipótesis. Ahora bien, por los porcentajes obtenidos, tal hipótesis se pudo comprobar, ya que el 68.75% del personal encuestado, indicó no haber tenido información de otras oportunidades de empleo así como de sus salarios respectivos, al ingresar a trabajar en este ramo, contra el 26.78% que sí tuvieron conocimiento de otros empleos y el 4.47% que no contestó. Ahora bien, tomando como un 100% al 68.75% se observaron las siguientes causas: no hubo quien les informara 41.55%; era el único empleo de que tenían conocimiento 28.57%; falta de relaciones 27.27%. En síntesis, se comprobó que el trabajador no se comporta con sentido racional económico, ya que éste no dispone de una información acerca de las posibles fuentes de trabajo, lo cual lleva al trabajador muchas veces a aceptar el único trabajo que se le presente, cualquiera que sea su sueldo y condiciones de trabajo, sin poder evaluar otras oportunidades de empleo.

7.1.2.9. Referente a la consideración que el técnico tuvo de su primer sueldo en el ramo, se obtuvo: que el 61.90% sí lo consideraron suficiente, contra el 35.41% que no lo consideraron suficiente y el 2.69% que no contestaron. Haciendo al 61.90% como un 100% de las personas que sí consideraron suficiente su primer sueldo, se encontraron como principales razones: la falta de experiencia 24.52%; no sabía cuanto podía ganar 23.56%; fal

ta de hablar inglés 22.60%.

7.1.2.10 Acerca del conocimiento que tuvo el técnico en hotelería sobre su primer sueldo en el ramo, en relación con otros hoteles, se obtuvo: que el 65.77% no supo si era inferior, igual o superior al que pagaban en otros hoteles. Esta respuesta es muy importante porque apoya y complementa a las respuestas 8 y 9, ya que se confirma aún más la ausencia o falta de conocimiento de los salarios en el mercado de trabajo por parte del trabajador.

7.1.2.11 Sobre las posibilidades de desarrollo del técnico en hotelería en su ramo, se obtuvo: que el 91.67% de los encuestados sí tienen posibilidades de desarrollo, contra el 8.33% que no contestó. Ahora bien, haciendo el 91.67% como un 100% se observó: que el 58.76% tienen posibilidades de desarrollo a corto plazo y el 41.24% a mediano plazo, por los porcentajes obtenidos se observó que existe una movilidad ocupacional ascendente dependiendo del nivel jerárquico, (v.g. el Auxiliar de reservaciones desea llegar a ser jefe de reservaciones y el jefe desea ser gerente de la división -- cuartos).

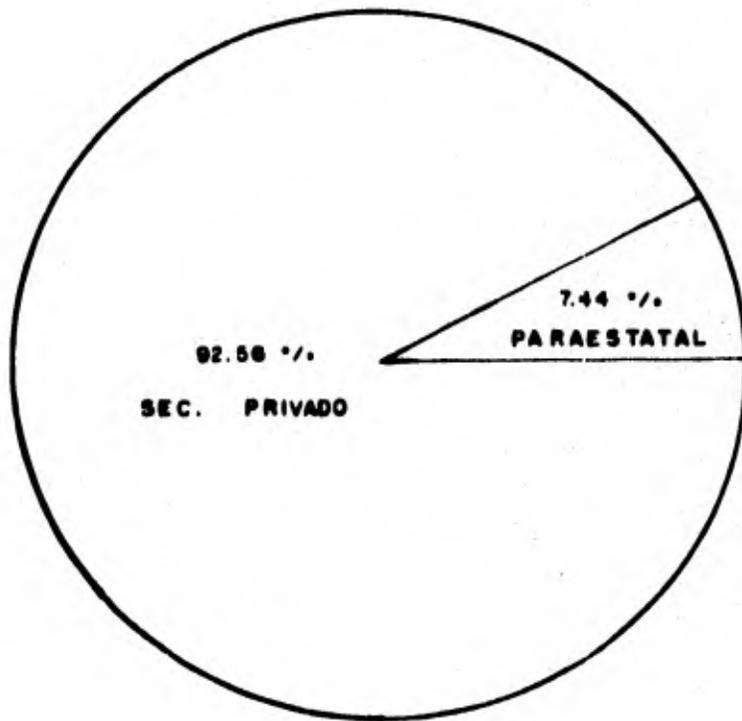
7.1.2.12 Acerca de la posibilidad de que existiera una institución que informe sobre oportunidades de empleo -- así como de sus salarios correspondientes, se obtuvo: -- el 74.70% de los encuestados contestaron afirmativamente, en relación a los que contestaron en forma negativa que fue el 20.83% y el 4.47% que se abstuvo en contes--

tar. Ahora, tomando como un 100% al 74.70%, de las personas que opinaron afirmativamente, mencionaron como razones principales: para conocer otras oportunidades de empleo con el 22.70%; para nivelar los sueldos con el 21.91%; para solucionar el problema de la falta de relaciones con el 14.34%; para resolver el problema de la desorientación con el 9.56%, etcétera. Estas respuestas son muy esclarecedoras, ya que demuestran los problemas que existen en el mercado de trabajo, por falta de una adecuada información acerca del empleo, sueldos, lugares de trabajo, etc.

7.1.2.13 En cuanto al conocimiento que el trabajador -- tuvo acerca de los servicios de La Unidad Promotora del Empleo, Capacitación y Adiestramiento, se obtuvo: que el 75.59% no los conocen, contra el 20.53% que indican conocerlos y el 3.88% que se abstuvo en contestar.- Esta respuesta complementa a la anterior y a la vez confirma el desconocimiento de los servicios de dicho organismo.

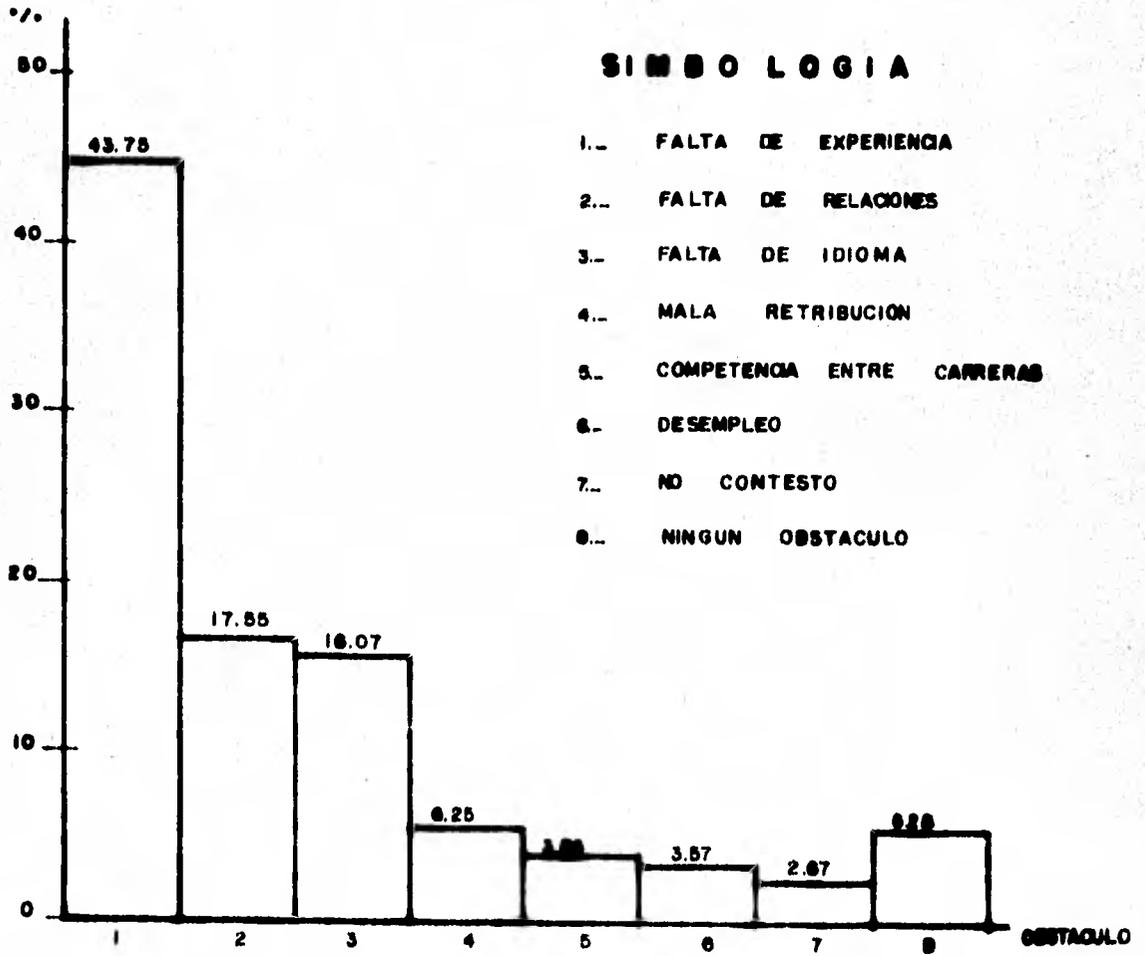
GRAFICA No. 1

DONDE PRESTA SUS SERVICIOS



G R A F I C A N o . 2

OBSTACULOS PARA INGRESAR A
TRABAJAR EN UN HOTEL

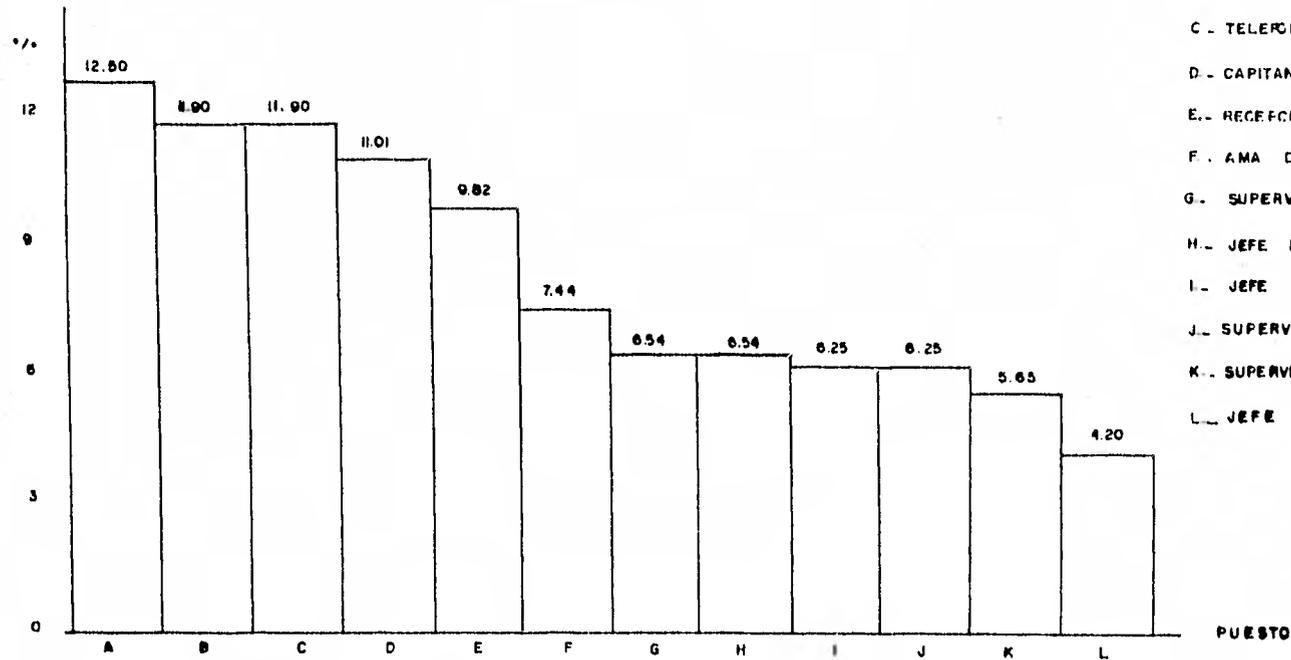


G R A F I C A No. 3

P U E S T O

SIMBOLOGIA

- A - AUXILIAR DE RESERVACIONES
- B - INSPECTORA DE PISO
- C - TELEFONISTA
- D - CAPITAN DE BELL BOYS
- E - RECEPCIONISTA
- F - AMA DE LLAVES
- G - SUPERVISOR DE TELEFONOS
- H - JEFE DE RESERVACIONES
- I - JEFE RECEPCIONISTAS
- J - SUPERVISOR DE GRUPOS
- K - SUPERVISOR DE INDIVIDUALES
- L - JEFE DE TURNO

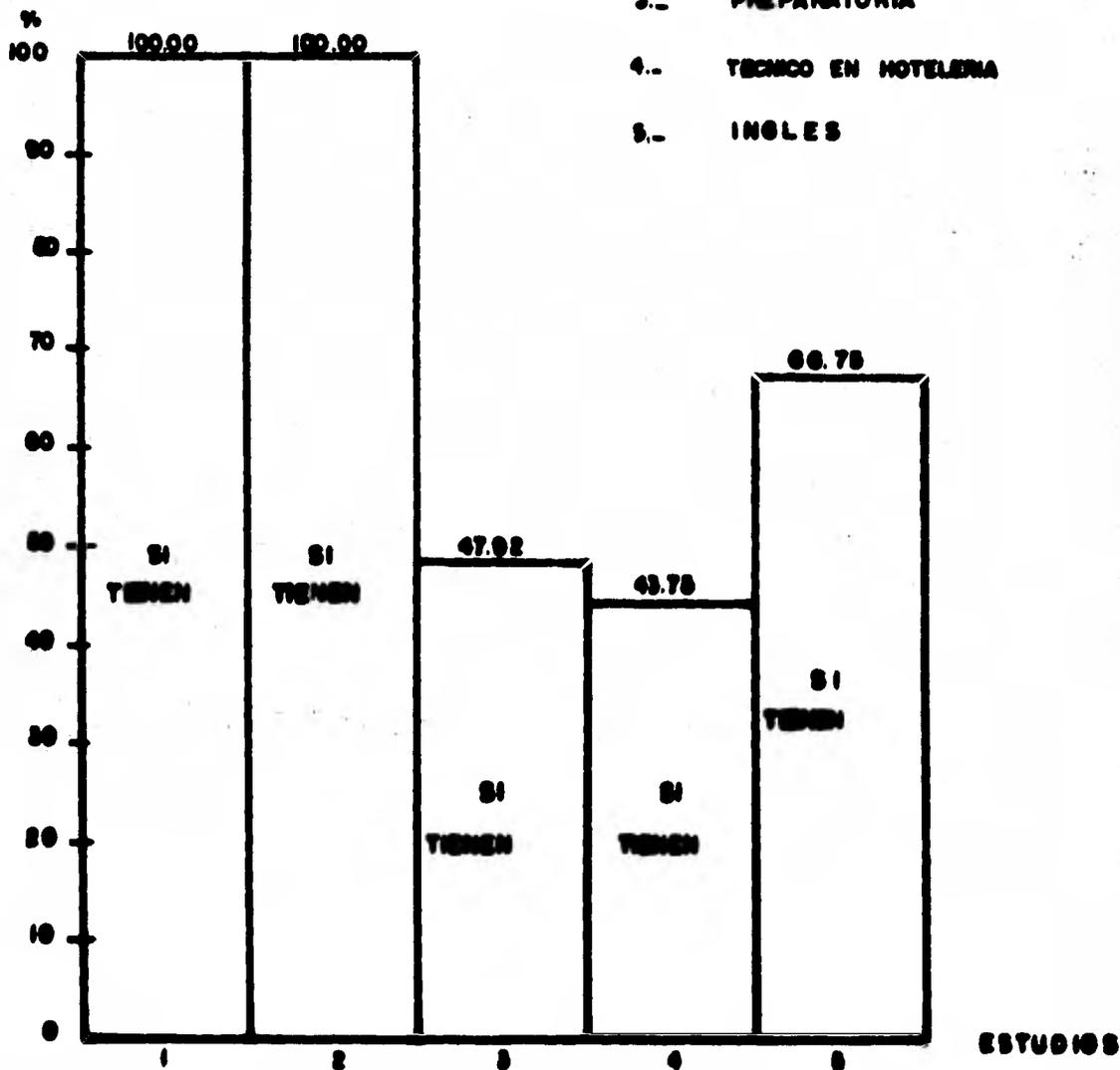


GRAFICA No. 4

ESTUDIOS REALIZADOS

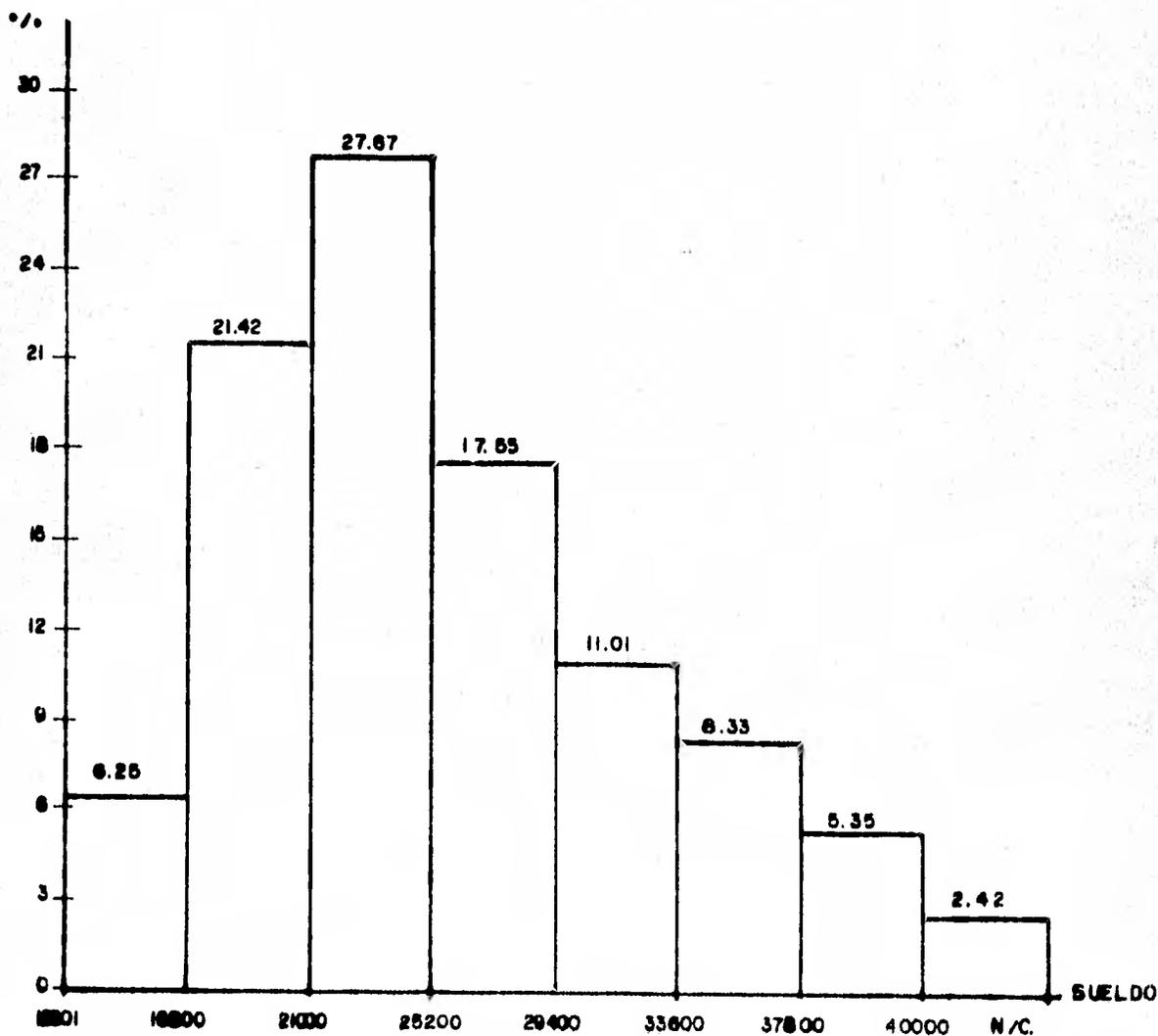
SIMBOLOGIA

- 1.- PRIMARIA
- 2.- SECUNDARIA
- 3.- PREPARATORIA
- 4.- TECNICO EN HOTELERIA
- 5.- INGLES



GRAFICA No. 5

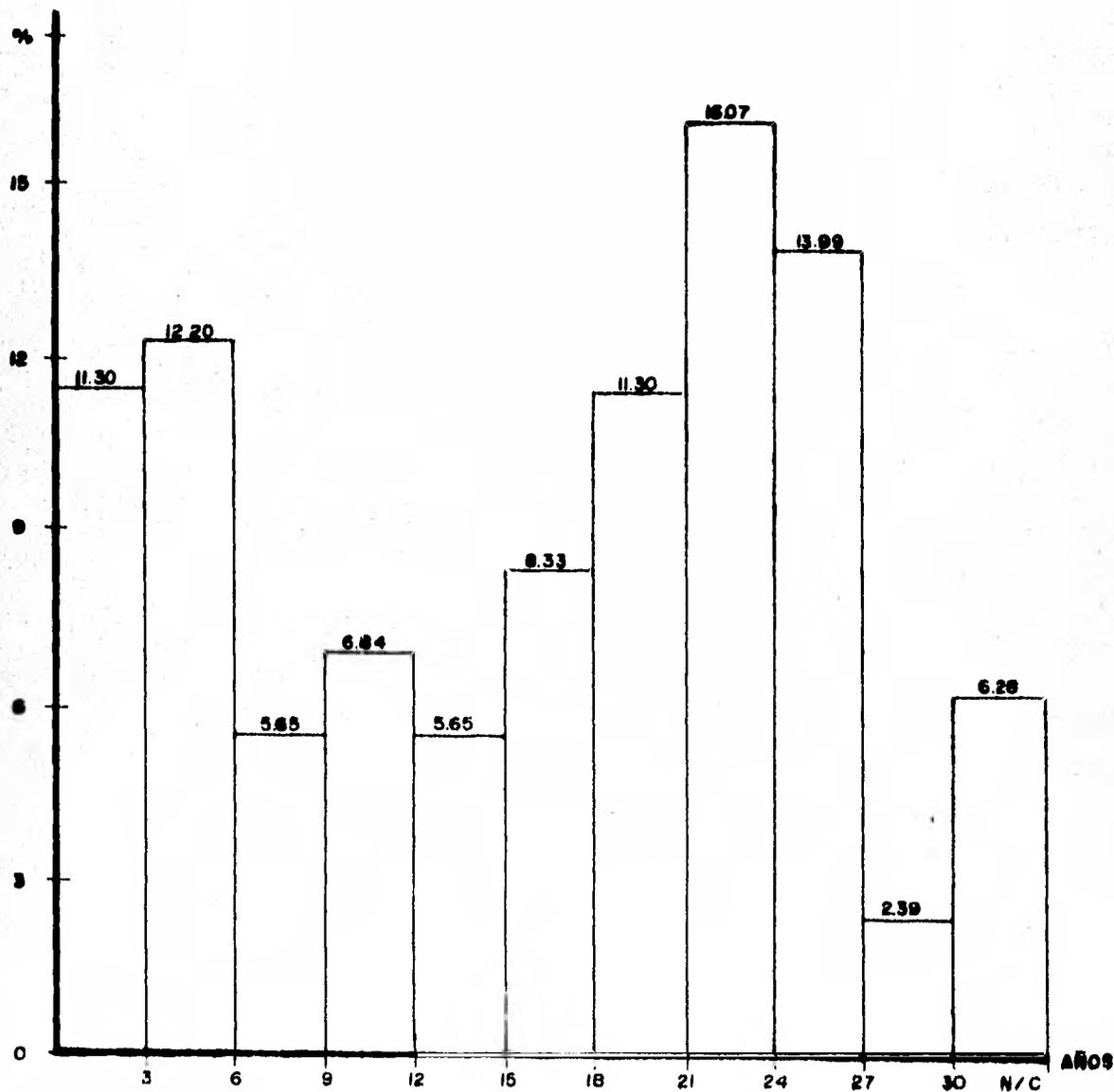
REMUNERACION
EN ESTE RAMO



N/C. = NO CONTESTO

GRAFICA No. 6

EXPERIENCIA EN EL RAMO



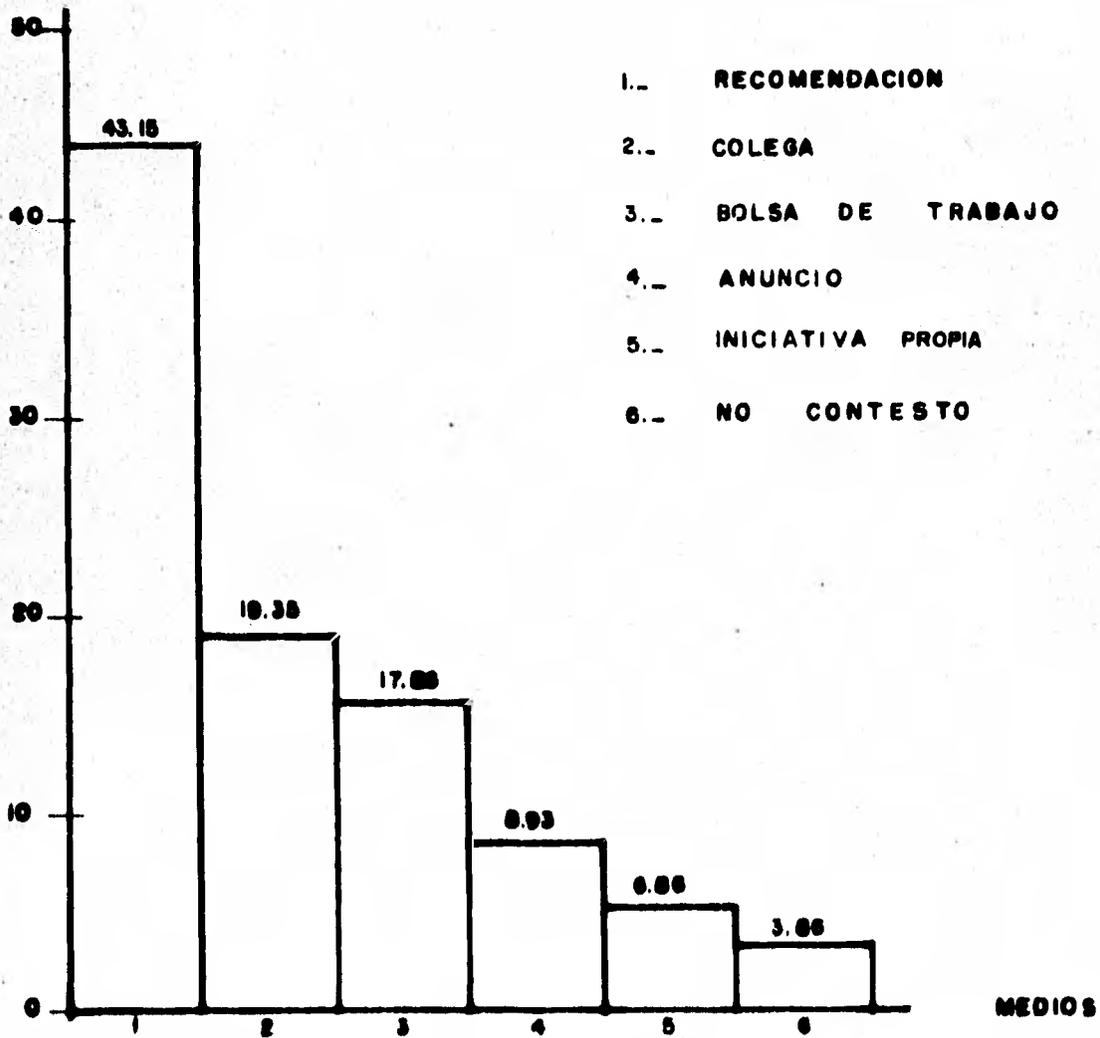
N/C = NO CONTESTO.

GRAFICA No. 7

MEDIOS DE INGRESO A UN HOTEL

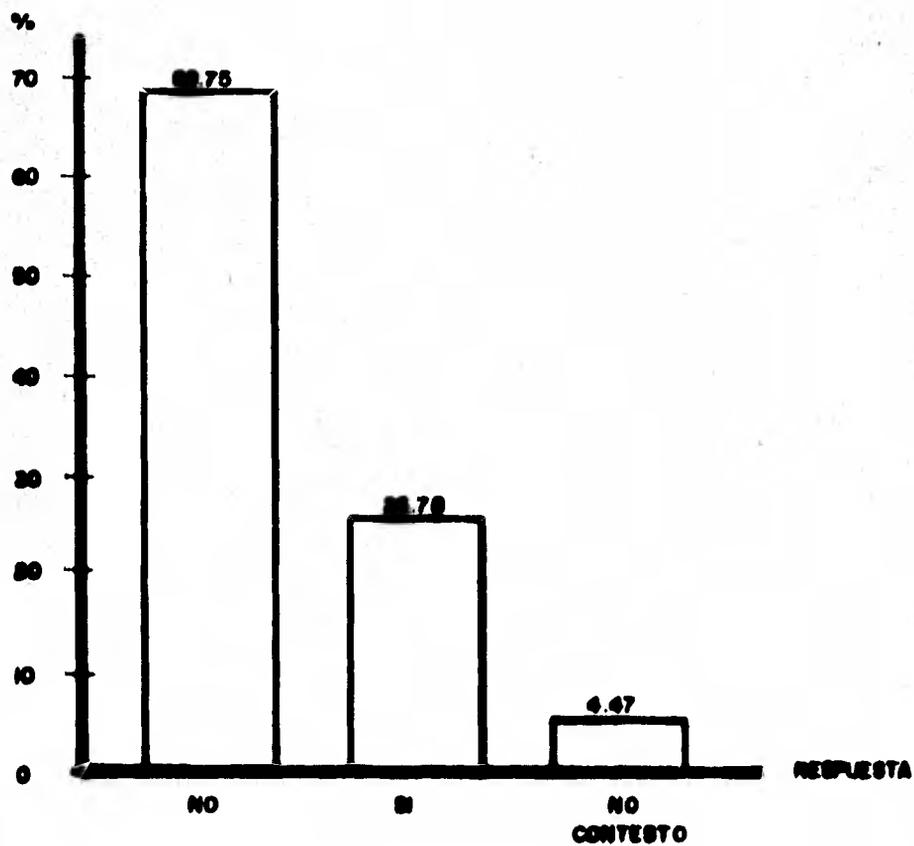
SIMBOLOGIA

- 1.- RECOMENDACION
- 2.- COLEGA
- 3.- BOLSA DE TRABAJO
- 4.- ANUNCIO
- 5.- INICIATIVA PROPIA
- 6.- NO CONTESTO



GRAFICA No. 8

TUVO CONOCIMIENTO DE OTRAS OPORTUNIDADES DE EMPLEO ?

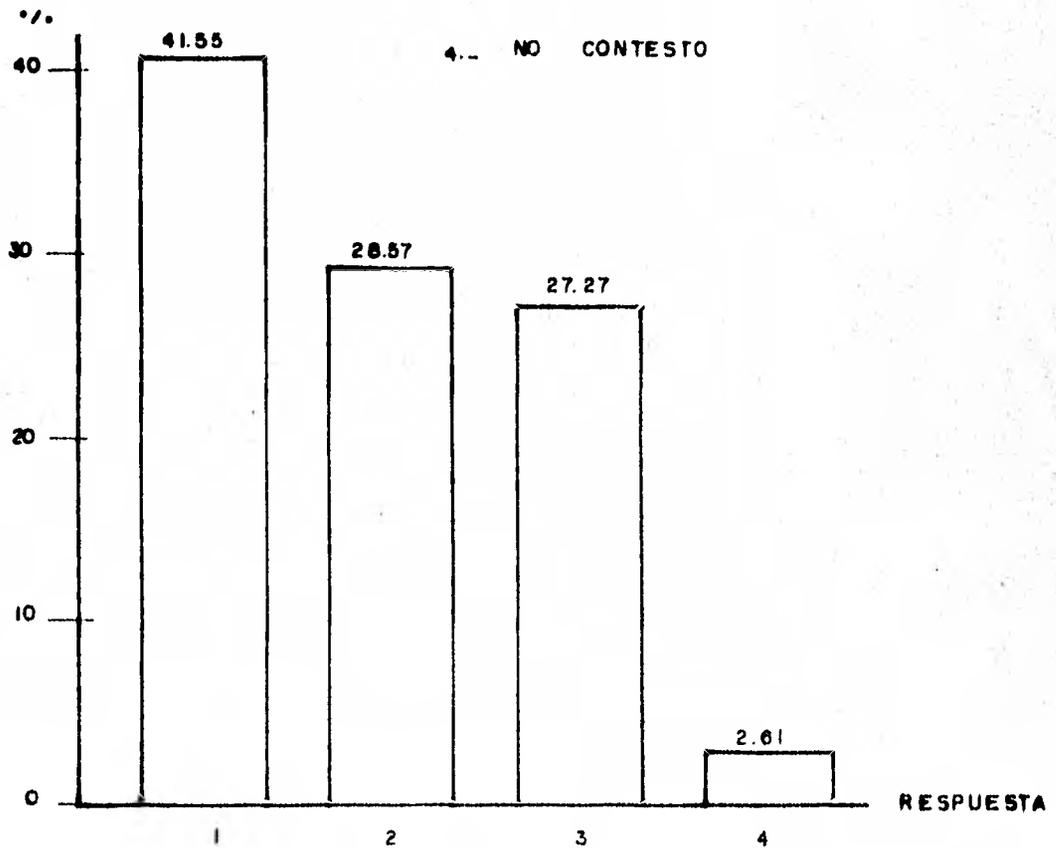


GRAFICA No. 8 - A

POR QUE NO TUVO CONOCIMIENTO DE OTRAS OPORTUNIDADES DE EMPLEO ?

SIMBOLOGIA

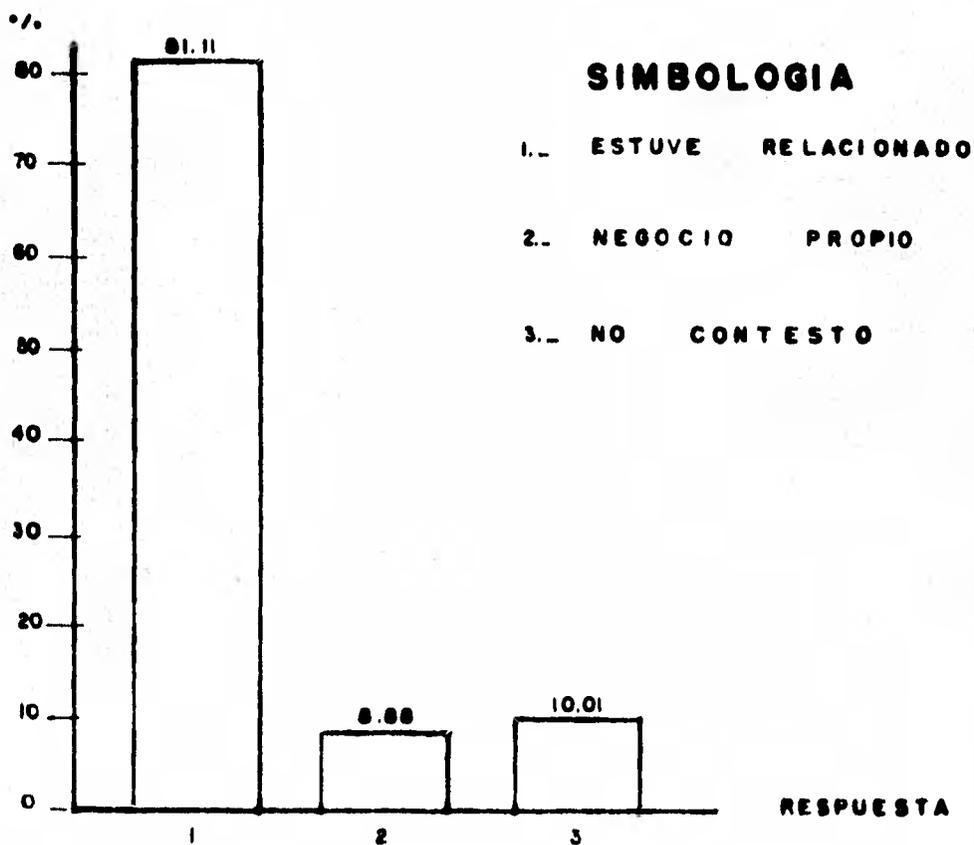
- 1.- NO HUBO QUIEN ME INFORMARA
- 2.- ERA EL UNICO EMPLEO
- 3.- NO TUVE RELACIONES
- 4.- NO CONTESTO



G R A F I C A

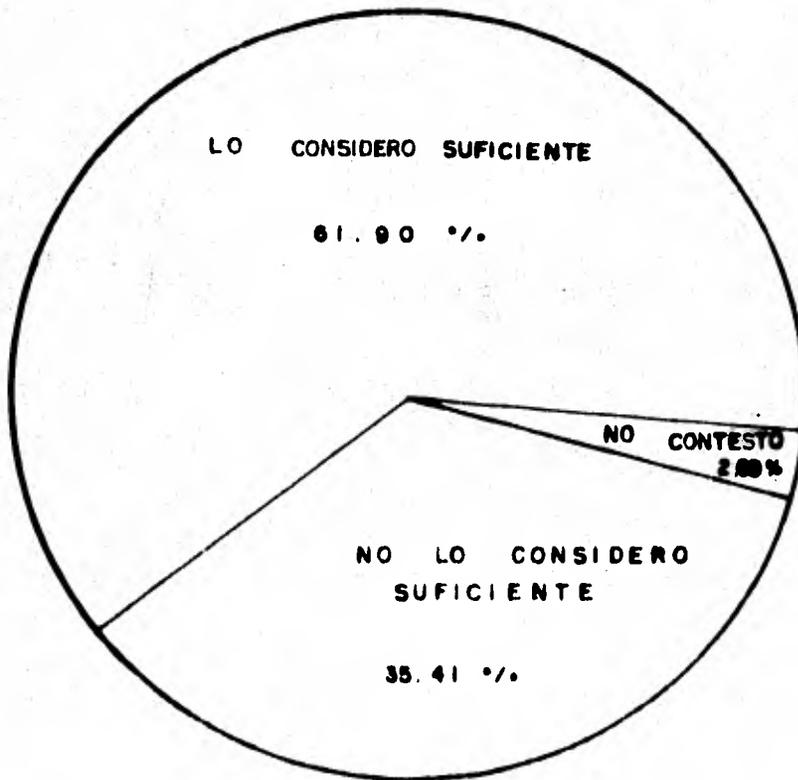
No. 8-B

POR QUE SI TUVO CONOCIMIENTO DE OTRAS OPORTUNIDADES DE EMPLEO ?



GRAFICA No. 9

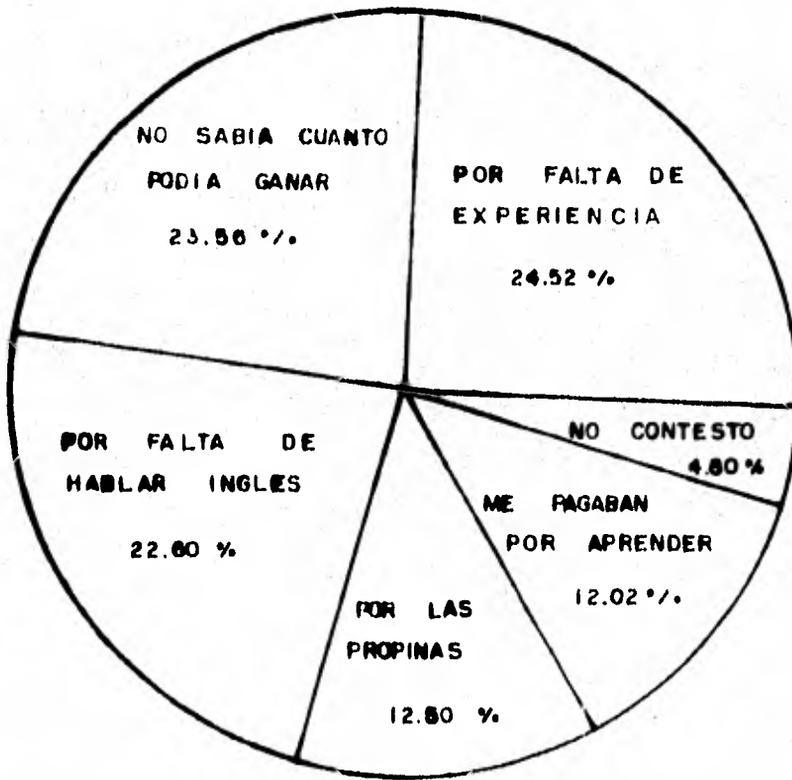
**CONSIDERACION DEL PRIMER SUELDO
EN EL RAMO**



G R A F I C A

No. 9 - A

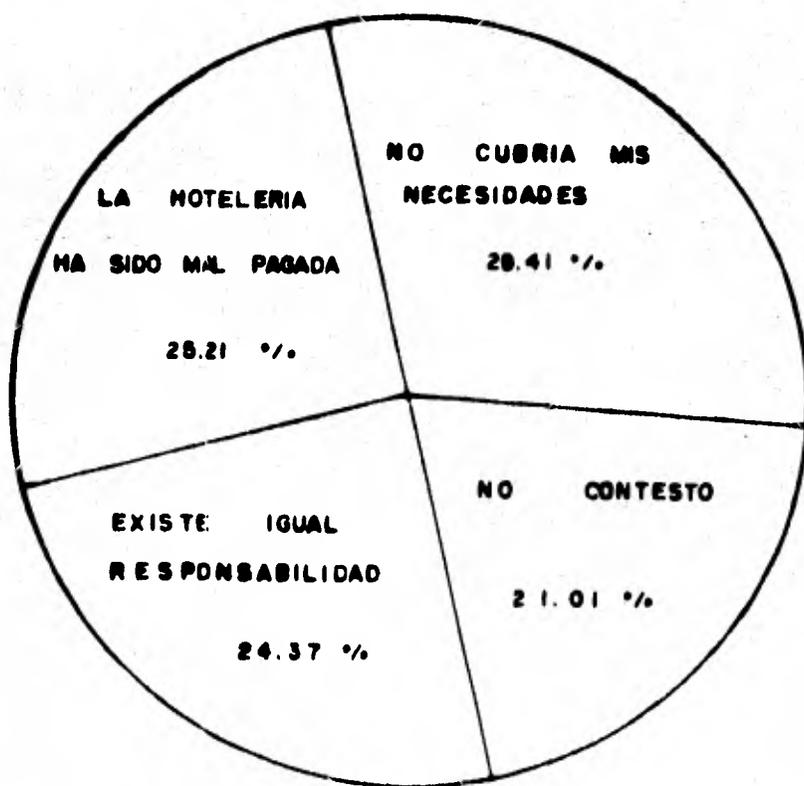
POR QUE LO CONSIDERO SUFICIENTE



GRAFICA

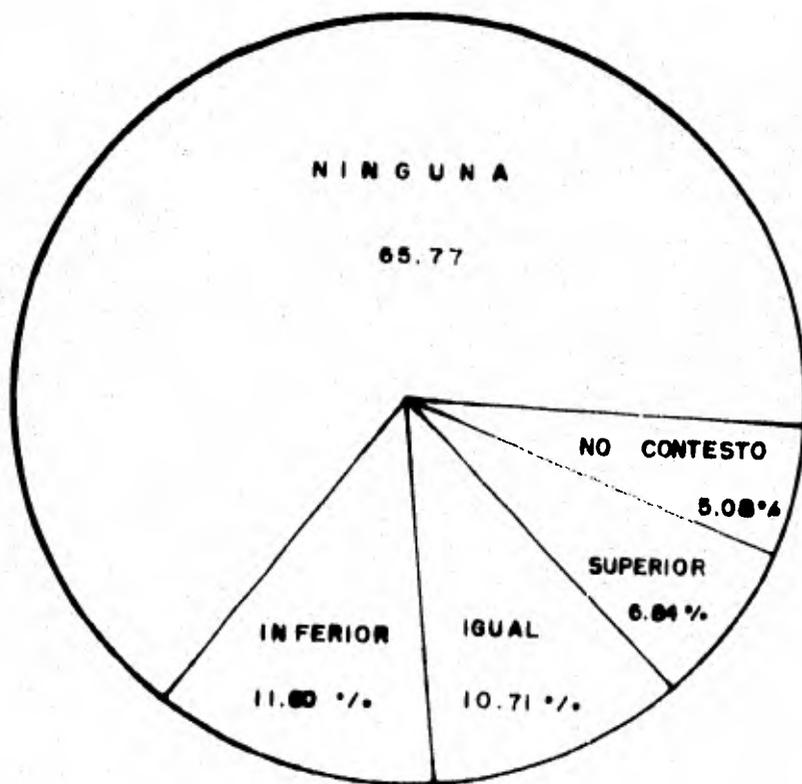
No. 9 - B

POR QUE NO LO CONSIDERO SUFICIENTE



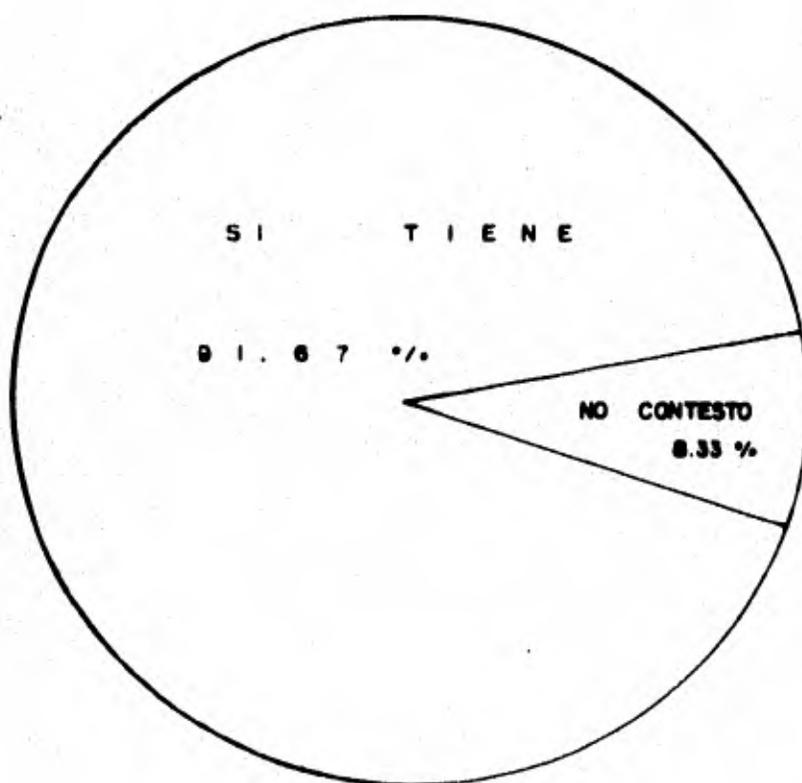
G R A F I C A N o . 1 0

**I N F O R M A C I O N S O B R E S U P R I M E R S U E L D O E N
E S T E R A M O**



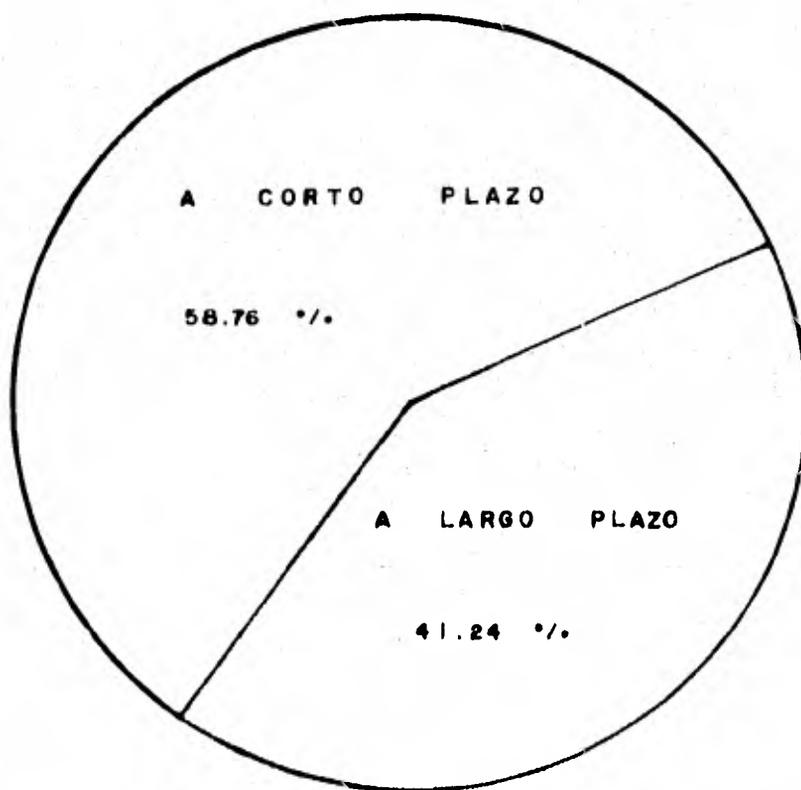
GRAFICA No. II

DESARROLLO EN EL RAMO ?



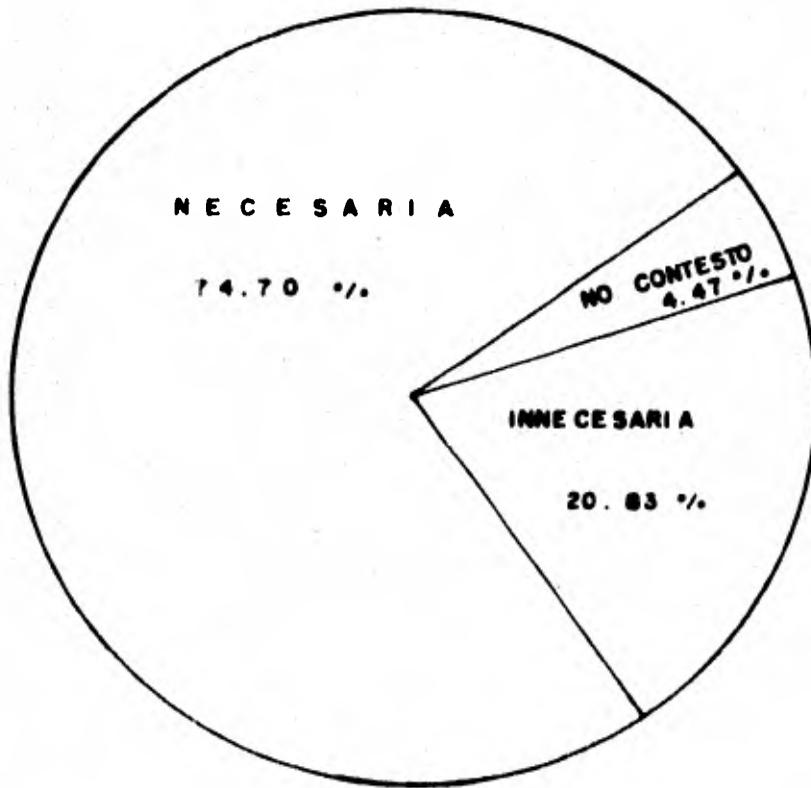
G R A F I C A N o . 1 1 - A

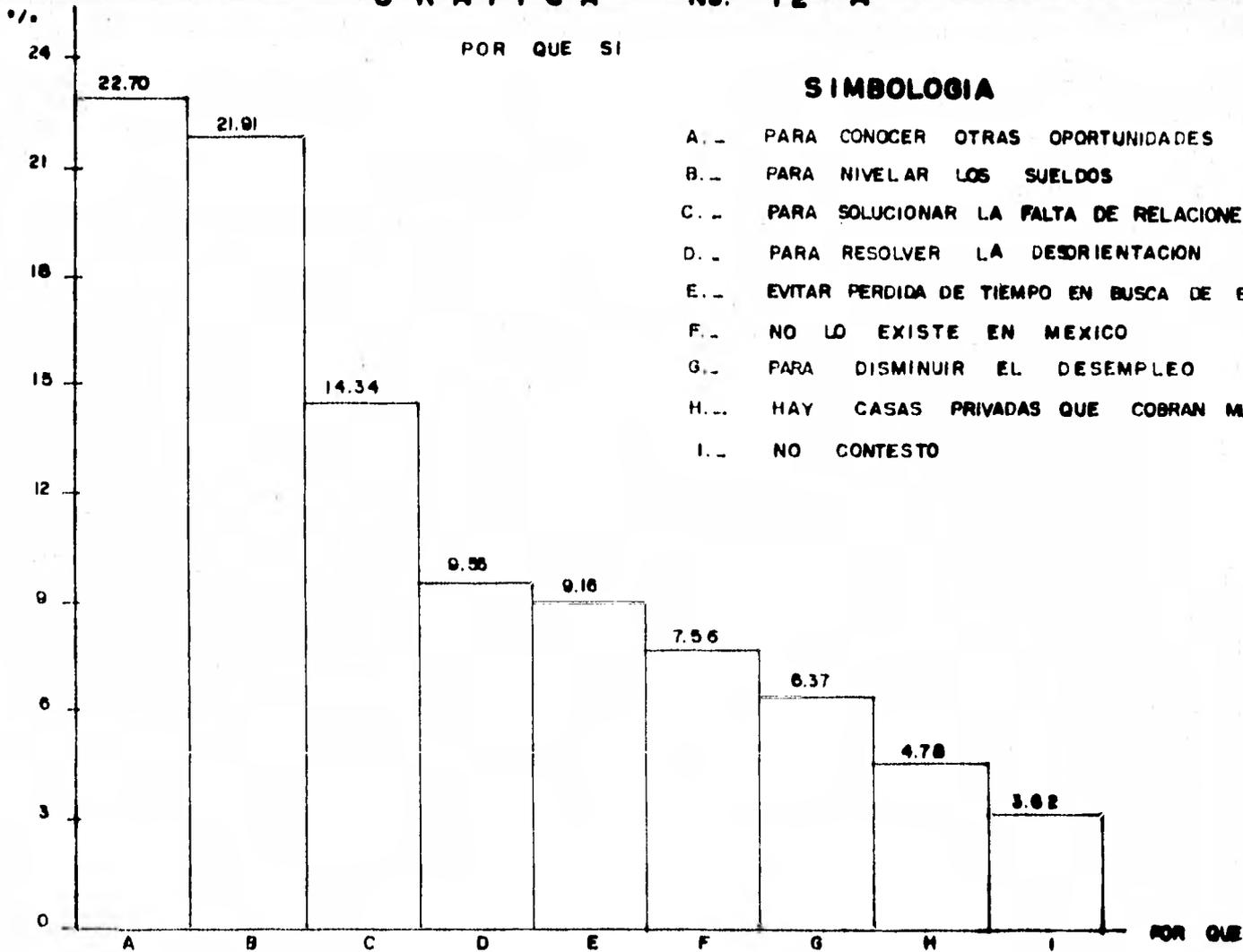
A QUE PLAZO TIENE DESARROLLO EN EL RAMO ?



G R A F I C A N o . 1 2

**POSIBILIDAD D E Q U E E X I S T I E R A U N A I N S T I T U C I O N Q U E
I N F O R M A R A S O B R E O P O R T U N I D A D E S D E E M P L E O**





POR QUE SI

SIMBOLOGIA

- A. _ PARA CONOCER OTRAS OPORTUNIDADES
- B. _ PARA NIVELAR LOS SUELDOS
- C. _ PARA SOLUCIONAR LA FALTA DE RELACIONES
- D. _ PARA RESOLVER LA DESORIENTACION
- E. _ EVITAR PERDIDA DE TIEMPO EN BUSCA DE EMPLEO
- F. _ NO LO EXISTE EN MEXICO
- G. _ PARA DISMINUIR EL DESEMPLEO
- H. _ HAY CASAS PRIVADAS QUE COBRAN MUY CARO
- I. _ NO CONTESTO

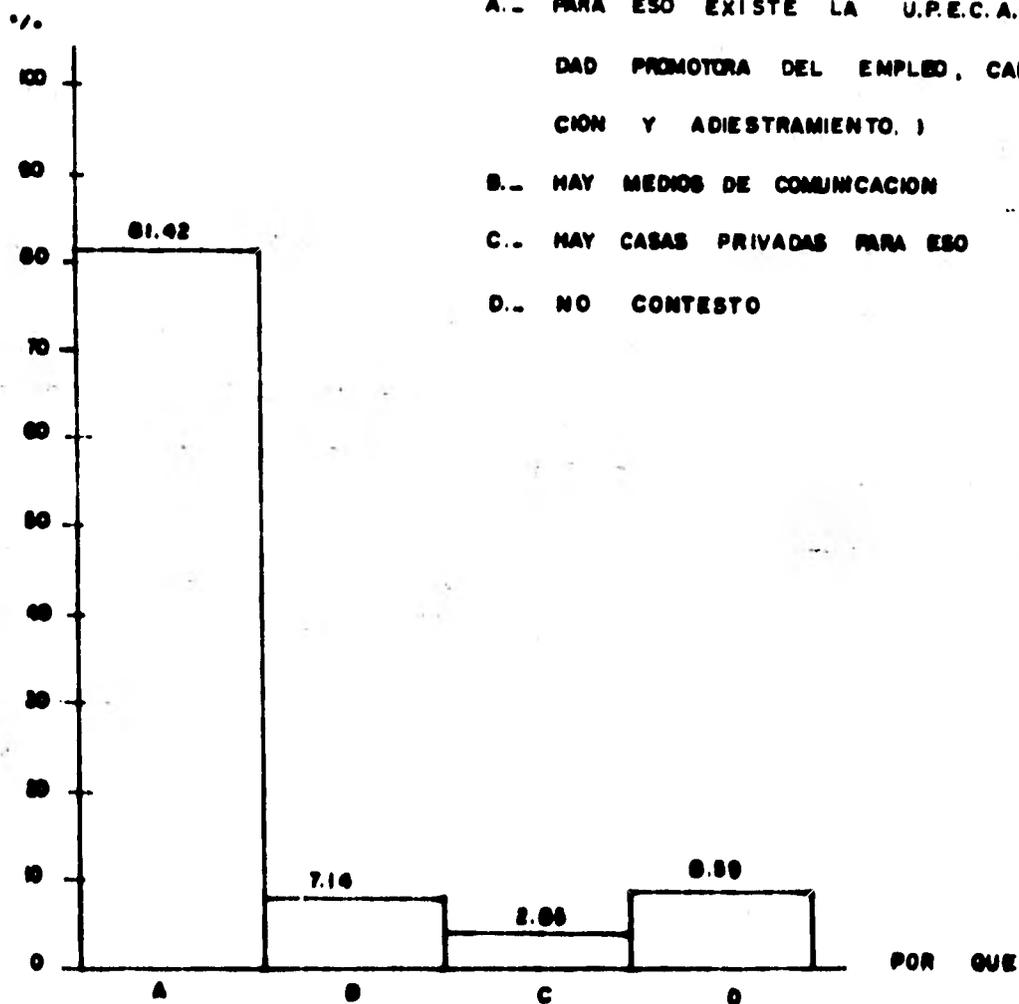
POR QUE

GRAFICA No. 12-B

POR QUE NO

SIMBOLOGIA

- A.- PARA ESO EXISTE LA U.P.E.C.A. (UNIDAD PROMOTORA DEL EMPLEO, CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO.)
- B.- HAY MEDIOS DE COMUNICACION
- C.- HAY CASAS PRIVADAS PARA ESO
- D.- NO CONTESTO

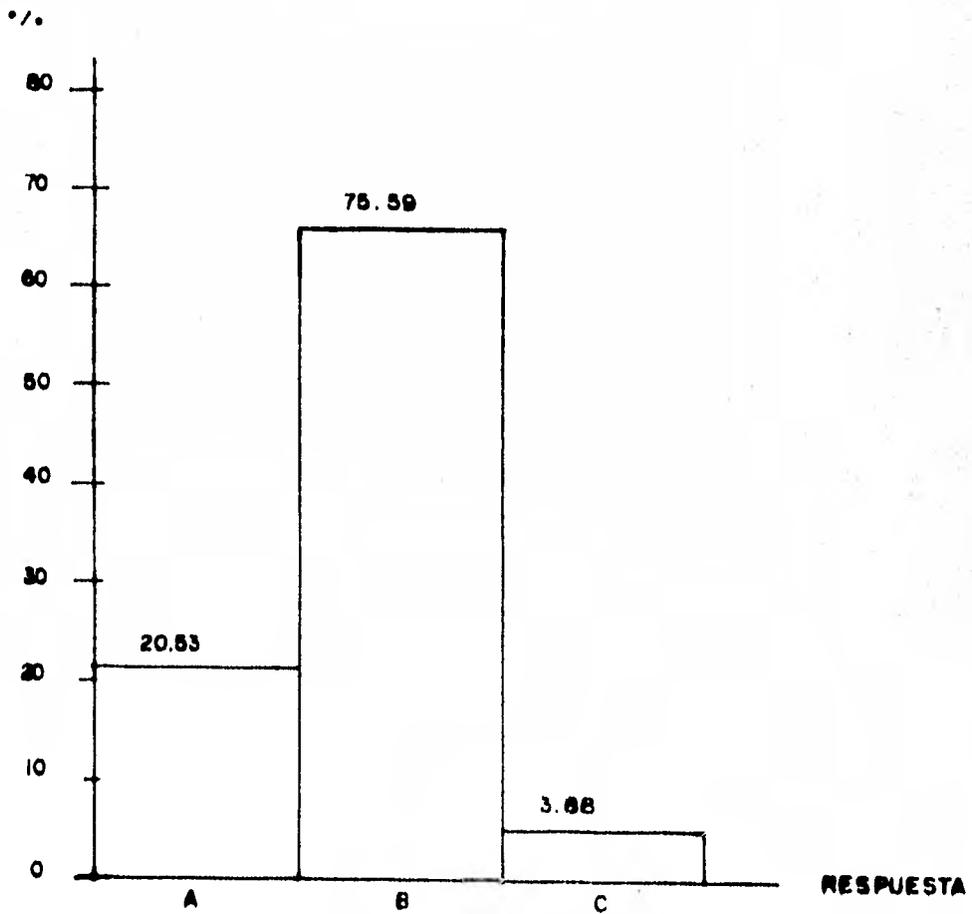


GRAFICA No. 13

CONOCE LOS SERVICIOS DE LA U.P.E.C.A. (UNIDAD PROMOTORA DEL EMPLEO, CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO)

SIMBOLOGIA

- A. - SI LOS CONOCE
- B. - NO LOS CONOCE
- C. - NO CONTESTO



7.1.4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Tomando en cuenta la hipótesis se observa:

- a) Que el trabajador no se comporta con sentido racional económico, es decir, que no estudia diferentes alternativas de empleo, por no disponer de una información completa acerca de éstas, lo cual le impide al trabajador realizar una evaluación de empleos, obligándose éste a aceptar el único empleo que se le presente cualquiera que sea el salario, aunque el trabajador lo considere "suficiente" por otras razones.
- b) Que en general no hay una información amplia y completa acerca del empleo.
- c) Que existe una actitud conformista por parte de los trabajadores debido en parte a lo anterior y probablemente a la urgencia que tenían de trabajar y pocas posibilidades de encontrar un empleo.

En consecuencia:

"Es indispensable la creación o reestructuración de un organismo especializado, que dé información acerca de los empleos a los interesados en trabajar en este ramo, pero también a los propios empleadores, porque ellos también se beneficiarían al poder obtener así personal con vocación y preparación adecuada". Aunque se estipula en la Ley Federal del Trabajo lo referente al servicio del empleo, la Unidad Promotora del Empleo, Capacitación y Adiestramiento no ha logrado cumplir con satisfacción sus objetivos.

- En cuanto a la participación laboral de los sectores público y privado en la generación de empleos en la hotelería, se observa un desequilibrio, ya que el sector público tiene una participación insignificante, y por ende se propone que dicho sector tenga una mayor participación como demandante de fuerza de trabajo en este ramo.
- Con relación a los obstáculos a los que se enfrenta el técnico en hotelería para ingresar a trabajar en un hotel, se encontró que los principales son: falta de experiencia, falta de relaciones, falta de hablar inglés, etc. y otros de menor consideración, lo cual revela lo importante que es para el técnico en hotelería: tener experiencia, estar relacionado con personal del medio hotelero y hablar inglés para poder ingresar a trabajar en este ramo.
- En forma específica la mayor participación del técnico en hotelería es en los puestos de: auxiliar de reservaciones, como inspectora de piso, como telefonista, como capitán de bell boys, que son los puestos principales en que el técnico en hotelería inicia su vida laboral.
- En cuanto a los conocimientos teóricos o empíricos que debe poseer este personal, se obtuvo: que lo más importante o representativo para el técnico en hotelería, es tener experiencia para desempeñar el trabajo. También se observó el bajo nivel de preparación de este personal.
- Acerca de la remuneración que percibe el técnico en -

hotelería por el trabajo desarrollado, se puede decir que no está tan bien remunerado como generalmente se cree.

- De todos los medios empleados para ingresar a trabajar en un hotel, en primer lugar está la recomendación, en segundo se encuentra la introducción a un hotel por medio de un colega, en tercer lugar por medio de la bolsa de trabajo, etc. lo cual manifiesta la ineficiencia de la bolsa de trabajo como medio para ingresar a trabajar en un hotel y la ventaja de estar relacionado con personal del medio hotelero para tener mejor conocimiento de oportunidades de trabajo.
- Sobre las posibilidades de desarrollo que el técnico en hotelería tiene en el ramo, se encontró que existe una movilidad de tipo ascendente, lo cual constituye un estímulo para la superación de este personal.

BIBLIOGRAFIA

Arias Galicia, Fernando

Administración de recursos humanos, primera edición, Edit. Trillas México, 1975.

Gómez Ceja, Guillermo

Metodología de la investigación, C.L.A.M., Méx. 1980.

Lincoln L. Chao

Estadística, segunda edición, Edit. McGraw Hill, Méx. 1978.

Reynolds L. G.

Economía laboral y relaciones de trabajo, Fondo de cultura Económica, México, 1964.

Menchelli Jiménez, José Luis

**Administración de empresas en la industria hotelera.
U.L.S.A. México 1974.**

Revista hoteles mexicanos

Asoc. hoteles y Moteles de Méx. Dic. 1972.

Zamora, Francisco.

Tratado de teoría económica, F.C.E. México 1978.