

VI

LA SATISFACCIÓN LABORAL DEL CAPITAL HUMANO FEMENINO EN LA ACTIVIDAD HOTELERA. UN ESTUDIO DE CASO PARA ANDALUCÍA Y ALGARVE

Tomás J. LÓPEZ-GUZMÁN GUZMÁN
Sandra M.^a SÁNCHEZ CAÑIZARES
Universidad de Córdoba

María Margarida NASCIMENTO JESÚS
Ana Paula GOMES TRINDADE DA COSTA
Universidad de Algarve

(Págs. 127 a 145)

SUMARIO

	<u>Página</u>
I. INTRODUCCIÓN	128
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	129
1. Satisfacción laboral y género en la actividad hotelera	131
III. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA	132
IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	134
V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	136
1. Características generales	136
1.1. Región de Algarve	136
1.2. Comunidad Autónoma de Andalucía	138
2. Motivos para la elección de la actividad	139
3. Ventajas del trabajo	140
4. Inconvenientes del trabajo	141
5. Valoración de las facetas del trabajo	141
6. Satisfacción general con el trabajo.....	142

VI. CONCLUSIONES	144
VII. BIBLIOGRAFÍA	144

RESUMEN

La creciente competitividad de los destinos turísticos implica la necesidad de mejorar la calidad del servicio prestado. En esta comunicación presentamos los resultados de un estudio realizado en dos destinos turísticos competitivos (Andalucía y Algarve —Portugal—) en relación con la satisfacción laboral de las mujeres trabajadoras en los hoteles de dichas zonas. El objetivo de este trabajo es presentar cuáles son las características sociolaborales básicas de este colectivo con dos trabajos de campo realizados en ambas áreas geográficas. En los resultados se plantea una serie de comparaciones que llevan a detectar diferencias significativas entre Algarve y Andalucía. Finalmente, proponemos posibles líneas de mejora en la gestión de los recursos humanos femeninos.

ABSTRACT

The growing competitiveness of the tourist destinations implies the necessity of improving the quality of the borrowed service. In this paper we show the results of a study carried out in two competitive tourist destinations (Andalusia and Algarve —Portugal—) in connection with the job satisfaction of the women employees in the hotel establishments. The objective of this paper is to present the basic socio-economic characteristics of this community with two field works carried out in both geographical areas. In the obtained results we outline a series of comparisons which imply significant differences between Algarve and Andalusia. Finally we contribute with possible lines of improvement in the administration of the feminine human resources.

Palabras clave: satisfacción laboral, capital humano, actividad hotelera, Andalucía, Algarve.

Key words: Job satisfaction, Human Capital, Hotels, Andalusia, Algarve.

I. INTRODUCCIÓN

El turismo está configurado en la actualidad como uno de los grandes motores de determinadas áreas geográficas, fundamentalmente las que se encuentran dentro de las zonas de sol y playa. Estos grandes destinos turísticos compiten entre sí para atraer al mayor número de turistas y, sobre todo, para captar un determinado tipo de viajero que realice un gasto diario más elevado. Entre éstos, nos encontramos con

dos destinos clásicos como son Andalucía y Algarve (Portugal), ambos en el sur de la Península Ibérica, y que, gracias a la pertenencia de los dos países a la Unión Europea, atraen un determinado tipo de turista bastante similar, sobre todo centrado en sol y playa y en golf.

Por ello es fundamental que en dichas áreas geográficas se estudie en profundidad la calidad del servicio que se presta, en especial aquel que se realiza utilizando capital humano, ya que, recordemos, este elemento es fundamental en la actividad turística, y más concretamente en las empresas hoteleras.

En este trabajo mostramos un estudio de cómo el capital humano que trabaja en los hoteles puede ser un factor diferencial muy importante en la competitividad que se da entre destinos turísticos, y concretamente nos centraremos en un análisis de las diferencias de género que se producen en dicha actividad. Para ello presentamos dos trabajos de campo realizados en estas áreas geográficas que tratan de mostrar la satisfacción laboral de estos trabajadores, señalando a su vez las similitudes y diferencias entre ambas regiones, tan sólo separadas por una frontera cada vez más difusa, y de modo especial cómo afecta al género femenino. Para ello, y tras esta introducción, realizamos en el apartado segundo una revisión de la evidencia científica en este campo; en el apartado tercero, una breve descripción de las áreas geográficas; en el apartado cuarto, la metodología utilizada, y, en el apartado quinto, los principales resultados de la investigación.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Desde la incorporación a la vida laboral de la mujer, los roles prefijados entre sexos en relación con el trabajo tratan de superarse y de difuminarse. Sin embargo, la interrelación entre la condición masculina o femenina y la satisfacción laboral experimentada está sujeta a ciertos condicionamientos socioculturales, lo que hace que las connotaciones entre la variable género y su influencia sobre la satisfacción en el trabajo hayan sido investigadas ampliamente por los científicos de diferentes campos del conocimiento.

De acuerdo con la literatura científica, las mujeres presentan un nivel superior de satisfacción laboral al de los varones, tratándose de explicar esta afirmación a través de distintos argumentos. Así, CLARK (1997) propone la posibilidad de que las mujeres tengan unas menores expectativas hacia su empleo y, por ello, su nivel de satisfacción general supere al de los hombres, cuyas expectativas hacia el trabajo son más exigentes y, por tanto, de más difícil cumplimiento. Algunos de los argumentos que se manejan para entender esas menores expectativas suscitadas entre las mujeres son, de forma resumida, los siguientes: primero, en las cohortes femeninas de edad superior, el ambiente más restrictivo en que se ha desarrollado su rol laboral ha supuesto que las expectativas sean inferiores a las que existen entre las mujeres más jóvenes (y, generalmente, más preparadas desde el punto de vista académico); segundo, las trabajadoras con menor nivel educativo o empleadas en categorías laborales más bajas abrigarán peores expectativas, y tercero, la alternativa de un trabajo

remunerado supone que las mujeres, contentas por encontrarse empleadas, esperen menos de su contexto laboral.

Asimismo, otros autores consideran la posible voluntariedad de la mujer a la hora de trabajar, hecho que en los varones no se traduce en tal posibilidad de decisión, o, incluso, las propias diferencias personales y de empleos entre ambos sexos. Otras explicaciones ofrecidas son la posible sobrerrepresentación de las mujeres con empleos a tiempo parcial en las muestras seleccionadas o la mayor facilidad de abandono del puesto si se encuentran insatisfechas con él, con lo que las muestras resultantes podrían encontrarse sesgadas en tanto que las trabajadoras que se mantienen en el empleo son también las que se sienten satisfechas.

El trabajo de SLOANE y WILLIAMS (2000) concluye que la satisfacción superior detectada entre las mujeres no está ocasionada por el resultado de una alta valoración de los atributos del trabajo, sino que representa una diferencia innata de género al considerar que las trabajadoras ponen menor énfasis en su retribución económica que los varones.

Sin embargo, existen evidencias sobre la inexistencia de relación entre sexo y satisfacción laboral cuando se controlan otras variables (WEAVER, 1977; FORGIONNE y PEETERS, 1982; LINZ, 2003, y CLARK 1997); a pesar de detectar niveles superiores de satisfacción entre las mujeres de forma general, no encuentra diferencias significativas entre varones y mujeres en ciertas circunstancias: personal joven, de niveles educativos superiores, en ocupaciones profesionales y en centros de trabajo donde la mayoría de la plantilla está formada por hombres. Considera que las mujeres en estos grupos presentan expectativas similares a las de sus compañeros, por lo que presentan similares niveles de satisfacción, mientras que las trabajadoras que no pertenecen a dichos grupos esperan menos y, así, su satisfacción supera a la de los varones. En realidad, no existe un razonamiento de peso que haga suponer que, ante un nivel educativo y tipo de empleo similares, así como las mismas oportunidades de promoción y de aplicación de las habilidades en el trabajo, se encuentren motivos que lleven a las mujeres a sentir un nivel de satisfacción distinto al de sus compañeros varones.

Otra investigación que analiza la paradoja género-satisfacción laboral desde una perspectiva supranacional es la de SOUSA-POZA y SOUSA-POZA (2000). En su estudio sobre el diferencial de satisfacción con el trabajo entre personas de ambos sexos de 21 países se detecta que los niveles superiores de satisfacción declarados por las trabajadoras parecen reducirse a los países anglosajones (Estados Unidos y Gran Bretaña). De hecho, en la mayoría de los restantes países, las mujeres se encuentran menos satisfechas que los varones, aunque la diferencia es estadísticamente poco significativa —salvo en España, donde alcanza el 11 por 100—. Esta conclusión coincide con las de KAISER (2002), cuyo trabajo demuestra que la satisfacción superior de las mujeres obtenida por CLARK (1997) para el caso británico no se repite en países como Dinamarca, Holanda o Portugal.

Por lo que respecta a las diferentes valoraciones que personas trabajadoras de distinto sexo realizan de las facetas del empleo, BASS y DUNTEMAN (1963) detecta-

ron una predisposición por parte de las mujeres hacia trabajos en grupo, por su capacitación hacia puestos en los que se ejerciten las relaciones interpersonales y tareas de liderazgo y donde se priorice el elemento humano sobre el técnico. Los varones tienden a valorar otros factores más relacionados con el contenido de la tarea tales como la promoción, el estatus y el prestigio por el éxito social que reporte.

MANHARDT (1972) trata de demostrar que la carrera profesional se encuentra más valorada por los hombres, lo que, según QUINN *et al.* (1974), se debe a una preferencia por parte de las mujeres por aquellos factores que permitan compatibilizar trabajo y vida familiar.

CUADRO-RESUMEN 1
ESTUDIOS SOBRE LA INFLUENCIA DEL GÉNERO
EN LA SATISFACCIÓN LABORAL

ESTUDIO	BASE DE DATOS/POBLACIÓN*	RESULTADO
CLARK (1997) SLOANE y WILLIAMS (2000) SANZ DE GALDEANO (2001)	BHPS 1991, Gran Bretaña SCELI 1986, 6 mercados, Gran Bretaña BHPS 1999, Gran Bretaña	Mayor satisfacción en mujeres
FORGIONNE y PETERS (1982) WARD y SLOANE (2000) LINZ (2003)	Población de mujeres directivas, EE.UU. Población de prof. universitario, Escocia 1.200 empleados de 36 organiz., Rusia	Inexistencia de relación entre género y satisfacción laboral
SOUSA-POZA y SOUSA-POZA (2000) KAISER (2002)	ISSP 1997, 21 países ECHPS 1994-97, 5 países	Relación dependiente de la nacionalidad del individuo

Nota: La denominación completa de las bases de datos y abreviaturas utilizadas es la siguiente: BHPS: British Household Panel Survey; ECHPS: European Community Household Panel Survey; ISSP: International Social Survey Program; SCELI: Social Change and Economic Life Initiative.

Fuente: *Elaboración propia.*

1. SATISFACCIÓN LABORAL Y GÉNERO EN LA ACTIVIDAD HOTELERA

Centrándonos en la relación entre satisfacción laboral y género dentro de la actividad hotelera, podemos encontrar diferentes investigaciones que hacen referencia a este tema. Así, el estudio de FRYE y MOUNT (2007) sobre establecimientos hoteleros no halla diferencias significativas de género en cuanto a la satisfacción

laboral global. Estudios que corroboran este resultado se pueden encontrar en JABULANI (2001), donde se presenta una investigación sobre 160 hoteles de 5 estrellas de Jamaica, o en SHINNAR (1998) y su estudio sobre 200 empleados de un casino-hotel estadounidense.

Respecto a las facetas relacionadas con el trabajo, PAVESIC y BRYMER (1990) detectaron significativas brechas salariales desfavorables para las mujeres empleadas en la industria hotelera. En este estudio, las mujeres se declaraban menos satisfechas respecto a su progreso laboral y, especialmente, mencionaron el bajo salario como fuente de insatisfacción con mayor asiduidad que los varones. Y es que, pese a la legislación desarrollada para la equidad salarial entre géneros en las últimas décadas, existe todavía una amplia distancia entre los salarios medios de mujeres y varones, que se acentúa en industrias como la hotelera (DOHERTY y STEAD, 1998).

En la investigación de SIMONS y ENZ (1995) no se detectaron diferencias de género en la valoración de diez factores de trabajo, por lo que estos autores no consideran necesaria una forma de motivación laboral distinta según el sexo de los empleados. JABULANI (2001) matiza esta afirmación indicando que, no obstante, cada hotel puede aplicar mejoras laborales relacionadas con el género (por ejemplo, en aspectos relacionados con la maternidad).

Por su parte, WONG *et al.* (1999) comprobaron en un estudio entre empleados en la industria hotelera de Hong Kong, sobre la valoración de los mismos diez factores mencionados en el párrafo anterior, cómo las mujeres muestran una preferencia más acentuada por el trabajo interesante, el deseo de implicación en él, las buenas condiciones de trabajo y el reconocimiento por una tarea bien hecha. Esto indica, según dichos autores, que el género juega un papel diferenciador en las percepciones de los empleados sobre los factores motivadores de su trabajo.

III. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA

Algarve es una región portuguesa situada en el extremo occidental de la Península Ibérica con una población de alrededor de 400.000 personas y una extensión de 5.000 km² (lo que representa aproximadamente el 5 por 100 del territorio y de la población de Portugal). El clima es atlántico, con bastantes horas de sol al año, lo que le permite un gran desarrollo del sector primario y la potenciación de una importante actividad turística centrada en el turismo de sol y playa, y de golf.

No obstante, presenta algunas debilidades, entre las que destacamos las infraestructuras (ferrocarril, transporte marítimo, etc.), el bajo nivel de cualificación de la mano de obra o la deficiente red energética regional, aunque en los últimos años se está realizando un incremento significativo del Gasto Público para limitar estas deficiencias. El salario mínimo interprofesional en Portugal fue en 2007 de 403 euros. Por su parte, el salario medio en Portugal en 2003 (último dato disponible) fue de 939 euros, y en la región de Algarve de 844 euros. En cuanto al número de pernотaciones y de turistas en esta región, en el cuadro 1 se recogen los datos estadísticos correspondientes al año 2005 (últimos datos disponibles).

CUADRO 1

NÚMERO DE TURISTAS Y PERNOCTACIONES EN PORTUGAL Y ALGARVE. AÑO 2006

	Pernoctaciones				Turistas			
	Total	Hoteles	Pensiones	Otros	Total	Hoteles	Pensiones	Otros
PORTUGAL	37.566.501	26.739.290	3.543.933	7.283.408	12.376.914	9.092.174	1.633.218	1.651.692
ALGARVE	14.163.774	8.209.472	347.495	5.606.907	2.783.336	1.748.650	129.410	905.376

Fuente: *Instituto Nacional de Estadística de Portugal (2008)*.

Del cuadro 1 se desprende que Algarve recibe al año alrededor del 25 por 100 de los turistas totales en Portugal, mientras que el nivel de pernoctaciones es del 38,89 por 100, cifra bastante significativa y que destaca la gran importancia que tiene la actividad turística en esta región del sur de Portugal. De hecho, esta región se caracteriza por ser uno de los grandes destinos del turismo nacional y de algunos países europeos, fundamentalmente de Gran Bretaña, Alemania y España. Así, en los últimos años ha existido un incremento muy significativo de turistas procedentes tanto de España, los cuales llegan utilizando generalmente su propio vehículo, como de otros países europeos como consecuencia de la implantación de diferentes compañías aéreas de bajo coste en el aeropuerto internacional de dicha región, ubicado en Faro.

En cuanto a Andalucía, también situada en el sur de la Península Ibérica, tiene en el turismo uno de sus grandes motores económicos, ya que junto al clásico destino de sol y playa, y cultural (sobre todo en sus ciudades Patrimonio de la Humanidad), está surgiendo en los últimos años una mayor diversificación de la oferta complementando la anterior con el turismo deportivo (destacando el golf), el rural o, incluso, el enoturismo. El número de visitantes en 2006 fue de más de 15,5 millones, mientras que el número de pernoctaciones ascendieron a 43,8 millones (cuadro 2). En cuanto a su lugar de procedencia, el 61,84 por 100 de los viajeros procede de España, mientras que el 38,16 por 100 llega del extranjero. En cuanto a las pernoctaciones, el 55,23 por 100 son de españoles y el 44,77 por 100 de extranjeros.

CUADRO 2

NÚMERO DE TURISTAS Y PERNOCTACIONES EN HOTELES Y PENSIONES DE ESPAÑA Y DE ANDALUCÍA. AÑO 2007

	Pernoctaciones			Turistas		
	Total	Hoteles	Pensiones	Total	Hoteles	Pensiones
España	271.689.481	247.145.308	24.544.173	84.423.433	74.856.974	9.566.459
Andalucía	44.677.643	40.888.746	3.788.897	16.131.613	14.320.765	1.810.848

Fuente: *Instituto Nacional de Estadística (2008)*.

IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para realizar esta investigación se han planteado dos estudios empíricos uni-sectoriales (hostelería —grupo 551 de la CNAE 93⁽¹⁾— en las zonas geográficas de Andalucía y Algarve. La población universo se centra en los trabajadores de los establecimientos hoteleros —de cualquier categoría— radicados en dichas zonas y el diseño de la muestra se ha efectuado utilizando un muestreo aleatorio simple basado en el número de hoteles de cada categoría y en sus plazas hoteleras. El trabajo de campo en Andalucía (datos en cuadro 3) se realizó entre octubre de 2006 y marzo de 2007⁽²⁾. Por su parte, el trabajo de campo en Algarve (datos en cuadro 4) se efectuó entre junio y octubre de 2007. La ficha técnica de la investigación se expone en el cuadro 5.

CUADRO 3

PLAZAS HOTELERAS Y PERSONAL. NÚMERO DE HOTELES Y TRABAJADORES ENCUESTADOS POR CATEGORÍA. ANDALUCÍA

Número de estrellas	Núm. de hoteles	Plazas hoteleras	Personal empleado	Núm. de hoteles encuestados	Personal encuestado
Una estrellas	242	9.002	803	19	87
Dos estrellas	417	19.685	2.128	37	186
Tres estrellas	436	60.489	7.269	45	590
Cuatro estrellas	355	112.758	16.819	55	1.090
Cinco estrellas	40	11.694	3.529	9	111
TOTAL	1.490	213.628	30.548	165	2.064

Fuente: *Elaboración propia según datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera.*

CUADRO 4

PLAZAS HOTELERAS Y PERSONAL. NÚMERO DE HOTELES Y TRABAJADORES ENCUESTADOS POR CATEGORÍA. ALGARVE

Número de estrellas	Núm. de hoteles	Plazas hoteleras	Personal empleado	Núm. de hoteles encuestados	Personal encuestado
Dos estrellas	13	2.358	350	1	13
Tres estrellas	57	12.569	2.402	9	189
Cuatro estrellas	72	26.730	5.010	11	216
Cinco estrellas	12	5.622	1.376	2	43
TOTAL	154	47.279	9.138	23	461

Fuente: *Elaboración propia en base a datos del Instituto Nacional de Estadística de Portugal. Dato julio 2006.*

(1) Clasificación Nacional de Actividades Económicas 1993. Consultado en: <<http://www.ine.es/clasifi/cnaeh.htm>>.

(2) Estos datos proceden de una investigación que contó con una subvención parcial de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía.

CUADRO 5

FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN

ZONA	ANDALUCÍA	ALGARVE
Universo	30.548 trabajadores en la actividad hotelera en Andalucía	9.138 trabajadores en la actividad hotelera en Algarve
Tamaño muestral	2.064 cuestionarios válidos	461 cuestionarios válidos
Nivel de confianza	95%	95%
Error muestral	3%	4,44%
Procedimiento de muestreo	Muestreo aleatorio simple	Muestreo aleatorio simple
Fecha del trabajo de campo	octubre 2006-marzo 2007	junio 2007-octubre 2007

Fuente: *Elaboración propia.*

El instrumento de medida aplicado ha consistido en un cuestionario estructurado y cerrado formado por cuatro bloques (SÁNCHEZ CAÑIZARES *et al.*, 2007):

- Bloque A. Datos del puesto de trabajo: tipo de contrato, dedicación, antigüedad, departamento, horas de trabajo semanal, turno, supervisores y salario.
- Bloque B. Satisfacción con el empleo: motivo de dedicarse a la actividad; aspectos más y menos ventajosos del trabajo; satisfacción con el trabajo de forma global; grado de satisfacción con 14 facetas del empleo y la organización medido en una escala de Likert de 5 puntos (1-totalmente insatisfecho, 5-totalmente satisfecho). Las facetas seleccionadas se han basado en el cuestionario específico para hoteles de SHINNAR (1998), quedando confirmadas la consistencia interna y fiabilidad de la escala por un coeficiente alpha de Cronbach de 0,9034 para este estudio.
- Bloque C. Compromiso organizacional: Este bloque se ha basado en el *Organizational Commitment Questionnaire* (OCQ) de PORTER y SMITH (1970) original de 15 ítems en los que el encuestado ha de indicar su grado de acuerdo o desacuerdo en una escala de Likert de cinco puntos (1-totalmente en desacuerdo a 5-totalmente de acuerdo).
- Bloque D. Datos sociológicos del encuestado/a.

Los datos han sido objeto de un análisis estadístico descriptivo, tanto univariante como bivariante. Igualmente se efectúa el cálculo del estadístico chi-cuadrado para el contraste de independencia/asociación entre variables cuando ha sido procedente.

V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

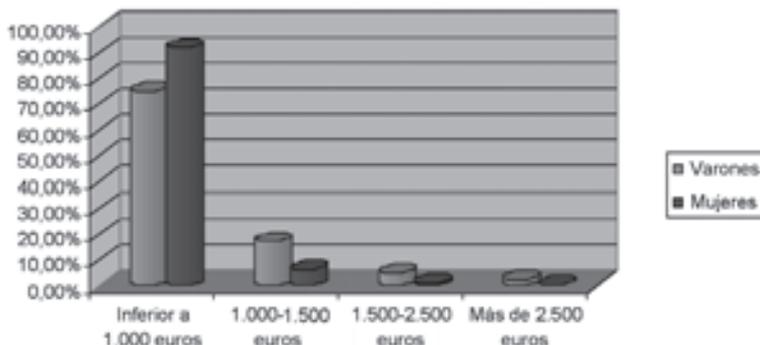
1. CARACTERÍSTICAS GENERALES

1.1. Región de Algarve

La distribución por sexo obtenida en la muestra de Algarve presenta una proporción superior de mujeres, al contrario de lo sucedido para el caso de Andalucía, donde los porcentajes son equiparables, aunque ligeramente más altos para los trabajadores varones.

Analizando la situación laboral por sexo, puede apreciarse que las condiciones son apreciablemente más desfavorables para las mujeres. Así, el gráfico 1 presenta el desglose de salario para ambos sexos. Se desprende de este estudio que las mujeres obtienen un salario muy inferior a sus compañeros. Así, un 92,1 por 100 de las trabajadoras ganan menos de 1.000 euros mensuales, frente a un 75,2 por 100 de los hombres que se encuentran en la misma situación. En cuanto a los salarios más altos, un 7,5 por 100 de los varones obtienen salarios superiores a 1.500 euros, frente a sólo el 1,5 por 100 de las mujeres. De hecho, salario y sexo son variables relacionadas estadísticamente (coeficiente $\chi^2 = 25,51$ significativo al 99 por 100).

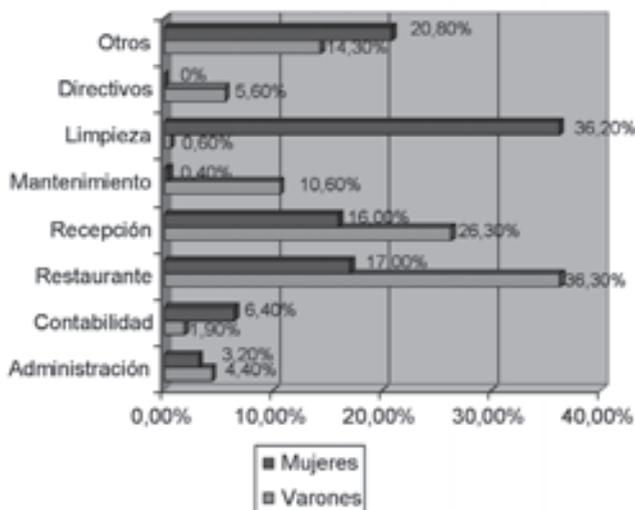
GRÁFICO 1
PORCENTAJES DE SALARIO POR SEXO ALGARVE



Fuente: *Elaboración propia.*

En este sentido, también el departamento al que se pertenece presenta asociación con el sexo del empleado, como se desprende del contraste chi-cuadrado (coeficiente $\chi^2 = 132,98$ significativo al 99 por 100). En el gráfico 2 destaca la circunstancia de que la mayor proporción de trabajadoras se localiza en el departamento de limpieza (36,2 por 100), donde es prácticamente inexistente la presencia masculina (0,6 por 100). En cambio, los puestos directivos, según la muestra utilizada, exclusivamente pertenecen a empleados varones (5,6 por 100 frente a 0 por 100 de mujeres). En los departamentos de administración y recepción, donde también se realizan trabajos para los que se exige un mayor nivel de cualificación, se encuentran igualmente porcentajes superiores de varones.

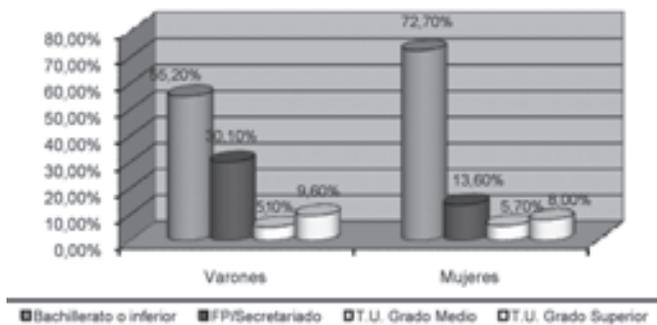
GRÁFICO 2
PORCENTAJES DE EMPLEADOS POR DEPARTAMENTOS. ALGARVE



Fuente: *Elaboración propia.*

Asimismo, existe una relación de dependencia entre sexo y nivel académico (coeficiente $\chi^2 = 19,219$ significativo al 99 por 100). Por ello, y como se expone en el gráfico 3, casi tres de cada cuatro empleadas tiene estudios de bachillerato o inferior, en detrimento de la Formación Profesional o estudios de Secretariado, donde la proporción de varones es muy superior. En los niveles universitarios los porcentajes de varones y mujeres se asemejan, pese a que, aunando la titulación media y superior, la proporción es ligeramente desfavorable para las trabajadoras (14,7 por 100 titulados varones frente a 13,7 por 100 de mujeres) (gráfico 3).

GRÁFICO 3
NIVEL ACADÉMICO POR SEXO. ALGARVE



Fuente: *Elaboración propia.*

Sin embargo, no se detecta asociación entre el tipo de contrato y el sexo del empleado (coeficiente $\chi^2 = 1,603$ no significativo) pese a que en los datos que se muestran en el cuadro 6 se establece una ligera diferencia desfavorable para las mujeres en cuanto a porcentaje de contratos fijos.

CUADRO 6
TIPO DE CONTRATO POR SEXO. ALGARVE

TIPO DE CONTRATO	SEXO	
	Varón	Mujer
Contrato fijo	78,3%	72,7%
Contrato eventual	21,7%	27,3%

Fuente: *Elaboración propia.*

1.2. Comunidad Autónoma de Andalucía

Centrándonos en la investigación realizada en los trabajadores empleados en los hoteles ubicados en Andalucía, y utilizando correlaciones bivariadas, se puede observar que la variable salario está relacionada con la variable sexo, y que los salarios son más bajos en el colectivo de mujeres, a semejanza de lo que ocurre en Algarve. Esta afirmación la corrobora el estadístico $\chi^2 = 166,46$ (significativo al 5 por 100), que nos afirma que ambas variables están relacionadas, dado su elevado valor y significación estadística.

En el cuadro 7 se puede observar que en el intervalo más bajo de salario existe un mayor porcentaje de mujeres (58,4 por 100) que de hombres (41,6 por 100) y, a medida que el salario mensual es más elevado (salario superior a 2.500 euros), la representación de la mujer se hace prácticamente nula.

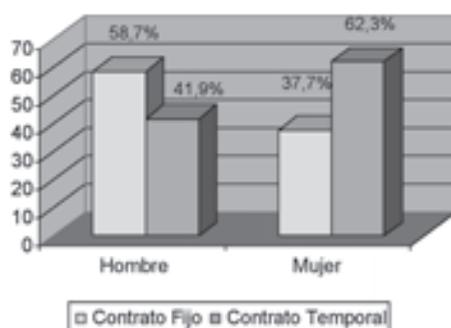
CUADRO 7
SALARIO POR SEXO. ANDALUCÍA

Salario	Hombre	Mujer
Menos de 1.000 euros	549 (41,6%)	770 (58,4%)
Entre 1.000-1.500 euros	356 (65,1%)	191 (34,9%)
Entre 1.500-2.500 euros	77 (85,5%)	13 (14,5%)
Más 2.500 euros	35 (100,0%)	0 (0%)

Fuente: *Elaboración propia.*

De acuerdo con el tipo de contrato, nos encontramos con que el 51,94 por 100 de los encuestados tiene un contrato eventual, frente al 48,06 por 100 que lo tiene indefinido. No obstante, un aspecto negativo es que su distribución no es igualitaria entre ambos sexos, estando relacionada la variable sexo con el tipo de contrato ($\chi^2 = 81,03$ significativo al 5 por 100), siendo los contratos temporales en el colectivo de mujeres 21 puntos porcentuales superiores al de los varones (62,3 por 100 frente al 41,9 por 100), y teniendo, por tanto, los varones un empleo más estable (58,7 por 100 frente al 37,7 por 100 de las mujeres) (gráfico 4).

GRÁFICO 4
TIPO DE CONTRATO SEGÚN SEXO. ANDALUCÍA



Fuente: *Elaboración propia.*

2. MOTIVOS PARA LA ELECCIÓN DE LA ACTIVIDAD

En relación con la pregunta de por qué se ha elegido esta actividad, los principales resultados obtenidos en Andalucía y Algarve, y diferenciados por sexos, se muestran en el cuadro 8.

CUADRO 8
MOTIVO DE LA ELECCIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL. ANDALUCÍA Y ALGARVE

Variable	Resultado Andalucía		Resultado Algarve	
	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres
Me gusta	75,1%	67,7%	71,8%	69,2%
No he encontrado trabajo mejor	9,8%	18,9%	9,2%	14,3%
Seguridad del empleo	6,4%	3,7%	5,5%	9,4%
Otros	3,4%	5,0%	9,2%	3,9%
NS/NC	5,3%	4,7%	4,3%	3,2%

Fuente: *Elaboración propia.*

En dicho cuadro puede apreciarse que la mayoría de los trabajadores (hombres y mujeres) de las dos áreas geográficas analizadas indican que su elección viene determinada porque les gusta este tipo de trabajo, aunque hemos de destacar que dicha apreciación es mayor entre los varones que entre las mujeres, resaltando, en sentido opuesto, el que casi una de cada cinco trabajadoras encuestadas en Andalucía mencione que trabaja en la actividad hotelera porque no ha encontrado ningún tipo de trabajo mejor.

3. VENTAJAS DEL TRABAJO

Por lo que respecta a las ventajas del trabajo que señalan los encuestados en Andalucía y Algarve, los principales resultados se muestran en el cuadro 9.

CUADRO 9

VENTAJAS DEL TRABAJO. ANDALUCÍA Y ALGARVE

Variable	Resultado Andalucía		Resultado Algarve	
	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres
Interés por la tarea	17,00%	24,53%	35,80%	27,77%
Relación con compañeros	23,97%	25,90%	12,50%	14,80%
Autonomía, libertad	10,67%	9,43%	8,97%	10,80%
Horario, turno compatible	4,27%	6,50%	6,50%	6,73%
Vacaciones	15,30%	14,13%	5,53%	5,67%
Sueldo	3,67%	2,42%	5,30%	3,93%
Prestigio social	4,63%	0,26%	4,93%	1,83%
Relación con supervisores	2,47%	2,36%	4,30%	2,20%
Otras	3,29%	1,27%	1,10%	0,90%
NS/NC	14,73%	13,20%	15,07%	25,37%

Fuente: *Elaboración propia.*

Puede observarse que las mujeres en Andalucía valoran muy positivamente, sobre todo, la relación con sus compañeros, mientras que las empleadas lusitanas indican como principal ventaja de su trabajo el interés de su tarea. Es interesante señalar que estas mismas razones, y en sentido inverso, son valoradas en segundo término por parte de ambos grupos encuestados.

4. INCONVENIENTES DEL TRABAJO

En relación con las desventajas del trabajo, los principales resultados se muestran en el cuadro 10.

CUADRO 10

INCONVENIENTES DEL TRABAJO EN LA ACTIVIDAD LABORAL. ANDALUCÍA Y ALGARVE

Variable	Resultado Andalucía		Resultado Algarve	
	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres
Sueldo	40,60%	47,23%	38,23%	37,77%
Horario, turnos	28,57%	27,04%	15,93%	13,37%
Falta de recursos	1,27%	0,37%	7,17%	5,77%
Falta de prestigio	6,03%	5,00%	6,57%	6,10%
Falta de autonomía	1,23%	3,13%	2,93%	1,37%
Relación con compañeros	1,77%	0,37%	0,83%	2,10%
Falta de interés, rutina	2,06%	0,43%	1,40%	1,73%
Relación con supervisores	0,00%	0,33%	0,60%	1,63%
Otras	1,80%	1,90%	5,54%	1,03%
NS/NC	16,67%	14,20%	20,80%	29,13%

Fuente: *Elaboración propia.*

Se aprecia que el principal inconveniente del trabajo manifestado por todos los grupos encuestados es el sueldo, aspecto negativo citado en primer lugar en prácticamente todos los estudios sobre satisfacción laboral. Más allá de este inconveniente, en cierto modo esperado, las mujeres en Andalucía ahondan en su preocupación en cuanto a los horarios y, sobre todo, la existencia de turnos de carácter rotatorio, los cuales les impiden, con demasiada frecuencia, conciliar su vida profesional y personal. Entre las mujeres encuestadas, a semejanza de lo que sucede también con los hombres, en Algarve destaca la respuesta «no sabe/no contesta». En nuestra opinión, esta circunstancia puede deberse a la poca seguridad que tenían los encuestados en cuanto a la confidencialidad de sus respuestas. No obstante, en algunas de las encuestas en las que aparecía esta opción los propios encuestados manifestaban que, con independencia del bajo sueldo, no encontraban ningún inconveniente más a su trabajo.

5. VALORACIÓN DE LAS FACETAS DEL TRABAJO

El cuadro 11 muestra la valoración media en una escala de Likert de cinco puntos (1-muy insatisfecho, 5-muy satisfecho) de distintas facetas relacionadas con el trabajo hotelero.

CUADRO 11

VALORACIÓN DE LAS FACETAS DEL TRABAJO. ANDALUCÍA Y ALGARVE

Variable	Resultado Andalucía		Resultado Algarve	
	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres
Relación compañeros	4,40	4,24	4,20	3,92
Utilidad labor	4,21	3,79	4,02	3,88
Relación supervisores	4,00	3,87	3,95	3,68
Actividad en sí	3,88	3,57	3,78	3,68
Autonomía	3,86	3,60	3,67	3,49
Organización del hotel	3,77	3,61	3,51	3,23
Desarrollo profesional	3,61	3,16	3,47	3,20
Condiciones materiales	3,78	3,64	3,37	3,12
Asistencia sanitaria	3,77	3,59	3,51	3,03
Reconocimiento recibido	3,60	3,34	3,15	3,08
Formación recibida	3,05	3,16	3,11	2,87
Prestigio de la profesión	3,24	2,91	2,99	2,86
Posibilidades de ascenso	3,10	2,96	2,90	2,61
Remuneración	2,38	2,18	2,21	2,25

Fuente: *Elaboración propia.*

Destaca de forma significativa el resultado obtenido para la relación con los compañeros, aunque de forma más apreciable entre las respuestas dadas por las mujeres andaluzas. Asimismo, también se valora positivamente la utilidad de la labor que se realiza en la empresa.

En el lado negativo, se valora la remuneración económica procedente del trabajo realizado (respuesta, como hemos señalado anteriormente, en cierta medida esperada). En nuestro estudio se refrenda, para los trabajadores de Andalucía, la afirmación de SLOANE y WILLIAMS (2000), que consideran que el salario es la faceta más importante para los hombres, mientras que dicha afirmación no se produce en Algarve, quizá debido a la diferencia más importante de salario entre géneros que existe en dicha región portuguesa.

Junto con esta faceta del trabajo, las mujeres andaluzas valoran negativamente tanto el prestigio de la profesión como las posibilidades de ascenso, mientras que sus colegas lusitanas indican también estas dos facetas pero en orden inverso.

6. SATISFACCIÓN GENERAL CON EL TRABAJO

De forma resumida, en el cuadro 12 se muestra una comparación de la satisfacción general con el trabajo en ambas regiones objeto de la investigación.

CUADRO 12

COMPARACIÓN SATISFACCIÓN GENERAL CON EL TRABAJO. ANDALUCÍA Y ALGARVE

Variable	Resultado Andalucía		Resultado Algarve	
	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres
Muy satisfecho	14,4%	18,7%	13,5%	7,2%
Satisfecho	52,7%	26,4%	37,2%	34,7%
Indiferente	26,6%	45,7%	36,5%	43,7%
Insatisfecho	3,1%	4,9%	10,9%	11,4%
Muy insatisfecho	3,2%	4,3%	1,9%	3,00%

Fuente: *Elaboración propia.*

En relación con la satisfacción global en el trabajo en la encuesta realizada a los trabajadores de los hoteles de Algarve, el nivel medio de satisfacción, considerándolo de forma global, se sitúa en 3,39 puntos sobre una escala de Likert de cinco puntos, donde 5 representa la mayor satisfacción. La relación de la satisfacción general con el trabajo y el sexo del empleado muestra porcentajes de varones satisfechos o muy satisfechos que superan en cierta medida a los de las mujeres. No obstante, el contraste chi-cuadrado no detecta asociación entre satisfacción y sexo (coeficiente $\chi^2 = 5,895$ no significativo).

Si nos centramos en la encuesta realizada en las empresas hoteleras de Andalucía, se detecta una dependencia evidente entre el nivel de satisfacción general y el género del empleado (estadístico $\chi^2 = 145,83$ significativo al 5 por 100, con un estadístico de contingencia de 0,44). En concreto, los varones se manifiestan más satisfechos con su trabajo que las mujeres; así, un 67,1 por 100 de las respuestas masculinas se sitúan en las opciones 4 y 5 (un 52,7 por 100 algo satisfecho y un 14,4 por 100 muy satisfecho). Sin embargo, la mayor frecuencia de respuesta para las mujeres se focaliza en el punto 3 de indiferencia, con un 45,7 por 100 señalando esta calificación, mientras que alrededor de un 45 por 100 se declaran algo (26,4 por 100) o muy satisfechas (18,6 por 100). Estos resultados son inversos al estudio realizado por LAM *et al.* (2001) para los hoteles de Hong Kong, donde se concluía que las mujeres estaban más satisfechas que los varones.

Este aspecto se puede relacionar con el tipo de tarea desarrollada mayoritariamente por las mujeres, cuya presencia es muy superior en departamentos como el de limpieza, frente a su escaso porcentaje en puestos directivos. Esto provoca, igualmente, que el nivel salarial de las trabajadoras se encuentre sensiblemente por debajo del nivel medio de sus compañeros, lo que, en definitiva, origina una menor satisfacción con el salario, tal y como se comenta en el epígrafe sobre la satisfacción por facetas del trabajo, y, por consiguiente, incide negativamente sobre la satisfacción general de las empleadas.

VI. CONCLUSIONES

La satisfacción laboral de los trabajadores se ha convertido en uno de los elementos clave en el desarrollo de las organizaciones modernas, ya que está suficientemente documentado que un empleado satisfecho tiene una mayor productividad que uno que no lo esté. Asimismo, en la implementación de políticas de personal también es necesario tener en cuenta las diferencias que surgen entre los dos géneros.

En este trabajo hemos presentado un estudio sobre la satisfacción laboral de los empleados de hoteles ubicados en dos zonas geográficas, Algarve y Andalucía, y enfocado a comprender tanto la satisfacción de los propios trabajadores como, de forma individualizada, la que hace referencia al género femenino. Una primera conclusión es que las condiciones salariales de las mujeres en ambas zonas geográficas son manifiestamente peores que las de los hombres, quizá en gran parte debido al diferente rol que ocupa cada sexo en la estructura de la empresa hotelera.

Junto con la diferencia salarial, otro de los resultados clave de este estudio es que las mujeres, sobre todo las andaluzas, ven como un gran inconveniente de su labor profesional los horarios de trabajo y, sobre todo, los turnos rotatorios, ya que ello les limita su posibilidad de conciliar la vida profesional y personal. En nuestra opinión, esta conclusión debería ser objeto de reflexión por parte de los gestores de recursos humanos de las empresas hoteleras de Andalucía.

Y finalmente consideramos conveniente concluir señalando que las mujeres que trabajan en hoteles radicados en Andalucía están satisfechas o muy satisfechas con su trabajo en un porcentaje del 45,1 por 100 (los hombres, 67,1 por 100), mientras que en Algarve las mujeres encuestadas lo estarían en un 41,9 por 100 (los hombres, 50,7 por 100), dato que a buen seguro refuerza el porqué de que ambas zonas geográficas mantengan una posición líder en cuanto a destinos turísticos mundiales.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- BASS, B.M. y DUNTEMAN, G. (1963): «Behaviour in groups as a function of self, interaction and task organization», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, núm. 66, pp. 419-428.
- CLARK, A.E. (1997): «Job satisfaction and gender: why are women so happy at work?», *Labour Economics*, vol. 4, pp. 341-418.
- FORGIONNE, G.A. y PETERS, V.E. (1982): «Differences in job motivation and satisfaction among female and male managers», *Human Relations*, vol. 35, núm. 2, pp. 101-118.
- FRYE, W.D. y MOUNT, D.J. (2007): «An examination of job satisfaction of general managers based on hotel size and service type», *Journal of human resources in hospitality and tourism*, vol. 6, núm. 2, pp. 109-134.
- Instituto Nacional de Estadística de Portugal (2007): *Estatísticas do Turismo*, Lisboa.
- Instituto Nacional de Estadística (2008): *Encuesta de Ocupación Hotelera*, Madrid.

- JABULANI, N. (2001): *An examination of customer service employee's self-efficacy, job satisfaction, demographic factors, and customer perception of hotel service quality delivery in Jamaica*, Florida, DBA Nova South-Eastern University.
- KAISER, L. (2002): «Job satisfaction: a comparison of standard, non-standard, and self-employment patterns across Europe with a special note to the gender/job satisfaction paradox», *EPAG, Working Paper 27*.
- LAM, T.; ZHANG, H. y BAUM, T. (2001): «An investigation of employees' job satisfaction: the case of hotels in Hong Kong», *Tourism Management*, núm. 22, pp. 157-165.
- LINZ, S.J. (2003): «Job satisfaction among Russian workers», *Journal of Manpower*, vol. 24, núm. 6, pp. 626-645.
- MANHARDT, P.J. (1972): «Job orientation of male and female college graduates in business», *Personnel Psychology*, núm. 25, pp. 361-368.
- PAVESIC, D.V. y BRYMER, R.A. (1990): «Job satisfaction: what's happening to the young managers?», *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, núm. 30, pp. 90-96.
- PORTER, L.W. y SMITH, F.J. (1970): «The etiology of organizational commitment», *Unpublished paper*, University of California.
- QUINN, R.; STAINES, G.L. y MCCULOUGH, M.R. (1974): *Job satisfaction: is there a trend?*. Washington, U.S. Department of Labour.
- SÁNCHEZ CAÑIZARES, S.; LÓPEZ-GUZMÁN GUZMÁN, T.J., y MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, G. (2007): «La satisfacción laboral en los establecimientos hoteleros. Análisis empírico en la provincia de Córdoba», *Cuadernos de Turismo*, núm. 20, pp. 223-249.
- SANZ DE GALDEANO, A. (2001): *gender differences in job satisfaction and labour market participation: UK evidence form propensity score*, Presentado en 13th EALE Annual Conference, 13-16 de septiembre, Jyväskylä, Finlandia.
- SHINNAR, R.S. (1998): *The relationship between employee benefit satisfaction and organizational commitment*, Las Vegas, University of Nevada.
- SLOANE, P. y WILLIAMS, H. (2000): «Job satisfaction, comparison earnings and gender», *Labour*, vol. 14, pp. 473-502.
- SOUSA-POUZA, A. y SOUSA-POUZA, A.A. (2000): «Taking another look at the gender/job satisfaction paradox», *Kiklos*, vol. 53, pp. 135-152.
- WARD, M.E. y SLOANE, P.J. (2000): «Non-pecuniary advantages versus pecuniary disadvantages: job satisfaction among male and female academics in scottish universities», *Scottish Journal of Political Economy*, vol. 47, núm. 3, pp. 273-303.
- WEAVER, C.N. (1997): «Relationships among pay, race, sex, occupational prestige, supervision, work autonomy and job satisfaction in a national sample», *Personnel Psychology*, vol. 30, pp. 437-445.
- WONG, S.; SIU, V. y TSANG, N. (1999): «The impact of demographic factors on Hong Kong hotel employees' choice of job related motivators», *Contemporary Hospitality Management*, vol. 11, núm. 5, pp. 230-244.