



CAPITULO III

En el presente capítulo se explicará la metodología de investigación aplicada a este proyecto. Se describirá el tipo de investigación, a el sujeto de estudio, la muestra, el instrumento utilizado para la recopilación de los datos, así como los métodos para el análisis de éstos.

3.1 Tipo de Investigación

Las investigaciones pueden clasificarse, de acuerdo a su diseño, recolección de datos, muestreo y otros componentes del proceso de investigación que se utilicen, en los siguientes tipos (Danckhe citado por Hernández, Fernández y Baptista, 1998):

- exploratorio
- descriptivo
- correlacionales
- explicativos



La investigación realizada en este estudio es de tipo exploratoria la cual tiene como objetivo examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. También sirve para obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área (...), esta clase de estudios son comunes en la investigación del comportamiento, sobre todo en situaciones donde hay poca información (Hernández S., Fernández C., Baptista L., 1998).

3.2 Sujeto de estudio y muestra

El presente proyecto se llevó a cabo en el Hotel Fiesta Americana de la ciudad de Puebla, ubicado en Boulevard Atlixcáyotl km 5.7 Fraccionamiento La Vista. El estudio se aplicó a todos los empleados del hotel, comenzando por los puestos administrativos seguidos por los operativos.



3.2.1 Cultura Organizacional

Es el conjunto de valores, creencias y entendimientos importantes que los integrantes de una organización tienen en común, en el caso del Hotel Fiesta Americana - Puebla su cultura organizacional es la siguiente:

MISIÓN. Esta empresa maneja tres enfoques:

1. Como empresa de servicios turísticos: “Ser la segunda casa de nuestros huéspedes”.
2. Como negocio: “Generar ganancias, a través de una excepcional comercialización y un manejo administrativo eficiente y productivo”.
3. Como organización: “Buscar el bienestar de quienes hacen posible que las cosas marchen dentro de la compañía, mejorando su calidad de vida, elevar su moral y proporcionarles caminos de desarrollo”.

VISION

“Ser la mejor empresa turística de Latinoamérica”

Para lograrlo debemos:

1. Dar un mejor servicio y pensar siempre en nuestros clientes.
2. Desarrollar verdaderas ventajas que nos permitan ser mejores y ganar en la competencia diaria.
3. Valorar la información y el conocimiento.
4. Hacer que nuestros hoteles sean buenos negocios y continuar creciendo.



VALORES

Figura 2. Valores Hotel Fiesta Americana - Puebla



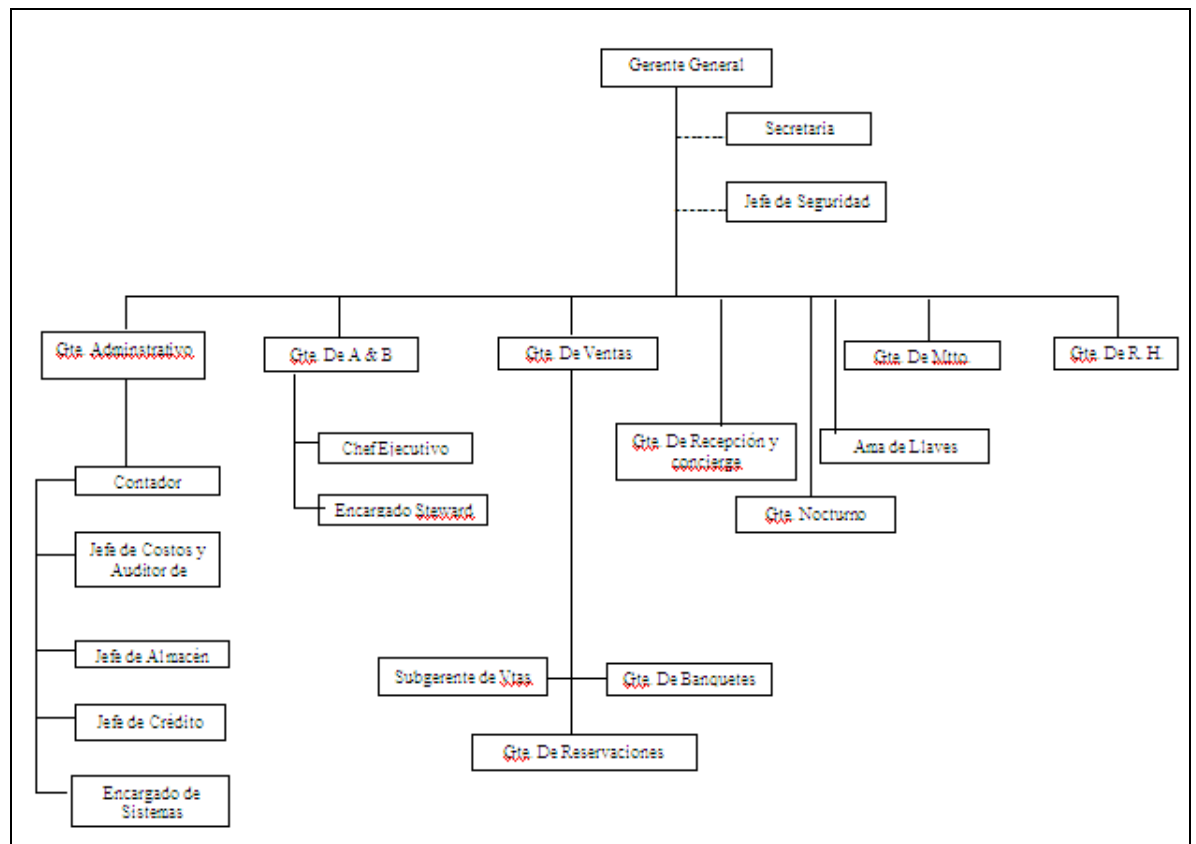
Fuente: Gerencia de Recursos Humanos del Hotel Fiesta Americana – Puebla

Lo anterior significa que las acciones que se lleven a cabo en el hotel por parte de todos y cada uno de los empleados; sin importar el nivel jerárquico en el que se encuentren, deben considerar siempre la comunicación, experiencia, conocimiento y llevarse a cabo en una sana discusión, ser claras; para así



obtener resultados en los que sobresalgan la integridad, ética y honradez de la persona. Todo esto en un ambiente de trabajo que promueva el respeto, buen humor y alegría, siempre siendo congruente con la misión y filosofía de la empresa.

ORGANIGRAMA





3.3 Instrumentos de Medición

Para la obtención de datos se realizó una encuesta, la cual según Sierra Bravo es “ la obtención de datos de interés sociológico mediante la interrogación a los miembros de la sociedad”. Los rasgos que caracterizan a una encuesta son los siguientes:

1. Consiste en la observación no directa de los hechos, sino a través de las manifestaciones realizadas por los propios interesados.
2. Es un método de obtención de datos preparado especialmente para la investigación sociológica.
3. Permite una aplicación masiva facultando además para la obtención de informaciones sobre un amplio abanico de cuestiones a la vez.

El instrumento básico de la observación por encuesta es el cuestionario el cual es: un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente sobre los hechos y aspectos que interesan a una investigación para su contestación por la población o su muestra a que se extiende el estudio emprendido (Sierra Bravo, 2001).



En este estudio se aplicaron dos tipos de cuestionario:

1. Cuestionario Simple. Es aquel que los encuestados, previa su lectura, contestan por escrito, sin intervención directa de persona alguna de las que colaboran en la investigación.
2. Escala Sociométrica. Son una forma especial de cuestionario caracterizada porque las preguntas o las diferentes contestaciones a éstas tienen atribuido un valor numérico, lo que permite cifrar cuantitativamente y en cierto modo medir el nivel que alcanza en cada caso la actitud o aspecto investigado.

El cuestionario que se aplicó, se obtuvo del libro *La Inteligencia Emocional aplicada al liderazgo y a las organizaciones* (K. Cooper Robert y Sawaf, Ayman, 1997), este cuestionario se elaboró con la ayuda de la firma de medición e investigación corporativa, Essi Systems, Inc; de San Francisco, EU; basándose en normas nacionales estadísticamente confiables. Para la fecha de su publicación este cuestionario ya había sido aplicado a millares de ejecutivos, gerentes y profesionales en más de cien organizaciones de servicios, tecnología e industria de Estados Unidos y Canadá.



Consta de veintiún escalas divididas en cinco áreas: ambiente actual, conocimiento, competencias, valores y creencias, resultados (Ver Anexo A). Para la aplicación del cuestionario para empleados se tomó la decisión de considerar únicamente cinco escalas basándose en la opinión de la Dra. Esperanza López y el Mtro. Javier Amezcua, ambos psicólogos profesores de tiempo completo de la Universidad de las Américas Puebla, quienes sugirieron que estas escalas eran las que reflejaban los elementos principales de la Inteligencia Emocional. Para el cuestionario de los gerentes, se eliminaron siete de las veintiún escalas, las cuales mostraban aspectos que en opinión de la Lic. Karina Meneses, Gerente del Recursos Humanos del Hotel Fiesta Americana Puebla, ya se mencionaban en otras escalas y para la empresa no eran de gran interés.

Sierra Bravo (2001) menciona que el cuestionario cumple una función de enlace entre los objetivos de la investigación y la realidad de la población observada. La información obtenida de éstos generalmente se refiere a lo que las personas encuestadas son, hacen, opinan, piensan, sienten, esperan, quieren, aprueban o desaprueban o a los motivos de sus actos, opiniones y actitudes.



Para este proyecto, en el instrumento número uno, el cuestionario simple, se realizaron dos tipos de preguntas dirigidas a los gerentes, la primera consistió en una pregunta cerrada, en la que se da opción a dos respuestas, la afirmativa o la negativa; con ésta se pretende saber si ellos han escuchado el tema de Inteligencia Emocional; la segunda y tercera fueron dos preguntas abiertas las cuales no establecen previamente ningún tipo de respuesta, dejando ésta, por tanto, al libre albedrío del encuestado (Sierra Bravo, 2001), Schuman y Presser citados por Sierra Bravo (2001), mencionan que las preguntas abiertas son esenciales para conocer el marco de referencia del encuestado, éstas nos darán como resultado el conocimiento de IE que tengan los gerentes, así como, el concepto que ellos manejan sobre la misma.

En el instrumento número dos, escala sociométrica; donde sociometría según Levy Moreno, citado por Sierra Bravo (2001) es la ciencia que mide las relaciones interpersonales. La sociometría mide las relaciones referidas concretamente a una situación de elección.



- Para este proyecto el grupo social se entiende como el conjunto de empleados que laboran en el hotel y que se conocen y relacionan entre sí.
- Cada persona del hotel recibe el nombre de átomo social y la relación social que los une es una relación recíproca pues cada sujeto es emisor y receptor de dicha relación.
- Se encuentran dos tipos de relaciones: horizontales, que son las que se dan en el mismo nivel jerárquico, en este caso entre las personas que ocupan puestos gerenciales; y las verticales que son las que se dan entre niveles jerárquicos superiores e inferiores que en este caso son las relaciones entre las personas mencionadas anteriormente y sus subordinados.

Este segundo cuestionario (Ver Anexo B), se aplicará tanto a las personas que ocupan puestos gerenciales como a sus subordinados. Para los primeros, la encuesta no tomará más de 30 minutos en ser contestada y consta de 158 preguntas y/o afirmaciones a través de las cuales se pretende identificar las habilidades emocionales de los gerentes. Estas afirmaciones están divididas en trece escalas cada una con diferente número de preguntas.



Escala 1: Sucesos de la vida – Preguntas 18

Escala 2: Presiones de trabajo – Preguntas 17

Escala 3: Presiones personales – Preguntas 14

Escala 4: Conciencia emocional de sí mismo – Preguntas 12

Escala 5: Expresión emocional – Preguntas 9

Escala 6: Conciencia emocional de otros – Preguntas 13

Escala 7: Intención – Preguntas 14

Escala 8: Creatividad – Preguntas 10

Escala 9: Descontento constructivo – Preguntas 13

Escala 10: Compasión – Preguntas 12

Escala 11: Integridad – Preguntas 9

Escala 12: Calidad de vida – Preguntas 11

Escala 13 Óptimo rendimiento – Preguntas 7



Para los subordinados se aplicaron cinco escalas de las 13 anteriormente mencionadas, éstas son las número cuatro, cinco, seis, nueve y 13; cambiando el planteamiento de las preguntas de manera que el empleado pueda evaluar a su jefe en las mismas situaciones en las que anteriormente éste se evaluó así mismo (Ver Anexo C); para poder así determinar la diferencia entre ambas evaluaciones. Estas escalas se eligieron debido a que los aspectos que se manejan en ellas como los son: conciencia emocional de sí mismo, expresión emocional, conciencia emocional de otros, descontento constructivo y óptimo rendimiento son básicos para poder hablar de una Inteligencia Emocional.

3.4 Procedimiento

La recolección de los datos se llevó a cabo durante el mes de febrero del presente año de la siguiente manera:

Febrero 3: Se realizó una visita a las 9:00 am a la Lic. Karina Meneses, Gerente de Recursos Humanos del Hotel Fiesta Americana – Puebla. Se le hizo entrega de las dos encuestas dirigidas a los puestos directivos, la primera de ellas (instrumento número 1) se aplicó a las personas que ocupan puestos gerenciales en la junta del Comité Ejecutivo a realizarse este mismo día a las 17:00 hrs; así



mismo, se hizo entrega del segundo cuestionario (escala sociométrica), misma que se recolectó el día martes 10 de febrero fecha de la próxima Junta del Comité

La tercera encuesta dirigida a los empleados se aplicó según el calendario de juntas departamentales del mismo mes, quedando de la siguiente manera:

Figura 3. Calendario de Juntas Departamentales

	De 15:30 a 16:30	De 17:00 a 18:00	Total de cuestionarios aplicados
Martes 10	Banquetes (1)	Room Service y Servibar (8)	9
Miércoles 11	Recepción y Concierge (15)	Ama de llaves y Lavandería (13)	28
Jueves 12	Cajeros (2)	Cocina y Steward (11)	13
Viernes 13	Restaurante Vitrales (17)	Mantenimiento (20)	37
Sábado 14	Fiesta Rewards, Eventos, Grupos y GG (6)	De 12:00 a 13:00	6
		GRAN TOTAL	93

Las juntas se realizaron en la sala de capacitación del hotel.



3.5 Métodos de Análisis

Los métodos utilizados para el análisis de datos fueron de correlación, factorial y Prueba de tablas de contingencia (*Chi cuadrada*).

3.5.1 Análisis de Correlación

Este análisis es aquel que produce un número que resume el grado de relación entre dos variables, mide la fuerza de dicha relación. El análisis de correlación generalmente resulta útil para un trabajo de exploración cuando un investigador o analista trata de determinar qué variables son potencialmente importantes (Stevenson, W. 1978).

Éste se utilizó en el análisis de los datos obtenidos del instrumento número dos, considerando los resultados por escalas de los cuestionarios aplicados tanto a gerentes como a subordinados, por lo que el factor de correlación que se utilizó fue el de Spearman, el cual mide la proporción en los rangos de una variable. El término “correlación” literalmente significa relación mutua, ya que indica el grado en el que los valores de una variable se relacionan con los valores de otra (Stevenson, W. 1978). En este caso podemos citar el siguiente ejemplo: ¿existe



relación entre el óptimo rendimiento laboral de una persona según su calidad de vida?. Cuanto mayor el número de variables sean correlacionadas en el estudio y mayor sea la fuerza de las relaciones más completa será la explicación

3.5.2 Análisis Factorial

Este se utilizó en el análisis de datos obtenidos con el instrumento número dos, considerando los resultados por pregunta, ya que a través del análisis factorial se estudia todo el conjunto de relaciones interdependientes entre las variables destacando las dimensiones o factores. Los factores se obtienen de las variables originales y deben ser interpretadas de acuerdo a éstas. El análisis factorial es un procedimiento que se utiliza sobre todo para la reducción y el resumen de datos (Malhotra, 1997).



3.5.3 Prueba de Tablas de Contingencia (*Chi Cuadrada*)

Esta prueba se utilizó para determinar la posible existencia de una relación entre las variables gerente – empleado, es decir, conocer si hay suficiente evidencia estadística para probar si los resultados de las evaluaciones varían según la persona que los contestó, se utilizó la prueba de tablas de contingencia (*chi cuadrada*) para investigar si hay dependencia entre estos dos criterios de clasificación (Ritchey, 2002).

Para realizar dicha prueba se partió de las siguiente hipótesis:

Ho: No existe relación entre el tipo de persona que contestó las preguntas en las respuestas otorgadas.

Ha: Si existe relación entre el tipo de persona que contestó las preguntas en las respuestas otorgadas.

La relación entre las variables mencionadas, se analizó utilizando tablas de contingencia, en la primera de ellas se encuentran los resultados observados en los cuestionarios, en la segunda los resultados esperados y en la tercera y última la diferencia entre las dos primeras. Una vez, teniendo las tablas anteriores podrá realizarse la prueba de hipótesis *chi cuadrada* (Mackerly, et al, 2002).



3.6 Vaciado de datos

Para poder llevar a cabo los Análisis Factorial y de Correlación mencionados anteriormente, primero se hizo el vaciado de datos de los resultados obtenidos en los cuestionarios a una hoja de cálculo del programa Excel de Microsoft Office, para posteriormente utilizar el Programa Estadístico para Ciencias Sociales (SPSS por sus siglas en inglés, Ver Anexo E).