



CAPITULO III

Metodología

3.1 Diseño de la investigación

El enfoque de la investigación es descriptivo ya que tal y como se observó el grado de inteligencia emocional en los estudiantes, se presentan los resultados. De acuerdo al análisis de los datos, el diseño de la investigación es cuantitativo. El diseño también cuenta con características participativas debido a que los sujetos de estudio son un grupo de personas en particular que comparten características especiales que los hacen interesantes en la presente investigación (estudiantes de Administración de Hoteles y Restaurantes de octavo y noveno semestre, específicamente). En cuanto a características temporales, la investigación es transeccional ya que los datos se recolectaron en un solo periodo de tiempo (tercera y cuarta semana de febrero), sin que haya una comparación o una interrelación temporal posterior para ver si existe algún tipo de cambio o evolución con el paso del tiempo (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).



3.2 *Sujetos de estudio*

Los sujetos de estudio de interés son estudiantes de la licenciatura de Administración de Hoteles y Restaurantes de la UDLA, P, que durante primavera 2007 cursen octavo o noveno semestre y ya hayan realizado practicas profesionales un mínimo de seis meses en un hotel o restaurante, con género indistinto y selección por conveniencia, ya que debido a que los estudiantes cuentan con un horarios diversos, es la más factible. Se determinó que la población de estudiantes con esas características es de 64. Dicha información fue proporcionada por Gustavo González Zamorano del departamento de Información Institucional el 7 de febrero de 2007. El tamaño de la muestra se determinó en base al nivel de confianza buscado, que es de 95% y corresponde a un valor de Z de 1.96 con el fin de que los resultados sean leales. El margen de precisión o error máximo aceptable en la presente investigación es del 5%. Los porcentajes anteriores se eligieron debido a que no se cuenta con datos previos que nos indiquen una proporción probable de estudiantes con un cierto grado de inteligencia emocional, por lo que la proporción utilizada en la fórmula será como lo indica el método estadístico en estos casos, es decir, un valor de 50% para p y q en la fórmula utilizada, que fue la siguiente:

$$n = \frac{Npq}{(N-1)D+pq}$$

$$D = (B/Z)^2$$

Donde:

n= tamaño de la muestra



N = tamaño de la población (64 personas inscritas en octavo y noveno semestre)

D= máximo error aceptable (0.05)

P= Proporción probable (0.5, debido a que es desconocida)

Q= 1-P (0.5, es igual a P)

Por sustitución obtenemos que:

$$D = (0.05/1.96)^2 = (0.02551)^2 = .00065077$$

$$n = \frac{64 * 0.5 * 0.5}{.63 * .00065077 + .25} = \frac{16}{0.29098} = 54.986$$

En base a lo anterior, se concluye que una muestra de 55 personas asegura una confiabilidad del 95% con un error aceptable del 5% en los resultados acerca de lo que sucede en la población. Es muy importante que el grado de confianza en la investigación sea elevado ya que se pretende presentar el perfil general de la comunidad estudiantil hotelera próxima a graduarse.

3.3 Instrumento de medición

El instrumento utilizado es el Inventario de Competencias Emocionales (ICE) versión adaptada para estudiantes desarrollado por Daniel Goleman y Richard Boyatzis. Esta herramienta fue perfeccionada por sus autores en 1999 y se apoya en 20 años de investigaciones del doctor David McClelland, eminente psicólogo e investigador. El grupo The Hay Group (HG) es el actual dueño de los derechos del instrumento y se le reconoce



precisión y autenticidad a nivel mundial. HG es una empresa de consultoría fundada en 1943 con reconocimiento mundial que se dedica principalmente a trabajar en el área de recursos humanos. Cuenta con sucursales en todo el mundo, en el caso de México, las oficinas se encuentran en el DF en Insurgentes Sur 800 piso 16 en la colonia del Valle. Esta consultora da seminarios y cursos a todos los niveles dentro de una empresa, desde nivel ejecutivo hasta servicio al cliente. Actualmente en lo que se refiere a IE, además de contar con los derechos del ICE, da un seminario a gerentes y directores generales sobre liderazgo basado en IE. Debido a la complejidad de la prueba y para estar seguros de que el inventario se aplica de manera adecuada y cumple con los estándares de calidad establecidos por el grupo, HG se encarga de administrar e interpretar los resultados o en su defecto de capacitar a quienes pretendan emplearlos por medio de una acreditación disponible para psicólogos licenciados, personas que realizan trabajo social o se dedican a trabajar en un área de recursos humanos (HG, 2007).

El ICE adaptado para estudiantes (ECI-U) se encuentra disponible en línea solamente para escuelas y universidades y fue elegido debido a su validez, precisión y confiabilidad con jóvenes universitarios. Mide 21 competencias emocionales agrupadas en cuatro áreas principales (autoconocimiento, autocontrol, consciencia social y manejo de relaciones) por medio de 63 preguntas conductuales (ver Apéndice A para encontrar el cuestionario completo) con un tiempo aproximado de respuesta de 30 minutos e incluye una autoevaluación y una evaluación externa de mínimo tres y máximo 12 personas como parte del proceso para proporcionar resultados confiables (EI Consortium, 2007). Cada pregunta cuenta con seis respuestas opcionales y un puntaje máximo de 5. Los cuatro



grupos de competencias así como las habilidades que mide y las preguntas que se refieren a ellas se presentan en la tabla 3.1.

Tabla 3.1 Principales competencias emocionales manejadas en el ICE versión estudiantil (HG, 2007)

Área	Competencia	# de pregunta
Autoconocimiento	Consciencia emocional	16, 18, 40
	Autovaloración	8,14,24
	Autoconfianza	3,13,50
Autocontrol	Control emocional	19,39,44
	Ser digno de confianza	17, 32, 53
	Consciencia de los actos	2, 27, 55
	Adaptabilidad	22,36, 52
	Optimismo	25,38, 56
	Orientación al logro	5, 12, 20
	Iniciativa	15,30,61
Consciencia social	Empatía	4, 47, 48
	Consciencia organizacional	10, 28, 42
	Orientación al servicio	7, 45, 57
Manejo de relaciones	Capacidad de enseñanza	33, 46, 63
	Liderazgo inspiracional	1, 21, 26



	Influencia	29, 34, 51
	Comunicación	23, 35, 37
	Catalizar el cambio	9, 58, 59
	Manejo de conflictos	11, 60, 62
	Creación de lazos interpersonales	31, 41, 49
	Trabajo de equipo y colaboración	6, 43, 54

De “The Emotional Competence Inventory”, por Hay Acquisition Company, 2003.

3.4 Procedimiento

El tamaño final de la muestra fue de 57 elementos, por lo que con seguridad se cumplen con los requisitos de confiabilidad previamente establecidos en la fórmula estadística. Los estudiantes se encuestaron por conveniencia siendo tomadas en cuenta las clases de Gastronomía (HR428-01), Administración de Restaurantes (HR440-01), Tópicos en Hoteles y Restaurantes I (HR450-02), Tópicos en Hoteles y Restaurantes II (HR451-03) y Administración de Eventos (HR454-02). Además, se hicieron encuestas en la sala de cómputo de negocios (NE137), el Departamento de Turismo y Centro Social a los estudiantes de Administración de Hoteles y Restaurantes de octavo o noveno semestre que no se encontraban enlistados en las clases antes mencionadas. Cabe mencionar que durante la aplicación de la encuesta se encontraba una persona de apoyo, cuya labor consistía en



aclarar cualquier duda que se presentara, sin embargo, algunas encuestas fueron descartadas por falta de información, ya que tres de los estudiantes olvidaron responder la segunda parte del cuestionario y uno olvidó dar información personal como el estado del que provenía o el semestre que cursaba.

El cuestionario fue autorizado en su versión en inglés, por lo que tuvo que ser traducido al español con ayuda de la Licenciada en Relaciones Internacionales y profesora de inglés Karen Errickson de Díaz el sábado 10 de febrero. La prueba piloto se llevó a cabo el 14 de febrero entre las 12:00 p.m. y las 15:00 p.m. y fue aplicada a 10 personas, quienes no tuvieron ningún problema con la interpretación de las preguntas aunque a algunos la encuesta les pareció un poco larga. La extensión del instrumento no fue modificada debido a que al ser una prueba validada e interpretada por la empresa HG el hacer cambios en él no era posible. La prueba en sí se aplicó del lunes 19 al viernes 23 de febrero.

El resto del mes de febrero y la primera semana de marzo se recopilaron los datos en Microsoft Office Excel 2003 y se corroboró con el maestro en ingeniería civil y profesor de tiempo completo del Departamento de Actuaría y Matemáticas de la UDLA, P, Dirk Valckx Verbeeck el método estadístico aplicado para la recolección e interpretación de los datos, el cual es por proporciones, para evitar sesgar la información.

El viernes 9 de marzo los datos que integraron después del análisis el perfil del estudiante de Administración de Hoteles y Restaurantes próximo a graduarse, concernientes a la parte de autoevaluación del instrumento, fueron enviados a Hay Group con el fin de que los interpretaran concienzudamente. Con este propósito se pidió a las docentes Alicia Bernard, Patricia Porras, Olga Peredo, Yamel Moisés y María del Carmen Morfín, todas



profesoras de estudiantes de octavo y noveno semestre de tiempo completo que realizaran la evaluación externa del estudiante promedio de Administración de Hoteles y Restaurantes de los semestres antes mencionados en un lapso de una semana comprendida entre el martes 20 de marzo de 2007 y el martes 27 del mismo mes. Hay Group se encargó de mandar instrucciones vía e-mail al profesorado para la aplicación del instrumento a terceros.

La información proporcionada por los estudiantes fue analizada para comparar las diferencias en IE existentes por semestre (octavo/noveno), sexo (masculino/femenino), edad (21,22,23,24,25,26) y vivienda (dormitorios/familiares/amigos/independiente). Los resultados recibidos el 27 de marzo de 2007 de HG fueron añadidos al análisis previo.