

4. METODOLOGÍA

El presente capítulo describe la forma en que se planeó y realizó la investigación de este proyecto. Así mismo se plantean cuáles fueron los instrumentos y procedimientos utilizados para la obtención de la muestra y la información.

4.1 Problema de Investigación

A pesar de que los meseros son considerados piezas fundamentales en el funcionamiento de los restaurantes, su opinión acerca del trato con los clientes y del incentivo que reciben por su desempeño laboral no ha sido tomada en cuenta, por lo que se pretende identificar cuál es su perspectiva de ésta situación para determinar si tiene algún efecto negativo en su desempeño; de igual forma se busca indagar cuál sería el porcentaje justo de propina para ellos según su perspectiva.

4.2 Objetivo General de Investigación

Analizar la percepción de los meseros en respuesta a las actitudes, buenas o malas, que se pueden presentar durante la interacción laboral que tienen con los clientes, en los restaurantes independientes de especialidad y de servicio completo, ubicados en la Avenida Juárez de la Zona Esmeralda en la Ciudad de Puebla.

4.3 Objetivos Específicos de Investigación

- Formular un cuestionario piloto para determinar las opciones de

respuesta a las variables de estudio.

- Realizar una encuesta formal a los meseros que laboren en los restaurantes seleccionados como parte de la muestra.
- Basándose en los resultados de la encuesta, identificar:
 - Las características de los clientes que a los meseros les agrada atender.
 - Las características de los clientes que a los meseros les desagrada atender.
 - La forma en que a los meseros les gusta ser llamados por sus clientes.
 - Los factores que influyen para que un mesero no brinde un servicio de calidad.
 - Si existe un cambio en la actitud de servicio del mesero al descubrir una mala actitud por parte del cliente.
 - Si el mesero considera que el servicio que ofrece se ve reflejado en la propina.
 - Si los meseros creen que reciben una propina justa o injusta.
 - El porcentaje de propina que los meseros consideran como justo.

4.4 Tipo de Investigación

La presente investigación es de dos tipos: exploratoria y descriptiva. Se considera una investigación exploratoria porque tiene como principal objetivo “examinar un tema o problema de investigación poco estudiado” (Hernández, Fernández y Bautista, 2006, p.100).

También es descriptiva porque “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de lo que se analice... así mismo describe tendencias de un grupo o población” (Hernández et al., 2006, p.103).

4.4.1 Enfoque de la Investigación

Para que se logaran los objetivos de investigación, se decidió asignar un enfoque cuantitativo al presente proyecto; esto quiere decir, que se realizó una recolección y análisis de datos que arrojó información confiable sobre el comportamiento de la población objetivo que forma parte del estudio (Hernández, Fernández y Bautista, 2003).

4.5 Diseño de la Investigación

La investigación que se realizó fue no experimental y transversal simple. Se considera como no experimental porque se estudió la opinión de los meseros con relación a la actitud de los clientes “sin la manipulación deliberada de variables” (Hernández et al., 2006, p.205).

Es transversal simple porque el estudio se llevó a cabo al recolectar datos, sólo una vez, mediante una muestra representativa que fue obtenida de una población objetivo (Malhotra, 2004), es decir, se recolectó información de una muestra de meseros que trabajan en los restaurantes independientes de especialidad, y de servicio completo, en la Avenida Juárez de la Zona Esmeralda en la Ciudad de Puebla.

4.6 Selección de la Muestra

A continuación se describen los elementos tomados en cuenta para la selección de la muestra, empezando por las características de la población objetivo.

4.6.1 Características de la Población Objetivo

- Restaurantes independientes de especialidad, y de servicio completo, ubicados en la Avenida Juárez de la Zona Esmeralda en la Ciudad de Puebla.
- Hombres entre 18 y 50 años, de NSE +D/D -Nivel Socio Económico de clase media baja y baja, con ingresos mensuales entre \$2,700 y \$11,599 (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública A.C [AMAI], 2005)- que sean meseros en los restaurantes independientes de especialidad, y servicio completo, ubicados en la Avenida Juárez de la Zona Esmeralda en la Ciudad de Puebla.

4.6.2 Tamaño de la Población

Para identificar los restaurantes que formaron parte de la población objetivo se hizo un recorrido por la Avenida Juárez en la Zona Esmeralda de la Ciudad de Puebla. Se encontró que la población es de 13 restaurantes independientes de especialidad y servicio completo; a continuación se presenta una tabla que muestra cuáles fueron los establecimientos y el número de meseros con el que cuenta cada uno. La información fue brindada por los gerentes de cada uno de los restaurantes.

Tabla 4.1 – Tamaño de la Población Objetivo

Restaurantes de Especialidad		Número de Meseros
1	Allegue – Juárez	6
2	Boca del Río	14
3	Che Garufa	5
4	Chimichurri	10
5	Floridita	5
6	Grigliatto	8
7	La Boquería	4
8	La Estancia Argentina	10
9	La Silla	16
10	Mi Ciudad	16
11	Pampas	7
12	Spetto	6
13	Tanuki	4
Total de Restaurantes = 13		Total Meseros = 111

4.6.3 Tipo de Muestra

Según Hernández et al. (2006) una muestra no probabilística es aquella que no requiere de la probabilidad y que es seleccionada de la población dependiendo de las características del proyecto. Por otra parte una muestra puede ser por conveniencia dado el número de casos disponibles a los que se puede tener acceso (Hernández et al., 2006).

Por lo tanto, el muestreo utilizado para este proyecto fue: no probabilístico y por conveniencia; ya que no se requirió de la probabilidad para la selección de la muestra, y el número de restaurantes y meseros que formaron parte del estudio, fueron aquellos a los que se tuvo acceso para aplicar el instrumento de medición y que cumplieron con las características del proyecto.

4.6.4 Tamaño de la Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, se tomaron en cuenta 11 de los 13 restaurantes independientes de especialidad, y servicio completo, porque éstos fueron los que aceptaron contribuir con el estudio.

En cada uno de los restaurantes respondieron los meseros que se encontraban presentes, y que estaban disponibles, a la hora de la cita establecida por los gerentes para aplicar las encuestas. Como ya se había mencionado, por esta razón el muestreo fue por conveniencia, siendo el tamaño de la muestra de 81 meseros.

En la tabla que se presenta a continuación se puede observar la lista de restaurantes y el número de meseros que participaron.

Tabla 4.2 – Tamaño de la Muestra

Restaurantes de Especialidad		Número de Meseros
1	Allegue – Juárez	6
2	Boca del Río	14
3	Che Garufa	4
4	Chimichurri	10
5	Floridita	3
6	Grigliatto	8
8	La Estancia Argentina	6
10	Mi Ciudad	16
11	Pampas	7
12	Spetto	4
13	Tanuki	3
Total de Restaurantes = 11		Total Meseros = 81

4.7 Recolección de Datos

Para llevar a cabo la recolección de datos primero se contactó de manera personal a los gerentes de los restaurantes que fueron parte de la población, se les explicó de manera general el objetivo del estudio y se hizo la petición para aplicar la encuesta a los meseros de dichos establecimientos; posteriormente cada uno de ellos aceptó o rechazó la invitación para formar parte del estudio.

En vista de que sería complicado entrevistar a los meseros en horas de trabajo, se hizo una cita en cada restaurante que aceptó ser parte del estudio para aplicar las encuestas antes de que empezara la jornada de trabajo.

La recolección de datos se realizó del martes 16 al viernes 19 de febrero de 2010, aplicando encuestas en 2 o 3 restaurantes por día.

4.7.1 Instrumento de Medición

Hernández et al., (2006) dice que un instrumento de medición es el que busca representar lo que se quiere investigar de las variables de estudio; define el cuestionario como un conjunto de preguntas que tiene como propósito medir ciertas variables.

Para este proyecto se utilizó un cuestionario como instrumento de medición; éste cuenta con un apartado para seleccionar el restaurante al que pertenecen los meseros y la edad de los entrevistados. El cuerpo del cuestionario está integrado por 18 preguntas de opción múltiple que incluyen un total de 67 reactivos relacionados con interrogantes acerca de la percepción que tienen los meseros en respuesta a la actitud de los clientes y las expectativas sobre los incentivos que reciben por su servicio (*Ver Anexo 1*). Es importante recalcar que las respuestas obtenidas obedecieron al punto de vista y opinión particular de cada uno de los meseros que participaron en el estudio.

Para llegar a la construcción de dicho cuestionario, previamente se aplicó una encuesta piloto de preguntas abiertas y de opción múltiple para determinar las opciones de respuesta en las variables de estudio; ésta se aplicó únicamente a 10 personas del segmento en la primera visita a cada uno

de los restaurantes, cuando se estableció contacto con los gerentes para invitarlos a formar parte de la investigación.

4.8 Análisis de Datos

Se realizó una base de datos en el programa SPSS (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales) versión 18; se capturaron las respuestas de los encuestados y posteriormente se ejecutaron funciones que arrojaron la distribución de frecuencias de cada una de las preguntas del cuestionario.

Para entender e interpretar de mejor manera los resultados, éstos se plasmaron en tablas, histogramas y gráficas de pastel. Los resultados se muestran a detalle en el Capítulo V.

4.9 Presentación de Resultados

El reporte de los resultados se presentó en el orden que fueron establecidas las preguntas en el cuestionario. De esta manera, en vista de que las preguntas fueron distribuidas de lo general a lo particular, los resultados también se muestran en esta forma.