

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

La calidad de la información generada y obtenida en cualquier investigación es fundamental para llegar a resultados verdaderos y confiables. Es por eso que en este capítulo se tiene la finalidad de explicar el método utilizado durante la elaboración de este trabajo de investigación para lograr los objetivos planteados inicialmente.

El objetivo de este capítulo es explicar la manera en que, paso por paso, se fue desarrollando el estudio relacionado con la evaluación de la calidad en el servicio ofrecido en el restaurante *La Route des Vins* especificando procedimientos desde el tipo y el diseño de la investigación, la fuente de los datos y la selección de la muestra, la elaboración y la aplicación del cuestionario, la manera en que se analizarán los datos obtenidos a partir del cuestionario y la elaboración de las conclusiones y recomendaciones apropiadas referentes a los resultados finales del estudio.

Dicho estudio se llevó a cabo en el restaurante *La Route des Vins* en la ciudad de Puebla durante los meses de febrero y marzo del 2004. El restaurante *La Route des Vins* es un establecimiento de comida francesa, y lo que lo hace único y especial es la variedad, la cantidad y la calidad de vinos que ofrece en su carta y que se compromete a tener siempre en existencia para satisfacer las necesidades específicas de sus clientes.

3.1 Tipo de investigación

La investigación realizada durante el desarrollo de esta tesis es de tipo descriptivo. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista, los estudios descriptivos se centran en medir con la mayor precisión posible diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar (1998). En este trabajo de investigación se buscó medir el grado de satisfacción de los clientes sobre el servicio que ofrece el restaurante *La Route des Vins*, por lo que se consideró que llevar a cabo una investigación de este tipo sería apropiado.

Los resultados obtenidos al cabo de este trabajo de investigación, podrán ser utilizados posteriormente por el restaurante *La Route des Vins* como una guía para lograr proveer un servicio que satisfaga las necesidades de los clientes.

3.2 Diseño de la investigación

Este trabajo de investigación se desarrollo mediante un diseño no experimental, pues este tipo de investigación “se realiza sin manipular deliberadamente las variables y se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2000, p.184)

3.3 Fuentes de datos

Para la elaboración de una investigación es necesario generar y obtener información de diversas fuentes para que sirvan como referencia. En el caso de este trabajo de investigación, se tenía la necesidad de satisfacer las necesidades inmediatas de la investigación, por lo que se utilizó como fuente primaria la técnica de incidentes críticos como guía para la elaboración de un cuestionario que permitiera medir la calidad en el servicio del restaurante *La Route des Vins*.

Dicho cuestionario fue aplicado a los clientes del restaurante inmediatamente después de que estos hubiesen terminado su consumo y antes de su partida; esto con la finalidad de que la experiencia en el establecimiento y el contacto directo con el servicio permaneciera con los clientes y estos pudieran responder las preguntas con mayor objetividad.

3.4 Selección de la muestra

En el momento de aplicar el cuestionario, resulta imposible aplicarlo a todos los clientes del restaurante o población total, ya que implica contar con mucho tiempo, es por eso que se tomará una población más pequeña (muestra). El muestreo cuenta con una característica principal, y es que los resultados representen a la población en general, es

decir, que al tomar en cuenta a sólo algunos clientes, se pueda tener una idea de la calidad de servicio del restaurante.

Debido a que la población total incluye a todos los clientes que asisten al restaurante *La Route des Vins*, se eligió una muestra adecuada para poder arrojar resultados representativos de la población en general; es decir, se eligió una muestra representativa, aleatoria y confiable. La muestra se realizó evaluando las percepciones con respecto a la calidad en el servicio del restaurante *La Route des Vins* de todas aquellas personas que asistieran al restaurante durante un periodo determinado y que estuvieron de acuerdo en participar en las encuestas.

La fórmula utilizada para la obtención de la muestra es la fórmula mencionada por Hernández, Fernández y Baptista (1998) y descrita a continuación:

$$n = \frac{n'}{1 + n' / N}$$

con

$$n' = \frac{S^2}{V^2}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

n' = Tamaño provisional de la muestra

N = Población

S^2 = Varianza de la muestra

V^2 = Varianza de la población (El cuadrado del error estándar)

$p q$ = Proporción de la población

Y la sustitución es la siguiente:

$p = 97\%$

$V = 0.01$

$N=2000$

$$n' = \frac{p(1-p)}{V^2}$$

$$n' = \frac{0.97(1-0.97)}{(0.01)^2}$$

$$n' = \frac{0.0291}{0,0001}$$

$$n' = \mathbf{291}$$

Entonces,

$$n = \frac{291}{1+291/2000}$$

$$n = \mathbf{254}$$

Obteniendo así un total de 254 elementos dentro de la muestra, a partir de una población de 2000 elementos, ya que mensualmente se registran 2000 clientes. Por lo tanto, se infirió que debían ser 254 encuestas aplicadas a las personas que acudieran al restaurante *La Route des Vins* durante un periodo determinado. Es importante aclarar que también fue tomada en cuenta la afluencia de clientes al restaurante durante los periodos de comida y cena. De acuerdo con los datos obtenidos en el restaurante, del total de la población, es decir, 2000 personas, el 80% (1600 personas) van a cenar, mientras que el 20% (400 personas) van a comer. Por lo tanto, con el fin de tener una muestra representativa tanto de comidas como de cenas en el restaurante *La Route des Vins*, se realizó una proporción sobre la muestra, partiendo del comportamiento de la población total. Es decir, de las 254 encuestas aplicadas, el 80% (203 encuestas) de ellas fueron aplicadas a personas que fueron al restaurante a cenar; mientras que el 20% (51 encuestas) se aplicaron a personas que fueron a comer.

3.5 Elaboración y aplicación del cuestionario

En esta investigación se utilizaron encuestas, para obtener los incidentes críticos. De acuerdo con Hayes (1999, p.18), “el número recomendado de clientes que deben ser entrevistados varía de 10 a 20 personas”. En esta investigación se realizaron 20 encuestas a clientes de *La Route des Vins* (ver anexo 1).

En estas encuestas se les pidió a los clientes que describieran 5 aspectos positivos y 5 aspectos negativos acerca del servicio que ofrece el restaurante, estos datos fueron capturados en un formato (ver anexo 2). Las encuestas se realizaron del 9 al 14 de febrero de 2004.

Se hizo una lista que clasifica a los incidentes críticos de acuerdo a su contenido agrupando los que tenían algo en común. Posteriormente, se formularon una serie de elementos que formarían el cuestionario (ver anexo 3).

El cuestionario cuenta con una introducción, que describe cual es el fin de éste y de cómo debe ser llenado. Se utilizó el formato de Likert, que está basado en la escala del 1 al 5, en donde el número 1 indica una respuesta totalmente en desacuerdo, y el número 5 totalmente de acuerdo. Como se muestra en la tabla 3.1.

En el caso específico de este cuestionario, la escala representa al número 1 como Pésimo, al 2 como malo, al 3 como regular, al 4 como bueno, y al 5 como excelente.

Tabla 3.1

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

(Hayes, B. Como medir la satisfacción del cliente. 1999, p.67).

3.6 Codificación del cuestionario

Para realizar la encuesta se tomó una muestra de 254 clientes que asistieron al restaurante *La Route des Vins*, durante un periodo de tiempo determinado. El cuestionario estaba conformado por 20 preguntas, de las cuales, las primeras 16 eran aseveraciones con una escala de Likert de 5 puntos diseñadas para conocer las percepciones que tienen los clientes sobre el servicio del restaurante. La pregunta 17, le pedía al cliente que calificara al restaurante dentro de la escala de 1 al 5 sobre el servicio en general. Las preguntas 18 y 19 contaban con posibles respuestas de Sí o No. La pregunta 20 consistía en un espacio para que el cliente redactara comentarios y sugerencias relacionadas con su experiencia con el servicio del restaurante.

Específicamente, la pregunta 1 medía la percepción de los clientes sobre el servicio ofrecido por parte de los meseros; las preguntas 2, 3, 4, 5, 6 y 7 medían la satisfacción de los clientes relacionada con los alimentos del restaurante en cuanto a sazón, calidad, precios, porciones, presentación y temperatura; las preguntas 8 y 9 medían la satisfacción de los clientes relacionada con la variedad de productos, tanto alimentos como bebidas, ofrecidos por el restaurante. Las preguntas 10 y 11 medían la satisfacción de los clientes con respecto a la calidad y el precio de los vinos, los cuales constituyen un elemento fundamental para el concepto del restaurante.

Las preguntas 12, 13, 14, 15 y 16 se referían al ambiente en general del restaurante, midiendo aspectos en cuanto a la satisfacción de los clientes como las instalaciones, la limpieza de los baños, la ventilación del restaurante, el espacio adecuado y la ambientación. La pregunta 17 medía la satisfacción de los clientes con respecto al servicio en general del restaurante; se trataba de una apreciación global. Las preguntas 18 y 19 eran incisos cuyas posibles respuestas podían ser Sí o No, y se referían a que si el cliente regresaría o recomendaría el restaurante. Finalmente, la pregunta 20 pedía al cliente que, en un pequeño espacio, aportara sus comentarios, sugerencias y quejas relacionadas con la experiencia que tuvo en el restaurante durante el encuentro de servicio.

3.7 Análisis de datos

En esta parte del trabajo de investigación, se revisarán los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a la muestra seleccionada de clientes del restaurante *La Route des Vins*. La revisión de dichos datos tendrá como finalidad evitar que la información inadecuada o errónea interfiera con el resultado final.

Para la elaboración del análisis de datos, en este trabajo de investigación se utilizará el análisis estadístico; en su mayoría, gráficas con representaciones porcentuales de los datos obtenidos. Se analizarán los datos obtenidos en cada una de las preguntas formuladas en las encuestas aplicadas en el restaurante y se graficarán para facilitar la comprensión de la información.

