



Capítulo III

Metodología de la Investigación

3.1 Introducción

En este capítulo se presentó la metodología que se siguió en el proceso del trabajo de Investigación, para la personalidad de la marca en los restaurantes Mi Ciudad y Fonda de Santa Clara, también se mencionarán los instrumentos utilizados, así como los procedimientos que siguieron para obtener los datos que llevaron a la solución del problema.

3.2 Tipo de Investigación

En este trabajo se utilizó la investigación descriptiva, la cual se llevó a cabo mediante la aplicación de ciento sesenta y un encuestas entre los comensales de los dos restaurantes Fonda de Sta. Clara y Mi Ciudad, con el objetivo de



describir perfectamente todas las características para determinar las variables a analizar.

Este tipo de estudio pretendió buscar y definir los perfiles, propiedades y características de las personalidades de marca de dos restaurantes, por lo que resultó ser de tipo comparativa ya que al realizar encuestas en ambos restaurantes se pudieron obtener resultados que ayudaron a proporcionar un resultado comparativo (Hernandez, Fernandez y Bautista, 2000).

3.2.1 Enfoque de la investigación

En cuanto al enfoque que se dió a la investigación fue cuantitativo ya que, tiene la capacidad de medir variables, y transformar valores numéricos y datos cuantificables esto permitió hacer un análisis estadístico completo de los resultados obtenidos de las encuestas a aplicar.

Según Hernández et al. (2003), este tipo de estudio maneja la recaudación y el análisis de datos, confía en el uso de la estadística para el establecimiento exacto de los patrones del comportamiento de una población en específico.



3.3 Instrumento de Medición

Hernández et al. (2003), mencionan que los cuestionarios son los instrumentos más utilizados para la recolección de datos que consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.

El cuestionario que se utilizó fue elaborado específicamente para propósitos del estudio, se realizaron diez preguntas cuyo contenido se basó en la obtención de información precisa así como utilizando todas las características y distintivos de la escala de la personalidad de la marca realizada por Aaker (1997) empleando la escala tipo Likert, ya que se consideró como el método más adecuado y preciso para realizar el sondeo y el cuál consiste en medir la percepción de los comensales en cuanto al restaurante y la marca ,donde las respuestas están sujetas a estímulos de cada comensal.



3.4 Prueba piloto

La prueba piloto se puso en práctica para probar la estructura de la encuesta que se aplicó a los comensales de los restaurantes, dichas pruebas se aplicaron a 15 diferentes personas que tenían conocimiento de los restaurantes “Mi Ciudad” y “Fonda de Sta. Clara”, que eran estudiantes, amas de casa, profesionistas y trabajadores. Se logró determinar que muchos conceptos de la escala de la personalidad de la marca no eran entendidos o bien percibidos por las personas encuestadas, por lo tanto el cuestionario fue modificado sustrayendo cinco adjetivos que no fueron contestados o preguntaban su significado.

3.5 Aplicación de las encuestas

Para poder aplicar las encuestas, se habló con los gerentes de los restaurantes Fonda de Sta. Clara y Mi Ciudad, se les explicó en qué consistía el proyecto y posteriormente al lograr que aceptaran, se hicieron citas para poder asistir y aplicar las encuestas a los comensales después de haber realizado su consumo, para evitar negativas y molestias por parte de los clientes.



La mayoría de los comensales tuvo a bien contestar la encuesta, sin embargo hubo excepciones, las cuales eran negaciones para realizar la encuesta o aceptaban hacerla y contestaban mal, lo cual provocó la disminución de cuestionarios a analizar.

Los cuestionarios fueron aplicados en un periodo de una semana que abarcó del 29 de mayo al 5 de junio del 2008.

3.6 Tamaño de la muestra

Se seleccionaron restaurantes de comida típica en la ciudad de Puebla, que fueran conocidos por su comida, marca y ubicación.

La muestra es definida por Hernández, et al. (2003), como un subgrupo de la población. La muestra de este estudio fue de 161 personas entre los comensales de Fonda de Sta. Clara y Mi Ciudad.