

## CAPÍTULO III

### Metodología

#### *3.1 Descripción de la Investigación*

En el siguiente capítulo se mencionará la metodología que será utilizada tanto para la recolección de datos, así como para el análisis del estudio en cuestión; para tal efecto se propondrá el tipo de investigación, los sujetos de estudio, el tamaño de la muestra a estudiar, el instrumento para llevar a cabo la investigación, y el procedimiento para la realización del mismo.

Se realizarán dos instrumentos de evaluación distintos, siendo uno de ellos necesario para poder analizar el comportamiento organizacional; el cual nos permitirá conocer ciertas conductas que adoptan los empleados, identificando elementos tales como: ausentismo, rotación, productividad, rendimiento, motivación, liderazgo, comunicación interpersonal, manejo de conflicto, tensión o stress, capacitación, plan de desarrollo y satisfacción laboral en el Hotel Mesón de la Sacristía de la Compañía, Puebla, en donde se realiza dicho estudio y el otro instrumento nos ayudara a conocer la satisfacción generada en el cliente al momento de recibir un servicio, ya que el objetivo principal es conocer las características y atribuciones de dicho servicio, así como las emociones y percepciones de cada individuo para lograr una satisfacción total.

El tipo de investigación a realizar se basa en un estudio de tipo correlacional y explicativo de acuerdo a lo concluido por Hernández, Fernández y Baptista (1998), quienes sustentan que una investigación de tipo correlacional es aquella que tiene como

objetivo principal medir el grado de dependencia que pueda surgir entre dos o más variables, es decir, una propiedad que se puede modificar y al mismo tiempo ser medida, así como saber si éstas se relacionan con los sujetos de estudio, pudiendo encontrar una correlación positiva o negativa y poder generar mayor exactitud para el mismo.

En cuanto al estudio explicativo, esto nos permitirá conocer y responder las causas de los eventos contemplados dentro de la investigación.

Se debe mencionar que el diseño de la investigación constituye un estudio no experimental ya que en este no se construye ninguna situación sino que se observan las ya existentes, debiendo ser de tipo transeccional o transversal ya que se describirán las variables y se analizará su incidencia e interrelación en un momento dado.

La investigación será cuantitativa y cualitativa ya que tratará de asociar o establecer correlación entre variables a través de una muestra, además de explicar porque se presentan ciertas situaciones de una u otra forma.

### ***3.2 Sujeto de Estudio.***

#### ***3.2.1 Hoteles Mesones Sacristía***

Los sujetos de estudio serán los empleados con los que cuenta el hotel Mesón de la Sacristía de la Compañía, Puebla, por tal motivo se realizará un censo, ya que éste nos permitirá obtener los datos totales de los elementos que conforman el universo.

Por otro lado esta investigación se enfocara al mercado meta del establecimiento, es decir, los clientes de clase socio-económico alta, definiendo que una clase social, es la jerarquización de los miembros de una sociedad en base al status que cada individuo presente, de acuerdo a lo que afirma Schiffman (2001). Siendo la



mitad de ellos de territorio nacional y la mitad restante provenientes de América del Norte y Europa, que viajan por cuestiones de placer y cultura, de los cuales se tomará una muestra probabilística, en donde todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos, además de que en esta se puede medir el tamaño de error de las predicciones tratando de minimizarlo.

### ***3.3 Instrumento***

En este estudio el instrumento de medición que se utilizó fue el cuestionario; para dicho proyecto de investigación se requirió la elaboración de dos cuestionarios distintos, es decir uno para empleados y otro para los clientes del hotel Mesón Sacristía de la Compañía,

El primero de estos nos permitió evaluar los elementos del comportamiento organizacional, tratando de conocer los efectos de cada uno de ellos, para lograr la satisfacción de los empleados del hotel.

Por otra parte el segundo cuestionario nos permitió identificar el grado de satisfacción de los clientes adquirido después de solicitar y recibir un servicio.

El objetivo principal del cuestionario de empleados fue identificar que tan importantes son los elementos antes mencionados y como cada uno de ellos influye en el comportamiento del capital humano de dicho hotel, por tal motivo este instrumento de evaluación fue dividido en seis secciones las cuales fueron: capacitación e inducción, socialización, motivación y satisfacción, ausentismo, clima laboral y empowerment.

El cuestionario de empleados estuvo compuesto de 31 preguntas las cuales fueron en su mayoría cerradas y de opción múltiple a las cuales se les asignó un valor o



una clave para su fácil análisis, esto en base a lo concluido y señalado por Webster (2000).

Para la elaboración del cuestionario de evaluación de satisfacción de clientes se consultó la opinión del Licenciado Leobardo Espinoza, Gerente General y propietario del establecimiento, quien sugirió que se tomara como base el cuestionario con el que anteriormente se contaba, para así poder realizar una nueva propuesta con sus respectivas modificaciones y que fuera de utilidad tanto para el proyecto de investigación como para dicha empresa. Una de las principales sugerencias recibidas fue que el cuestionario no contara con más de diez preguntas a contestar, de lo contrario resultaría incómodo para el cliente ya que la principal razón de su estancia es el descanso, por tal motivo el momento ideal para la aplicación del cuestionario es el check out, tomando en cuenta que el huésped no estaría dispuesto a invertir mucho tiempo en dicha actividad.

Este cuestionario consta de 9 preguntas, siendo siete de estas de opción múltiple y cerradas, y las últimas dos abiertas para dar lugar a que los clientes pudieran tener un espacio de opinión y sugerencias.

Cabe mencionar que el enfoque principal de las preguntas de este cuestionario se basa en la percepción del cliente para evaluar el grado de satisfacción adquirido en su visita a dicha empresa.

### ***3.4 Procedimiento***

El procedimiento para aplicar dichos instrumentos de medición, es decir los cuestionarios antes mencionados fue, para el primero de ellos, la realización de entrevistas a los veinte empleados con los que cuenta el hotel, por dicha razón esto es



---

considerado un censo ya que se tomaron los elementos totales de la población, según Hayes (2000).

Para realizar dichas entrevistas se acudió a la Srta. Mariana Alonso, gerente de relaciones públicas y ventas del hotel Mesón Sacristía de la Compañía, Puebla, con el objetivo de conocer los horarios de trabajo, días de descanso y horarios en los que la plantilla de trabajo podría estar completa, lo cual resultaría benéfico para llevar a cabo el instrumento de medición, el tiempo que se empleó para la obtención de estos datos fue en la primer semana del mes de octubre del año 2005.

En cuanto al cuestionario que debía ser contestado por los clientes se necesitó la aprobación del mismo, en base al tipo de preguntas establecidas, así como el formato y presentación a utilizar, los cuales debían tener congruencia con la ideología con la que cuenta el hotel, para crear un estado de compromiso y fidelidad del cliente hacia la empresa.

Dicho instrumento requirió de un mes para ser contestado por la mayoría de los clientes que visitaron el hotel durante en octubre del año en curso y tomando en cuenta que el mismo representa un periodo de baja ocupación se podría poner en riesgo la obtención de cuestionarios.

Debido a las consideraciones que el hotel tiene hacia sus clientes se acordó que el instrumento estaría bajo el control del área de recepción, debiendo aplicar el mismo al momento del check – out para no causar molestias durante su estancia, dando lugar a que los clientes manifestaran en conjunto todas sus opiniones en cuanto el servicio y productos que recibieron del hotel.

Para la obtención de datos de la satisfacción de los clientes se tendría que tomar una muestra considerando que no se podía saber con exactitud cuantos clientes visitarían al hotel en dicho mes ya que por ser periodo de baja demanda podría tener



variaciones en su pronósticos de ocupación, por tal razón se tuvo que esperar a conocer el número total de clientes para así poder asumir que el número de cuestionarios contestados representaba una muestra significativa que pudiera ayudar confiablemente a la interpretación de los datos en cuanto a la satisfacción del cliente.

### ***3.5 Análisis***

De acuerdo a la información obtenida del instrumento que se aplicó tanto para huéspedes como para empleados, el análisis de los datos obtenidos se interpretaron por medio de gráficas en el programa Excel.

Las graficas resultantes del instrumento de evaluación de empleados, se encuentran distribuidas en secciones que incluyen los elementos del comportamiento organizacional, esto con el fin de facilitar el procedimiento de identificación de cada uno de estos. Por otro lado los datos obtenidos del instrumento de evaluación de satisfacción aplicado a los clientes se ven concentrados en una gráfica que proviene del análisis de las variables incluidas en cada pregunta, dando lugar al conocimiento del nivel de satisfacción de los clientes.