

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. INTRODUCCION

En este capítulo se describen las acciones que se llevaron a cabo para obtener la información necesaria sobre la ventaja competitiva que crea la fidelidad de los empleados de un hotel de gran turismo, a través de la cultura organizacional.

El método de investigación que se llevó a cabo es de tipo cuantitativo, ya que en este tipo de estudios se define lo que se va a estudiar para medir con precisión las variables del estudio. El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar una hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer los patrones y probar las teorías (Hernández, Fernández-Collado y Baptista, 2006).

Las investigaciones cuantitativas se fundamentan más en explorar y describir, y luego en generar perspectivas teóricas. Por ejemplo, el investigador entrevista a la muestra, se recolectan datos expresados a través del lenguaje escrito, verbal, visual, los cuales describen y se analizan para obtener los resultados.

Una vez que se seleccionó el diseño de investigación apropiado y la muestra adecuada, la siguiente etapa consiste en recolectar los datos, por lo que se aplicaron encuestas a los empleados de cada departamento del hotel Camino Real de la ciudad de México (Hernández, et al, 2006).

Se eligió realizar una encuesta para la obtención de la información, ya que con este método nos proporciona las siguientes características importantes para la investigación:

- Es un procedimiento de investigación.
- Es una entrevista altamente estructurada.
- Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.
- Presenta la ventaja de requerir relativamente poco tiempo para reunir información sobre grupos numerosos.
- El sujeto que responde, proporciona por escrito información sobre sí mismo o sobre un tema dado. (Nagui, 1999)

El tipo de cuestionario que se elaboró para la recolección de datos es mixto, por lo que nos ofrece las siguientes ventajas:

- Requiere de un menor esfuerzo por parte de los encuestados.
- Limitan las respuestas de la muestra.
- Es fácil de llenar.

- Mantiene al sujeto en el tema.
- Es relativamente objetivo.
- Es fácil de clasificar y analizar (Naghi, 1999).

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la elección de los hoteles donde se aplicaron las encuestas de la investigación se contactó a los departamentos de Recursos Humanos de varios hoteles de cinco estrellas y gran turismo de la ciudad de México vía telefónica. A partir del 24 de mayo del 2007 se comenzó a contactar a los diferentes Hoteles para pedir la autorización de aplicar los cuestionarios de la investigación. Algunos de los gerentes de Recursos Humanos de los hoteles con los que se contactó, proporcionaron sus correos electrónicos para que se les enviara la información correspondiente que explicara los objetivos principales de la investigación.

Dentro del correo electrónico que se les envió a los gerentes de Recursos Humanos se anexó una carta membretada originada por el departamento de Hoteles y Restaurantes de la Universidad de las Américas Puebla (UDLAP) y el cuestionario que se aplicó a los colaboradores para su revisión. Posteriormente se volvió a contactar a los diferentes gerentes para verificar si se había autorizado la aplicación de los cuestionarios.

La mayoría de las empresas que se contactó no podían colaborar por falta de apoyo de la dirección, políticas y otras razones de carácter interno. Se continuó contactando a diferentes hoteles hasta encontrar a la empresa que mostrara la disposición para la aplicación de las encuestas. Las encuestas se aplicaron en el Hotel Camino Real de la Ciudad de México, ubicado en Mariano Escobedo 700, Colonia Anzures, en plena zona financiera y comercial de Polanco.

El Hotel Camino Real de México, es un hotel de Gran Turismo con 4 diamantes. Es un hotel de 712 habitaciones con 1200 empleados. Entre sus instalaciones cuenta con dos albercas, un moderno gimnasio y 9 restaurantes. También cuenta con instalaciones para convenciones, seminarios y eventos sociales.

3.3. MUESTRA

El objetivo de la investigación fue conocer el punto de vista de los colaboradores del hotel. Administradores del hotel limitaron el posible contacto con los colaboradores, por lo que los empleados que contestaron el cuestionario fueron seleccionados por conveniencia, procurando abarcar todos los departamentos y áreas del hotel y diferentes niveles jerárquicos.

3.3.1. DISEÑO DE LA MUESTRA

El número de empleados del hotel en el momento en que se aplicaron las encuestas era de 1200 empleados, por lo que se pensaba aplicar el cuestionario al 90% de ellos para asegurar la confiabilidad de la investigación, pero por políticas de la empresa no se podía

permanecer mucho tiempo dentro de las instalaciones del hotel por lo que solo se lograron aplicar 300 encuestas que fueron el 25% de la población.

3.4. INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

Como instrumento de medición se utilizó un cuestionario, el cual contiene preguntas diseñadas para medir la satisfacción del empleado en el ámbito laboral y la lealtad a la empresa. El cuestionario que se desarrolló para aplicar a los colaboradores del hotel está formado de ocho secciones con diferentes preguntas, de tal manera que se pueda medir los diferentes aspectos relacionados con la satisfacción y lealtad de los empleados, entre estos factores se encuentran la cultura organizacional, la relación con el departamento de Recursos Humanos, el bienestar laboral, la satisfacción de los empleados, la relación con los supervisores y jefes, los métodos de selección y contratación y por ultimo la fidelidad del empleado.

El cuestionario consta de 41 preguntas, la primera sección estaba formada de seis preguntas abiertas, para conocer ciertas características demográficas de cada miembro de la muestra, como el género, edad, nivel de estudios, años en la empresa y departamento al que pertenece. La segunda sección estaba compuesta por cuatro preguntas diseñadas para conocer la relación y la percepción que tiene el empleado del departamento de Recursos Humanos. En la tercera parte se elaboraron cinco preguntas acerca de los diferentes conceptos de la organización, como: la cultura organizacional, visión, misión, valores, normas de comportamiento, estándares, procedimientos y su relación con éstas.

La cuarta parte del cuestionario está formada de cinco preguntas que nos dan a conocer el bienestar y las relaciones personales en el ámbito laboral. La cuarta y quinta sección del cuestionario estaban relacionadas, en la quinta parte se hicieron diferentes preguntas para ver el nivel de empowerment que tienen los empleados y la imagen que tienen de los beneficios y oportunidades que ofrece la empresa.

En la sexta parte del cuestionario se elaboraron siete diferentes preguntas que se referían al nivel a la satisfacción del empleado con el puesto de trabajo y la satisfacción con la empresa. En la siguiente sección de la encuesta se hicieron preguntas acerca de los métodos que el hotel utiliza para seleccionar y contratar personal. La octava y última sección contenían preguntas para conocer si el empleado tenía motivación para continuar trabajando en la empresa.

Como ya se mencionó, las primeras sección del cuestionario eran preguntas abiertas, y a partir de la pregunta siete se seleccionó la escala tipo Likert, la cual es un instrumento de medición o de recolección de datos que disponemos en la investigación social. Es una escala para medir las actitudes y consiste en un conjunto de ítems bajo la forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita la reacción de los individuos. Las alternativas que se escogieron para el cuestionario de esta investigación son 1 “Completamente desacuerdo”, 2 “Desacuerdo”, 3 “Indiferente”, 4 “De acuerdo” y 5 “Completamente de acuerdo”. Este cuestionario se presenta para su revisión en los apéndices.

3.5. PROCEDIMIENTO

El tamaño final de la muestra fue de 300 empleados, lo que corresponde al 25% de la población y es importante recordar que los encuestados fueron seleccionados por conveniencia, es decir, las encuestas fueron aplicadas en el comedor del hotel, durante la hora de comida de los colaboradores. Durante los días 20, 21 y 22 de junio en diferentes horarios se acudió al Hotel Camino Real de México para la aplicación de las encuestas. Por lo que sólo se consiguió aplicar cierto número de encuestas. Por políticas de la empresa no se podía permanecer más días dentro de las instalaciones del hotel, por lo tanto solo se pudo utilizar esos días para la aplicación del cuestionario. Una vez aplicado los cuestionarios se procedió a pasar los datos a Excel para un mejor análisis.

Durante la revisión de los cuestionarios se hicieron diversos procedimientos para evitar errores a la hora del análisis, los procesos fueron:

1. Revisión de cuestionarios. Se revisaron los cuestionarios en el momento que los encuestados la entregaban para constatar que fueran aceptables y el empleado hubiera entendido las instrucciones
2. Edición. Se continuó con la revisión de los cuestionarios, para asegurarnos de que no se hubieran contestado todas las preguntas con la misma respuesta, no hubieran preguntas sin respuestas o preguntas con doble respuestas.
3. Eliminación de cuestionarios. Durante la revisión se eliminaron 4 cuestionarios que no cumplían con los términos mencionados en el punto dos.