

CAPITULO III

METODOLOGÍA

En este capítulo, se explicará el método utilizado para la compilación y evaluación de los datos obtenidos por medio del cuestionario aplicado. Por principio, se procederá a definir el tamaño de muestra y las características de la población utilizada para efectos de este estudio. Posteriormente, se describirá de manera detallada el instrumento de medición que se utilizó. Por último, se explicará la manera en que fueron manejados los datos que las encuestas arrojaron y los análisis que se utilizaron para la interpretación de dicha información.



3.1 Selección del Hotel.

Para seleccionar el hotel que serviría como base de estudio, se tomó en cuenta que preferentemente se encontrara en la Ciudad de Puebla y que perteneciera a alguna cadena hotelera, ya fuera nacional o internacional. Como primera opción se buscó una entrevista en el departamento de recursos humanos del Hotel Real Mesón del Ángel, el cual pertenecía al Grupo Real, una cadena que cuenta con doce hoteles repartidos en Centro América, México y Estados Unidos.

En la actualidad dicho hotel pertenece a la cadena internacional Marriott, por lo que su nombre cambió a Marriott Real Puebla. Por medio de una carta emitida por el departamento de Hoteles y Restaurantes de esta universidad, se solicitó el apoyo por parte de la gerencia de recursos humanos. Se consiguió una primera cita, en la cual se entregó dicha carta y un documento por escrito especificando el nombre del alumno, el título tentativo de la tesis a realizarse, el nombre del asesor de la tesis y la herramienta a utilizarse para la recaudación de los datos.

En una segunda cita, se tuvo una entrevista con la asistente de la gerencia de recursos humanos, la cual expresó que en dicho hotel se estaba realizando un proyecto similar al que se estaba proponiendo, por lo cual no sería posible contar con su apoyo.

Como segunda opción, se buscó una entrevista con la gerencia del departamento de recursos humanos del Hotel Camino Real, el cual pertenece al Grupo Empresarial Ángeles, que es una empresa mexicana que opera la cadena hotelera. El lugar en donde se ubica el



hotel, fue el lugar en el que durante los años 1593 a 1861 albergó al Convento de La Limpia Concepción, perteneciente a la orden religiosa de las Clarisas Concepcionistas. Por otra parte, durante la misma época fue ocupado por el Ejército de Oriente como cuartel militar para prepararse para la batalla del 5 mayo de 1862. El Hotel Camino Real, cuenta con 84 habitaciones y suites decoradas al estilo virreinal y posee el reconocimiento “*Four Diamond Award*”, otorgado por la *American Automobile Association*.

En esta primera entrevista, se llevó una carta similar a la que se entregó en el caso anterior y los mismos documentos, incluyendo la herramienta a utilizarse. En una segunda entrevista, se comentó con la gerencia de recursos humanos, específicamente con la Licenciada Claudia González, la finalidad del proyecto y la manera en la que se realizarían las encuestas. En este caso, la gerencia se mostró interesada en apoyar el trabajo ya que recientemente habían tenido una reestructuración de personal y querían saber qué tanto había afectado esto la comunicación entre sus empleados. Se obtuvo el permiso para realizar las encuestas en el hotel. Se pactó una fecha para comenzar la aplicación de las mismas, la cual fue en el mes de mayo del 2003, y se determinaron fechas y horarios para trabajar.



3.2 Determinación de los sujetos de estudio

Debido a la naturaleza del estudio y los resultados que se buscan obtener, se determinó que cualquier empleado del hotel podía ser encuestado, ya que se busca conocer la opinión de empleados de todos los niveles jerárquicos dentro del organigrama del mismo. Se buscó a personas que tuvieran subordinados a su cargo y a personas que no los tuvieran, a niveles ejecutivos y a niveles operativos, todo esto de manera aleatoria. Se les aplicó un cuestionario que será explicado posteriormente en este capítulo.

Al momento de tomar la muestra, el hotel contaba con 115 empleados, sin embargo la gerencia advirtió que probablemente no podrían ser encuestados todos debido a que algunos se encontraban en incapacidad, de vacaciones o en viajes de capacitación. Debido a que la población era finita, es decir se conocía el número total de empleados, se determinó tomar una muestra de aproximadamente el 70%. El porcentaje seleccionado es el equivalente a 80 encuestados.

3.3 Diseño del Cuestionario

Se utilizó un cuestionario llamado *Organizational Communication Scale*, (Anexo A), al cual se le omitieron tres preguntas ya que no aplicaban al caso de México. En cambio



se le agregó una pregunta que se consideró necesaria debido a la naturaleza del estudio y los resultados que se desean conseguir. Este cuestionario fue desarrollado por Roberts y O'Reilly en 1974 con el propósito de medir las variables de comunicación en las organizaciones.

El cuestionario está formado por 21 preguntas en total. Se encuentra dividido de acuerdo al tema que aborda la pregunta. En principio se dan las instrucciones y se explica brevemente la naturaleza del mismo. En la primera pregunta se cuestiona solamente si tiene subordinados a su cargo, dando como opción de respuesta un SI o un NO. A partir de la segunda pregunta, se clasifican y evalúan de la siguiente manera:

3.3.1 Confianza del Subordinado hacia el Supervisor.

Este apartado contiene a las preguntas 2, 3 y 4. Las preguntas son evaluadas por medio de una escala de Likert conformada por 7 puntos. En el caso de la pregunta número dos, se da la opción de tomar con el número 1 a la opción: Completamente Libre y por el contrario, a la opción 7: Muy Cauteloso. En la pregunta número tres la opción 1 es Siempre Acertada; y de manera opuesta, la opción 7: Nunca Acertada. Por último en la pregunta número cuatro, la opción 1 es Confío Completamente y su extremo, la opción 7 es Desconfío Completamente.



3.3.2 Influencia del Supervisor.

Esta sección está conformada por las preguntas número 5, 6 y 7. En este caso también se utiliza la escala del 1 al 7, de la siguiente manera. Para la pregunta número cinco, la opción 1 es Mucho y la opción opuesta es Poco. En la pregunta número seis, la opción 1 se definió como Muy Importante y la opción 7 como Poco Importante. La última pregunta de este apartado, la número siete, tiene como opción 1: Estoy bien como estoy y de manera opuesta la opción 7: Deseo Mucho una Promoción.

3.3.3 Movilidad en la Empresa.

En este caso están contenidas las preguntas número 8 y 9. Al igual que anteriormente, la escala es del 1 al 7. En la pregunta número ocho se da como opción 1: Muy Importante y en el extremo la opción 7: Poco Importante. La otra pregunta, la número nueve, tiene como opción 1: Tengo Poca Confianza y como opción opuesta la 7: Tengo Mucha Confianza. Cabe mencionar que en esta pregunta las opciones han cambiado y la 1 aparece como la más negativa y la 7 como la más positiva.



3.3.4 Dirección de la Información.

En esta sección se van a considerar las preguntas número 10, 15 y 16 debido a que las tres abordan el tema en cuestión. En este caso se brindan tres opciones a escoger, las cuales son: Superiores Inmediatos, Subordinados y Compañeros (del mismo nivel). Para responder a estas preguntas, el encuestado debía llenar los espacios mostrados indicando, a manera de porcentajes, lo que se le preguntaba formando un 100% con el total de sus respuestas.

En la pregunta número diez se analiza la Dirección de la Información en este caso la Ascendente de la manera en que se ha descrito anteriormente. La pregunta número quince se refiere a la Dirección de la Información Descendente y por último en la pregunta dieciséis se toma en cuenta la Dirección de la Información Lateral de la misma forma que las anteriores.

3.3.5 Métodos de Comunicación.

Este apartado está conformado por la pregunta número 11. Esta pregunta es evaluada por medio de atribución de valores a manera de porcentaje a cada una de las alternativas que se presentan. Dentro de esta pregunta se proporcionan tres métodos y otro a



especificar por parte del encuestado, en los cuales se puede repartir un total de 100%. Los métodos son: Escrito, Cara a Cara, Teléfono y Otro (especificar). De esta forma el encuestado reparte el 100% de acuerdo a la frecuencia con la que utiliza dichos métodos.

3.3.6 Precisión de la Información.

Esta sección está conformada sólo por la pregunta número 12. Esta pregunta se evalúa nuevamente con los siete puntos pero en esta ocasión la pregunta está formada, a su vez, por tres cuestiones. Las opciones son: a) Superiores Inmediatos en donde 1 es Completamente Precisa y 7 es Completamente Imprecisa, b) Subordinados con la misma escala y c) Compañeros de Trabajo también con la escala utilizada en los incisos a) y b).

3.3.7 Sobrecarga de Información.

La séptima sección está formada por las preguntas número 13 y 14. Estas preguntas se evalúan por medio de la escala de siete puntos. Para la pregunta número trece la alternativa 1 es: Casi nunca tengo demasiada información y la alternativa contraria, 7 es:



Frecuentemente tengo demasiada información. Para la número catorce las posibilidades son: 1 Siempre y por el contrario: 7 Nunca.

3.3.8 Deseo de Interacción.

La octava escisión la componen las preguntas número 17 y 18. Para evaluar estas preguntas se utiliza la escala de siete puntos de la misma manera que se utilizó anteriormente en donde las preguntas tienen a su vez tres cuestiones. La pregunta diecisiete está formada por los incisos a) Superiores Inmediatos, b) Subordinados y c) Compañeros de Trabajo (De su mismo nivel). Cada uno de los incisos tiene las opciones 1: Toda y 7: Ninguna. La pregunta dieciocho tiene también los tres incisos con las mismas opciones, 1: Toda y 7: Ninguna.

3.3.9 Motivos para Distorsionar la Información en Dirección Ascendente.

Esta sección está formada sólo por la pregunta número 19. Una vez más se evalúa por medio de la escala de siete puntos en donde 1 es: No Existen Fuerzas y por el contrario 7: Existen Poderosas Fuerzas.



3.3.10 Grado de Satisfacción con la Comunicación en la Organización.

Para esta división se ocupa la únicamente la pregunta número 20. Para evaluar esta pregunta se utilizan siete dibujos de caras que expresan como alternativa 1: a una persona extremadamente sonriente y como alternativa 7: a una persona extremadamente seria. Los dibujos se marcan al igual que se hizo con las opciones numéricas de las anteriores escalas.

3.3.11 Relación entre Comunicación y Servicio.

Por último el onceavo apartado se compone por la pregunta que fue agregada para los fines de este estudio, la número 21. La pregunta se evalúa utilizando la escala de siete puntos teniendo como opción 1: Muy Relacionada y como su opuesto la opción 7: Poco Relacionada.



3.4 Aplicación del Cuestionario.

La muestra fue tomada, como ya se mencionó anteriormente, a 80 empleados durante los meses de mayo y junio abarcando el primer, segundo y tercer turno. Se les pidió a los empleados que llenaran los cuestionarios haciendo un pequeño receso durante su horario normal de trabajo, se les explicaron las instrucciones y se dejó que fueran ellos quienes llenaran los cuestionarios. Se estuvo personalmente asistiendo a los empleados para resolver cualquier duda en cuanto al diseño del cuestionario y su funcionamiento.

La mayoría de los encuestados fueron de los primeros dos turnos ya que es cuando hay mas personal laborando en el hotel. Se abordó a personal de los departamentos de mantenimiento, ventas, recursos humanos, alimentos y bebidas, banquetes, valet parking, botones, recepción, reservaciones, contabilidad, ama de llaves, almacén, tabaquería y áreas públicas, como se muestra en el anexo c.

Se escogió a los candidatos de forma aleatoria, es decir al azar, conforme a los que estaban laborando los días en que se realizaron las visitas. Para abordar a los candidatos se les explicaba que era un proyecto de tesis y que la encuesta era totalmente anónima con el propósito de proveer libertad al contestar. Durante la aplicación de las encuestas también se contó con el apoyo y orientación del Departamento de Recursos Humanos por parte de su Gerente, la Lic. Claudia González. Dicho apoyo facilitó la colaboración del personal.



3.5 Análisis de Datos.

Una vez recabada la información de los 80 encuestados, se elaboró una base de datos en el programa de computación Excel. Los resultados fueron obtenidos utilizando el programa estadístico SPSS 11.0. Los análisis que se realizaron con dicho programa fueron:

- 1) Medida de adecuación de la muestra de Kaiser-Meyer-Oklin (KMO). Esta prueba es un índice utilizado para estudiar y llegar a saber qué tan apropiado es realizar un Análisis Factorial con la información que se tiene.
- 2) Prueba de Esfericidad de Bartlett. Es una estadística utilizada para el estudio de la hipótesis de que las variables no se encuentran correlacionadas en la población. Es decir que cada variable se correlaciona con ella misma pero no tiene ninguna correlación con las otras variables.
- 3) Análisis Factorial. Es un procedimiento que sirve para la reducción y el resumen de datos. Es una técnica de interdependencia en la que se estudia todo un conjunto de relaciones interdependientes. Con este análisis se pretende agrupar las preguntas que compartan un mismo objetivo a cuestionarse para saber como están relacionadas unas con otras.



4) Representación Gráfica de las Respuestas a las Preguntas número 10, 11 15 y 16.

Debido a que las respuestas a las preguntas contenidas en este análisis se presentan en porcentajes, se convino mostrarlas en gráficas de pay para su mejor entendimiento y representación.

5) Obtención de las medias para las preguntas número 2, 5, 6, 9, 13, 14, 18, 20 y 21.

Considerando el objetivo principal de esta investigación, se analizarán las respuestas a estas preguntas por medio de una medida de centralización, en específico, la media de cada una. Obteniendo este dato, se podrá conocer de una forma sencilla, la respuesta que la mayoría de los encuestados otorgó para cada una de estas preguntas.