

METODOLOGIA

CAPITULO IV

METODOLOGIA

4.1. INTRODUCCION

Para llevar a cabo el desarrollo de un diagnóstico del clima organizacional a la empresa “Grúas y Asistencia Guadalupe” es necesario realizar una investigación que arroje información de los posibles problemas que son determinantes para el clima laboral.

El diagnóstico organizacional es un proceso en que una determinada persona (observador) explicará las experiencias que tiene de una organización y de su operar (observado). Cada vez que se observa una organización es posible destacar sus miembros, los subsistemas, departamentos y ver a la organización relacionándose con su entorno. (Rodríguez, 2001, p.32).

En este caso nos enfocaremos en las actividades que se relacionan a los recursos humanos, cuya finalidad es mejorar la atención al cliente y guiar de manera conveniente a todos los miembros de la organización para que realicen un trabajo digno de la satisfacción tanto propia como de la organización y del cliente.

La comunicación, el liderazgo, la motivación, el servicio y la percepción de los clientes respecto al servicio que reciben son algunos de los factores que tienen impacto en el clima laboral

4.2. PROCESO DE INVESTIGACION

Figura 4.2.1. Pasos de la Metodología

- 1.- PROBLEMA DE INVESTIGACION
- 2.- TIPO DE INVESTIGACION
- 3.- ESTABLECIMIENTO DE LA HIPOTESIS
- 4.- DISEÑO DE LA INVESTIGACION
- 5.- SELECCIÓN DE LA MUESTRA
- 6.- RECOLECCION DE DATOS
- 7.- ANALISIS DE DATOS
8. PRESENTACION DE REPORTES DE INVESTIGACION

Fuente: Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P., 2002. Metodología de la Investigación. México, Editorial McGraw- Hill.

4.3. PROBLEMA DE LA INVESTIGACION

4.3.1 Objetivo General

La presente investigación tiene como objetivo general llevar a cabo un Diagnóstico del Clima Organizacional de una empresa de servicios, así como de analizar la percepción que los clientes tienen de ésta.

4.3.2 Objetivos Específicos

- Seleccionar y aplicar instrumentos de medición
- Seleccionar la muestra
- Seleccionar y preparar el método de medición
- Analizar resultados obtenidos

4.4. TIPO DE INVESTIGACION

El tipo de Investigación va de Exploratoria a Descriptiva. Es exploratoria porque necesitamos obtener información la cual servirá para llevar a cabo una investigación futura, identificar variables y proponer soluciones que se puedan verificar posteriormente. La investigación se considera exploratoria porque no existe con anterioridad datos específicos que resuelvan claramente el problema que se ha definido. (Hernández, Fernández y Baptista, 1998).

Los estudios descriptivos miden de manera más bien independiente los conceptos o variables a las que se refieren. Aunque, desde luego, pueden integrar las mediciones de cada una de dichas variables para decir cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno de interés, su objeto no es indicar cómo se relacionan las variables medidas. (Hernández, Fernández y Baptista, 1998, p.61).

Nuestra investigación cae en descriptiva porque necesitamos medir, ubicar y proporcionar una descripción de las variables. (Estructura, liderazgo, comunicación, motivación, servicio y cliente).

4.5. FUENTES DE INFORMACION

4.5.1. Fuente de Datos Primarios

Estos se recolectaron específicamente con el fin de satisfacer las necesidades inmediatas de la investigación. Los instrumentos que se usaron para recolectar la información fueron:

- *Observación*
- *Entrevista al Propietario*
- *Cuestionario empleados y clientes*

4.5.2. Fuente de Datos Secundarios

4.5.2.1 Datos Secundarios Internos

Los datos secundarios son toda aquella información que ha sido recopilada con anterioridad con un propósito diferente a la investigación, pero que nos ayudó en gran medida para obtener información y poder determinar la muestra de clientes y comportamientos.

Utilizaremos los siguientes datos: Reportes semanales de ausentismo, rotación, mala actitud, de servicio proporcionado, de servicio no realizado, de kilometraje, de control de horario por accidente, órdenes de salida de vehículos, así como reportes de facturación por mes, relaciones de cliente por semana, etc.

4.6. DISEÑO DE INVESTIGACION

4.6.1 Cuasiexperimental / Transversal

Nuestro estudio será cuasiexperimental porque se tiene un conjunto de sujetos que no se asignaron de manera aleatoria, sino que ya estaban formados con anterioridad. Y transversal porque se llevará a cabo en un punto determinado en el tiempo, pues los datos que se obtengan serán solamente en un momento en la vida de la organización con el propósito de describir las variables establecidas y analizar su incidencia en ese momento.

4.7. ESTRUCTURA DEL MODELO DE INVESTIGACIÓN

El modelo de diagnóstico del clima organizacional del presente estudio cuenta con factores y elementos que para esta organización específicamente son los de mayor importancia. Cabe mencionar que el clima laboral de cada empresa es único y particular; pues en cada organización el clima laboral se ve influenciado por diferentes factores que tienen un impacto de forma distinta en cada empresa.

Los modelos de Diagnóstico Organizacional que aparecen dentro del Marco Teórico son aquellos que fueron utilizados para estructurar el Modelo del Diagnóstico de Clima Organizacional para la empresa “Grúas y Asistencia Guadalupe”. Particularmente basándonos en el modelo de Weisbord (1978), el cual contempla 6 variables: Propósito, Estructura, Recompensas, Mecanismos Auxiliares, Relaciones y Liderazgo.

De acuerdo a las características de esta organización se cambiaron algunas de las variables del modelo, adecuándolas a las necesidades de la empresa a diagnosticar. Además se incluyó una variable externa, *Clientes*; ya que se analizará la percepción que éstos tienen sobre cada una de las áreas integrales del servicio que se les proporciona.

El modelo de Diagnóstico del Clima Organizacional para “Grúas y Asistencia Guadalupe” quedó compuesto con las seis siguientes variables (Anexo 7):

- Estructura
- Comunicación
- Motivación
- Liderazgo
- Servicio
- *Clientes*

4.8. SELECCION DE LA MUESTRA

4.8.1. Censo / Muestra

Dado a las características de la empresa se realizó un censo, que incluye a todo el personal que labora en “Grúas y Asistencias Guadalupe”, con la finalidad de medir las variables de incidencia en el clima organizacional.

Para efectos de este proyecto se considera como cliente al usuario final del servicio; ya que éste es quien realmente puede proporcionarnos información relevante para analizar la percepción del servicio que presta “Grúas y Asistencias Guadalupe”. Se obtuvo una muestra de 65 clientes que corresponden al 4% de la población actual de la cartera de clientes. El número de población que se consideró fue de 1610 clientes que corresponden del mes de enero al mes de septiembre de año en curso.

Para obtener la muestra de clientes, se llevó a cabo la sustitución de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N p q \sigma^2}{e^2 (N - 1) + p q \sigma^2}$$
$$\sigma^2 = 66\% - 99\% = 74.98\%$$
$$e = 2\% - 10\% = 7\%$$

Donde:

n= muestra

N= Población

p= punto estimador de probabilidad

q= probabilidad

e= error estándar estimado

σ^2 = Desviación estándar

Sustitución:

$$n = \frac{(1610) (.50) (.50) (1.15)^2}{(.07)^2 (1610 - 1) + (.50) (.50) (1.15)^2} = \frac{532.30}{8.2147} = 64.79 = \mathbf{65}$$

El resultado que dio la sustitución de la fórmula para una muestra representativa fue de 65 clientes.

4.9. RECOLECCION DE DATOS

Para recolectar datos hay que seleccionar un instrumento de medición, aplicarlo, preparar las mediciones, obtener los resultados de las mediciones, analizar los resultados, para que posteriormente se generen recomendaciones, conclusiones y una propuesta para la mejora.

Como primer paso se realizó una entrevista estructurada con preguntas abiertas al propietario de "Grúas y Asistencia Guadalupe", medio por lo cual se obtuvo el primer grupo de información en relación a la empresa (misión, visión, valores, historia, características externas e internas, etc.). (Anexo 1).

La observación es una técnica de captación de datos para obtener información tal y como sucede en el ambiente del objeto de estudio, como su nombre lo indica, el investigador solamente observa y escucha. (Vázquez, 1985).

Otra técnica de investigación empleada durante este proceso fue la observación directa no estructurada, cuya finalidad fue recabar datos casuales que permitieran conocer el objeto de estudio y así observar la incidencia de las conductas de los operadores y administrativos. Se anotaron los hechos más relevantes de situaciones reales. (Anexo 6).

Para nuestro estudio también se utilizó el método cuantitativo para la recolección de datos, el instrumento seleccionado para dicha recolección fue un cuestionario estructurado mixto para empleados y otro para clientes, totalmente anónimo con 46 reactivos para el de empleados y con 25 reactivos para el de clientes. Dichos reactivos fueron redactados en forma de preguntas en donde los encuestados deberían indicar y contestar respecto a su punto de vista o experiencia. El cuestionario contendrá las condiciones de validez y confiabilidad.

Dentro de la condición de validez se utilizó la validez de constructo, puesto que nos basaremos en el modelo de las seis casillas de Weisbord (1978) (Ver Estructura del Modelo 4.8). Se aplicó una prueba piloto de diez encuestas tanto para el instrumento de empleados como para el de clientes. Se evaluó que las preguntas y alternativas de respuestas fueran comprendidas por los encuestados. Dicha prueba permitió cambiar la presentación de las posibles respuestas, simplificar la redacción de las preguntas e instrucciones y eliminar preguntas innecesarias. Dentro del punto de validez de contenido realizamos preguntas cerradas y abiertas basándonos en las variables a estudiar en las áreas de estructura, liderazgo, comunicación, motivación, servicio y cliente.

Con lo que respecta al punto de confiabilidad nuestros instrumentos tendrán una consistencia interna, pues nosotros utilizamos el tipo de cuestionario mixto con respuestas abiertas y cerradas. En el instrumento a empleados en las respuestas cerradas a escala del uno al cuatro. Tomando el cuatro como Sí / siempre, el tres como Casi Siempre, el dos Algunas Veces, el uno como No/ Nunca. Y para el cuestionario de Clientes se usaron preguntas abiertas y diversos tipos de escala en las preguntas cerradas. Estas escalas ayudaron a medir los conceptos sobre los que se deseaba información. Las preguntas abiertas se utilizaron para obtener información de posibles soluciones respecto a las variables de estudio.

Como tercer punto se aplicó un cuestionario relacionado con las variables del modelo de diagnóstico a un censo de 22 empleados, con la finalidad de medir las variables de incidencia en el clima laboral. (Anexo 3 y 4). Los resultados de estas encuestas en encuentran en el Capítulo V.

Como cuarto punto, se aplicó un cuestionario a clientes (Anexo 8) a una muestra probabilística de 65. Los clientes a quienes se les aplicó la encuesta fueron escogidos al azar por medio de una tómbola donde se colocaron los nombres de los 1610 y al azar se fueron extrayendo y registrando el nombre de cada uno de los clientes. Los resultados en el capítulo V.

El proceso de la aplicación de los cuestionarios se realizó durante el mes de octubre y su tiempo de aplicación para el cuestionario de empleados fue de 15 minutos y para el de clientes fue diez minutos.

Para la recolección de datos utilizamos una hoja de Microsoft Excel (versión 2000) donde vaciamos y codificamos los datos obtenidos que posteriormente llevamos al análisis. (Anexo 10, 11 y 12).

4.10. ANALISIS DE DATOS

Para el análisis de datos se utilizó el análisis estadístico, a través de la estadística descriptiva para las variables tomadas individualmente y se presentaron en una distribución de frecuencias, específicamente en gráficas.

Este análisis se realizó de acuerdo con la codificación que se estableció para la recolección de datos. Se realizó el registro en una base de datos preparada para las mediciones a través del paquete SPSS (10.0 para Windows, versión estudiantil), en el cual se indican los porcentajes de acuerdo al número de incidencias de las variables. Los

porcentajes obtenidos facilitaron la elaboración de las gráficas de cada una de las variables establecidas para la investigación de este estudio.

De los resultados del análisis de datos se obtuvieron las conclusiones y recomendaciones.

4.11. PRESENTACIÓN DE REPORTE DE INVESTIGACION

El reporte de investigación contiene una portada, un índice, introducción, marco teórico, historia, metodología, resultados, análisis de los resultados, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos. Para la presentación se entregará el reporte del estudio formal y se explicará verbalmente apoyándonos de una computadora utilizando un programa de Power Point para la proyección de la presentación del reporte.