

Metodología

3.1 Introducción

La investigación a realizar será para evidenciar la importancia de la calidad en el servicio que los directivos de las empresas brindan a la organización, este importante punto ha tomado fuerza y es considerada un elemento básico para destacar y darle un valor agregado a las empresas. Nuestra investigación también constará de una segunda parte la cual será analizar empresas que utilicen el concepto de calidad del servicio y su situación con sus clientes. En este capítulo se van desarrollar los procedimientos para llevar a cabo esta investigación.

3.2 Proceso de investigación

La metodología que se utilizará será el enfoque de Hernández, Fernández y Baptista, la cual consta de estos ocho pasos:

- Problema de la investigación
- Tipo de la investigación
- Establecimiento de la hipótesis
- Diseño de la investigación
- Selección de muestra (No probabilístico)
- Recolección de datos
- Análisis de datos
- Presentación de reportes

3.3 Problema de la investigación

El objetivo general de este proyecto es identificar el estado actual del servicio ofrecido por las empresas de servicio en el estado de Puebla y evidenciar la importancia de este enfoque en los directivos de las mismas.

3.4 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se utilizará durante este proyecto será de tipo exploratorio, el cual propone examinar un tema o problema en el cual no se haya indagado mucho, aquí nos enfocaremos en conocer la importancia de los empresarios entrevistados para vender el servicio de calidad mundial al cliente, en este caso ha sido difícil seleccionar a la empresas que cuenten con los requisitos para llevar a cabo la investigación.

El tipo de investigación será en su primera fase exploratorio. También se utilizará una investigación la cual buscará identificar los diferentes puntos de vista de algunos empresarios para así saber el modo de aplicación del servicio en sus empresas. En la segunda fase el tipo de investigación será de tipo descriptivo.

Para este proyecto se utiliza un enfoque dominante: el método cualitativo se utilizará en entrevistas a profundidad con los directivos de las empresas en Puebla que se decidieron analizar. La entrevista a profundidad se realizará de cara a cara y serán preguntas abiertas. Por ser un método dominante matizaremos en el método cualitativo reflejando un poco en los resultados dados en los casos estudiados, los cuales reflejan un impacto de las utilidades en las organizaciones quienes implementaron la calidad en el servicio.

3.5 Establecimiento de resultados

Las empresas que utilizan la calidad del servicio y una buena relación con el cliente ven reflejados en las utilidades, lealtad de los clientes y posición en el mercado.

3.6 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación que se utilizará será no experimental, ya que se busca observar a los directivos para poder fundamentar el objetivo de este proyecto el cual es evidenciar la relevancia de la importancia de la calidad en el servicio al cliente en los directivos y la posición de las empresas en un mercado.

3.7 Selección de muestra

Para definir la selección de nuestra muestra utilizamos el diseño de Malhotra el cual consta de cinco pasos:

- Definir la población- Se utilizó un muestreo por conveniencia, según el giro, el tamaño y la posición de cada una de estas.
- .Determinar el marco de muestreo- Seleccionar con precisión que empresas son las que nos ayudarán de mejor manera a obtener la información requerida. Aquellas empresas que le den importancia a la calidad en el servicio, de esa manera será más fácil saber porque la aplican, de lo contrario las que no le dan la importancia debida podría ser una muestra con mayor dificultad para analizar los resultados.
- Seleccionar la técnica de muestreo- Definir la técnica por la cual mediremos a la población, es preciso elegir la mas adecuada para adquirir nuestros objetivos.
- Determinar el tamaño- Se eligieron cinco empresas de productos y servicios conocidas en Puebla y aparte donde se tiene accesibilidad con los altos directivos. Se enviaron invitaciones a 15 empresas que se consideraron representativas de organizaciones de servicio en la ciudad de Puebla, recibiendo respuesta favorable de las cinco que forman parte del estudio

- Ejecutar el proceso de muestreo

3.8 Recolección de datos

3.8.1 Seleccionar un instrumento o método de recolección de los datos.

Inicialmente se consideró la aplicación del SERVQUAL como instrumento para recolección de los datos, pero en el transcurso del marco teórico y la clarificación de los objetivos, observamos que no sería válido, dado que no nos permitía, considerando los objetivos, medir lo que queremos medir, esto es, la importancia que le dan los empresarios poblanos a la calidad en el servicio y los beneficios que ésta ofrece.

El método empleado son las entrevistas y la observación. Del mismo modo aplicándolas al modelo de Argyris del circuito simple y circuito doble. La entrevista fue semiestructurada no dirigida, con la siguiente estructura básica que nos permitiera cumplir con nuestros objetivos:

- ¿A qué se le da más importancia en el negocio, a las ventas o al servicio a la clientela?
- ¿Qué tipo de acceso tienen los empleados con las estadísticas que se relacionan con la calidad en el servicio dentro de la empresa?
- ¿Se recopila la información de las necesidades de los clientes dentro de la empresa?
- ¿Qué tipo de recursos y con qué frecuencia se destinan para poder ofrecer calidad en el servicio?
- ¿Qué beneficios cree que le da a su empresa el ofrecer calidad en el servicio al cliente?

3.8.2 Aplicación del instrumento o método de recolección.

Una vez realizadas las entrevistas a profundidad por medio del modelo de Argyris se analizarán los resultados obteniendo si sus estrategias de acción son teorías en uso o teorías adoptadas. Con este modelo, se medirán las expectativas que tienen los empresarios entrevistados, que percepciones tienen hacia el cliente

las cuales podrán ser medidas por medio de las diferentes dimensiones de calidad que esta herramienta propone.

3.8.3 Preparación de observaciones, registros y mediciones obtenidas para que se analicen.

Sobre estos enfoques nos estaremos guiando para poder mencionar la importancia que le dan los empresarios entrevistados a la calidad en el servicio y las decisiones que toman en base a este concepto.

Observación del comportamiento de las organización en cuanto a la aplicación de la calidad en el servicio al cliente y registrar el beneficio de aquellas que si lo apliquen.

3.9 Análisis de datos

Para analizar los datos, en la primera parte, con las entrevistas a profundidad realizadas a los directivos, se buscará edificar los diferentes elementos que hacen que estas personas tomen tales decisiones que respeten directamente a la calidad en el servicio al cliente. Tomando como referencia las propuestas sobre rutinas defensivas y diseños de ciclo simple y doble de Argyris (Argyris, 2001 pg 77)

3.10 Presentación de reportes

Se presentarán las entrevistas a profundidad de investigación en el capítulo 4 el cual considerara el uso de resumen y explicaciones que sustenten lo explicado en la investigación.