

CAPITULO IV METODOLOGÍA

Introducción.

En este capítulo se explica el proceso utilizado para el desarrollo de este estudio.

Para la elaboración de este estudio se utilizó el modelo presentado por Kinnear & Taylor (2000).

Los pasos del proceso de investigación son:

1. Establecer la necesidad de información
2. Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información
3. Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos
4. Desarrollar el procedimiento de recolección de datos
5. Diseñar la muestra
6. Recolectar los datos
7. Procesar los datos
8. Analizar los datos
9. Presentar los resultados de la investigación

4.1 Establecer la necesidad de información.

Como se mencionó en el capítulo anterior ACP por ser parte del grupo Audi se encuentra en el proceso de certificación ISO 9000, por esto se encuentra en la búsqueda de una mejora continua para la certificación, así como para la satisfacción total de sus clientes y con esto a un aumento en sus utilidades.

Por todo lo anterior, se realiza este estudio para mostrar a la gerencia de ACP la situación actual del departamento de Post-Venta con respecto a la relación cliente-proveedor interno para encontrar puntos críticos y áreas de oportunidad para la mejora dentro de sus procesos.

4.2 Objetivos de la investigación y necesidades de información

A continuación se presentan los objetivos, general y específicos, de la tesis.

4.2.1 Objetivo General

Detectar la calidad en las relaciones cliente proveedor interno existentes en el departamento de Post-Venta ACP con base a su esquema de servicio y la cadena de valor del servicio, con el fin de detectar los puntos críticos y áreas de oportunidad dentro del mismo.

4.2.2 Objetivos Específicos

- Revisar los procesos de funcionamiento de los diversos servicios que ofrece el departamento de Post-Venta de ACP.
- Realizar el esquema de servicio de los principales servicios con base en los procedimientos que sigue el departamento de Post-Venta de ACP.
- Analizar la cadena de valor del departamento de Post-Venta.
- Verificar el nivel de entendimiento o conocimiento de los empleados, con respecto a los pasos de los procesos existentes en el departamento de Post-Venta de ACP.
- Detectar si es de conocimiento del personal de Post-Venta, la definición de calidad.
- Verificar si existe algún tipo de retroalimentación, con relación al desempeño laboral dentro del departamento de Post-Venta de ACP.
- Detectar necesidades de los empleados para realizar su trabajo.

4.2.3 Necesidades de Información

La información necesaria de este estudio, para poder cumplir con los objetivos tanto general como específicos, es la siguiente:

- ¿Cómo está conformado el departamento de Post-Venta de ACP?
- ¿Qué tipos de servicios ofrece este departamento y cuál es el proceso a seguir para la entrega de los mismos?
- ¿Cómo define Audi el término calidad?

- ¿Cuál es la forma por la que la gerencia de Audi Center Puebla les da a conocer a los empleados el término calidad?
- ¿Cómo definen los empleados el término calidad?
- ¿Qué considera la gerencia de Audi Center Puebla que es de importancia para poder ofrecer una buena calidad en el servicio?
- ¿Cómo monitorean que el servicio que ofrecen se realiza con calidad?
- ¿Cómo define ACP el término satisfacción del empleado?
- ¿Qué estrategias realiza la empresa para retener al empleado?
- ¿Cómo define la gerencia de ACP la productividad del empleado?
- ¿Qué tan importante es la comunicación e integración con los empleados?
- ¿Qué necesidades tienen los empleados dentro de su trabajo?
- ¿Qué tanto conocen los empleados los procesos de los diferentes servicios y de las actividades de cada uno de los puestos del departamento de Post-Venta de Audi Center Puebla?
- ¿Se da a conocer a los empleados cómo se están desempeñando en sus puestos?

4.3 Diseño de la Investigación y Fuentes de Datos

Esta investigación es de tipo exploratoria, solamente se va a analizar la situación actual del departamento de Post-Venta y se encuentra abierta a obtener y así presentar todo tipo de información que sea de utilidad para la mejora que busca ACP. Las fuentes de datos para este estudio son de tipo secundarios internos.

4.4 Desarrollo del Procedimiento de Recolección de Datos

Para cubrir los objetivos planteados de este estudio, la forma de obtención de información, será por medio datos secundarios internos conforme a los procedimientos que se están implementando del proceso de certificación de ISO 9000 y por la realización de métodos de comunicación los cuales son:

- Grupo Foco
- Entrevista de Profundidad
- Cuestionario al personal de post-venta

4.5 Diseño de la Muestra

- Definir la Población. (Elementos, Unidades, Alcance y Tiempo)
 - Elementos: Todas las personas que trabajan dentro del departamento de Post-Venta de ACP.
 - Unidades: Todas las personas del Departamento de Post-Venta de ACP
 - Alcance: Con este estudio se pretende llegar sólo mostrar la situación actual en la que se encuentra el departamento de Post-Venta de ACP
 - Tiempo: El análisis se realizará en los meses de marzo y abril del año 2003.

- Identificar el Marco Muestral

El marco muestral, se forma por todas las personas que laboran en Post-Venta.

- Determinar el Tamaño de la Muestra

Debido que dentro del departamento de Post-Venta laboran trece personas se realizó un censo.

- Seleccionar un Procedimiento de Muestreo

El procedimiento de muestreo que se ha determinado para este trabajo es el *no probabilístico por juicio*, el cual consiste en seleccionar a los elementos de muestreo con base en el criterio del entrevistador con respecto a quienes proporcionarán la información necesaria.

Debido que el estudio se realiza dentro del departamento de Post-Venta de ACP, los empleados que laboran dentro de dicho departamento son los que contribuirán en la obtención de la información requerida en este estudio.

- Seleccionar la Muestra

Lo que se realizó fue un censo, por esto todos los empleados que forman parte del departamento de Post-Venta de ACP, participarán como fuente de información para éste estudio.

4.6 Recolectar los datos.

Para recolectar los datos se realizó una entrevista de profundidad, la cual consistió en hacerle al gerente general, al gerente de Post-Venta y al responsable de calidad una serie de preguntas. Estas se fueron preguntando en orden y contestando aleatoriamente por cada uno de los tres participantes, siendo el gerente de post-venta el que contestó a la mayoría de las preguntas. (Anexo No. 1)

Para la aplicación de los instrumentos de entrevista con los gerentes se utilizó únicamente la grabación de audio para así poder registrar todo lo que se comentó durante la aplicación del mismo.

Posteriormente se realizó una reunión con la gente del departamento de Post-Venta donde se les aplicó un cuestionario con 7 preguntas abiertas (Anexo no. 2) para determinar aspectos del tiempo y conocimiento sobre la empresa y la calidad requerida por la misma; así como los puestos en los que se han desarrollado dentro de ACP.

En esta reunión se realizó un grupo foco que a continuación se describen los pasos que se siguieron para el mismo, tomando como base el procedimiento planteado por Kinneer & Taylor (2000) en el libro “Investigación de Mercados”.

1. Seleccionar a los participantes, que para este caso fueron todos los mecánicos, la asistente de post-venta, el jefe de taller, el asesor de post-venta, el encargado de garantías y el encargado de almacén o refacciones, es decir, 8 personas cumpliendo

con uno de los requisitos del grupo foco donde no se deben de pasar de más de 10 o 12 personas para este instrumento de medición. También es importante mencionar que se omitió para esta actividad al gerente de post-venta para propiciar la apertura en las opiniones de los integrantes.

2. Determinar el lugar para esta actividad, que se realizó en la sala de juntas de esta empresa donde se les proporcionó un ambiente agradable con café, refresco y galletas para una mejor integración.
3. Se utilizó una cámara de video oculta para grabar las actitudes y opiniones de los participantes y una grabadora de audio para captar lo que la cámara no pudo grabar.
4. Se dio comienzo a esta actividad con el lanzamiento de preguntas basadas en objetivos planteados anteriormente, los cuales sirvieron para la recolección de la información necesaria; estas preguntas se fueron contestando por la mayoría de las personas presentes, donde el moderador procuró la participación de todos.
5. La actividad duró aproximadamente 50 minutos en la cual la mayoría de los empleados dieron su opinión y punto de vista sobre los temas que se trataron.
6. Para la realización del grupo foco se utilizó un formato que sirvió de guía, en el cual aparecen los puntos que se analizaron. (Anexo No.3)

4.7 Procesar los datos

Para procesar los datos se utilizaron medios de grabación, los cuales sirvieron para registrar la información obtenida y así poder transcribir todo lo que se comentó y con esto poder realizar con mayor facilidad el análisis, sin perder información importante.

4.8 Analizar los datos

Para analizar los datos obtenidos, se fueron respondiendo las necesidades de información, las cuales se plantearon con base en el objetivo general y a los objetivos específicos de este estudio.

4.9 Presentar los resultados de la investigación

En los siguientes capítulos se presentan todos los resultados obtenidos, así como las conclusiones, observaciones y sugerencias que se presentan a Audi Center Puebla.