CAPÍTULO IV

4. METODOLOGÍA

En este capítulo se hará la metodología de la investigación que realizaremos, explicando los tipos de investigación para poder catalogar nuestra investigación en alguno de los tipos que presentaremos, además de esto, se realizará el diseño de la investigación.

El diseño de la investigación implica la especificación de los objetivos generales, específicos, unidad de análisis, técnica de investigación, la operacionalización de las variables, censo, margen de error, nivel de confianza, además de la creación del instrumento de medición y el trabajo de campo.

Cada una de las etapas fue descrita y desarrollada de acuerdo con el análisis que se hizo como fin ultimo de esta tesis.

Los estudios de investigación se dividen en exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos, según la clasificación de Dankhe (1986) que Hernández, Fernández y Baptista citan, los estudios exploratorios son los que abren camino para otros estudios, es decir recopilan información para que los otros tipos de estudio puedan realizarse; los estudios descriptivos, describen el comportamiento de las variables y dan pie a los estudios correlacionales, que como su nombre lo dice pretenden ver la relación que existe entre las variables a estudiar y los estudios explicativos, que están centrados en la explicación que existe entre las variables del hecho o fenómeno investigado.

Como nos dicen Hernández, Fernández y Baptista (1991), es importante saber el tipo de estudio que realizaremos, para de esta forma poder llevar acabo nuestra metodología de acuerdo a lo que pretendemos lograr al final de nuestra investigación.

4.1. Tipo de investigación

La presente investigación es un estudio descriptivo ya que se busca especificar de manera precisa las propiedades importantes de personas, grupos, de comunidades o de cualquier fenómeno que se someta a estudio, en este caso serían los empleados de la agencia "Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V."

Aquí cuando hablamos de describir nos referimos a medir, por lo que en este tipo de estudios "se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas de forma independiente, para así – válgase la redundancia- describir lo que se investiga" (Hernández, Fernández y Baptista, 1991:60).

Las investigaciones también pueden ser definidas como cualitativas o cuantitativas, dependiendo del tipo de datos que manejemos. Las cualitativas estudian la forma no numérica del fenómeno a analizar; y las investigaciones cuantitativas, como su nombre lo dice, se valen de la representación numérica de los datos obtenidos, para después poder explicarlos con ayuda de métodos estadísticos.

La investigación cualitativa es usada, sobre todo en casos en el que es necesario ver el fenómeno a estudiar en su entorno natural, esto nos da una información más completa de lo que estudiamos, pues no tenemos limitantes como las pruebas usadas en experimentos ó encuestas. Este tipo de investigación tiene otra ventaja, la oportunidad de estudiar los fenómenos en el momento en el que están ocurriendo y no en una recreación de los hechos o por medio de encuestas o alguna otra prueba de aplicación posterior.

El análisis cuantitativo es definido por Babbie (1999) como la "representación y manipulación numérica de las observaciones con el propósito de descubrir y explicar los fenómenos que reflejan tales observaciones".

La investigación cuantitativa tiene como característica principal que los datos son cuantificables, se puede expresar numéricamente. Las encuestas y el análisis de contenido son las técnicas que se usan en este método de investigación.

La técnica que utilizamos para este estudio fue el método cuantitativo pues fue mediante una encuesta autoaplicada con la cual obtuvimos datos numéricos que posteriormente fueron vaciados a una base de datos y analizados con ayuda de métodos estadísticos.

4.2. Objetivos

4.2.1 Objetivos generales

- El objetivo general de este estudio es determinar todos aquellos problemas que dificulten la comunicación entre los distintos niveles de “Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V.”
- Evaluar el clima laboral dentro de la empresa “Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V.”

4.2.2 Objetivos específicos

- Conocer de manera detallada cómo fluctúa la comunicación interna dentro de la agencia “Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V.”.
- Conocer el grado de satisfacción, motivación, comunicación, liderazgo, retroalimentación, trabajo en equipo que hay en la agencia “Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V.”.
- Desarrollar una metodología que permita medir el clima laboral de esta empresa.
- Detectar los problemas y plantear posibles soluciones que beneficiarán a todo el personal que labora dentro de “Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V.”.

4.3. Variables a estudiar

Satisfacción, motivación, comunicación, liderazgo, retroalimentación, trabajo en equipo.

Como ya mencionamos en el capítulo primero de este trabajo, estas seis variables han sido elegidas, en primer lugar por ser unas de las que se encontraron al investigar qué es el clima laboral y en segundo lugar porque estas fueron señaladas como inquietudes de la empresa.

4.3.1 Operacionalización de variables

- Satisfacción: Indicador promedio que puede sentir el trabajador frente a las distintas facetas de su trabajo. La satisfacción laboral está relacionada al clima organizacional de la empresa y al desempeño laboral.

- Motivación: Se entiende como las recompensas que obtiene un empleado de las actividades que realiza en su trabajo, de igual forma ésta se refiere a la cantidad de estímulos que recibe el empleado dentro de la organización, en la cual debe existir programas de motivación.(William B.,1990). Con esta variable se pretende conocer el grado de motivación que manifiestan los empleados a lo largo del desarrollo de sus labores. Los indicadores de motivación:

8.- ¿Dentro de la organización se motiva e impulsa su desarrollo?

9.- ¿Sus superiores premian a todos aquellos que hacen bien su trabajo?

10.- ¿Se siente motivado para desempeñar su trabajo?

11.- ¿Los cursos de capacitación para los empleados lo ayudan para desempeñar mejor su trabajo?

12.- ¿Sus sugerencias son consideradas dentro de la toma de decisiones importantes de la empresa?

13.- ¿Los eventos que realiza la agencia ayudan en la integración del personal?

14.- ¿Sus superiores lo incentivan a trabajar mejor?

- Comunicación: El proceso de comunicación consiste en la transferencia y comprensión de información de una persona a otra. La comunicación constituye una parte básica de las organizaciones, la falta de información o el exceso de la misma puede crear problemas en la empresa. Los indicadores de comunicación son:

  15.- ¿La comunicación con su jefe es buena?

  16.- ¿La comunicación con sus compañeros es buena?

  17.- ¿La empresa cuenta con suficientes buzones de quejas y sugerencias para los empleados?

  18.- ¿Sus superiores se encuentran dispuestos para resolver los problemas de comunicación existentes?

  19.- ¿Está informado de los recientes cambios en la agencia?

  P20.- ¿Sus superiores le dan suficiente información para desempeñar correctamente sus labores?

  21.- ¿Su superior se asegura de que sus instrucciones son entendidas?

  22.- ¿Las acciones de su superior son congruentes con lo que dice?

- Liderazgo: se entiende como la capacidad que tienen los individuos de funcionar como una guía para otras personas con el objetivo de llegar a las metas deseadas. Esta variable tratará de conocer la percepción que tienen los empleados de sus líderes, es decir, si reconocen a un líder en su área o equipo de trabajo y si este defiende sus derechos. Los indicadores de liderazgo son:

  23.- ¿Existe un líder en su equipo de trabajo que defienda los intereses de los trabajadores de la empresa?

  24.- ¿Cree que su jefe inmediato es un líder?

  25.- ¿Tiene la capacidad de ser un líder en los momentos que se requiere?

  26.- ¿Los empleados de FORD dependen de un líder para respaldar sus peticiones?

- Retroalimentación: “Mensaje que indica el nivel de entendimiento entre dos o más comunicadores, en respuesta a un mensaje original” (Barrer, 1981; p88). Es decir, la

retroalimentación es la comunicación que el receptor envía al emisor de manera verbal y/o no verbal indicándole si entendió o no su mensaje y cómo lo interpretó. Los indicadores de retroalimentación son:

27.- ¿Su desempeño es evaluado de forma justa?

28.- ¿Si se presenta algún problema tiene la confianza de comunicarlo con su jefe inmediato?

29.- ¿Después de plantear el problema recibe alguna respuesta inmediata?

30.- ¿Considera que puede influenciar en las decisiones que afectan su trabajo?

31.- ¿Si se presenta un problema, existe un diálogo sano entre los distintos niveles que permitan arreglarlo?

- Trabajo en equipo: Se entiende como la capacidad que tienen los empleados para relacionarse con sus demás compañeros y realizar la misma función entre varios empleados para obtener mejores resultados en la misma. Los indicadores de trabajo en equipo son:

32.- ¿Considera que el trabajo en equipo de la agencia es bueno?

33.- ¿Su superior hace algo para hacer placentera su estancia en el trabajo?

34.- ¿Considera que el trabajo en equipo es necesario para realizar mejor sus funciones?

35.- ¿Realizando el trabajo en equipo, traerá beneficios a la distribuidora?

4.3.2. Cuestionario

En este estudio usamos un cuestionario de 35 preguntas cerradas y 4 preguntas abiertas para conocer de qué manera podrían mejorar los empleados la organización de la cual forman parte. Este cuestionario fue auto-administrado, es decir, el cuestionario se

entregó directamente a las personas para responder, quienes los contestan y devuelven a la fuente.

Antes de llegar al instrumento de medición se aplicó una prueba piloto, a 10 empleados de la agencia FORD Rivera S.A. ubicada en la ciudad de Puebla, esto con el fin de asegurarnos de que tanto la estructura como las instrucciones fueran entendidas con claridad. Después de aplicar la prueba piloto no se realizó ningún cambio, ya que los empleados no mostraron alguna duda sobre el cuestionario.

Después de realizar la prueba piloto el instrumento de medición quedó de la siguiente manera: consta de 8 partes, la primera parte es el filtro en la cuál solo se preguntará el departamento al que pertenecen, en la segunda sección se encuentra la variable de satisfacción, van de la pregunta 2 a la 7, en la tercera sección se pregunta sobre la motivación y son las preguntas 8 a 14, en la cuarta parte se encuentra la comunicación y las preguntas son de la 15 a la 22, en la quinta sección o sea de la pregunta 23 a la 26 nos permitirá conocer el liderazgo, en la sexta parte del cuestionario se encuentra la retroalimentación que existe en la empresa y son las preguntas 27 a la 31, la séptima sección es el trabajo en equipo y van de la pregunta 32 a la 35 y en la octava sección están las preguntas abiertas las cuales nos ayudaran a conocer las opiniones de los empleados para mejorar la empresa y son la pregunta 36, 37, 38, 39 , por último se agregó una sección de demográficos.

4.4. Diseño de la muestra

Se realizó un censo del 100% del personal que labora en la empresa, todos ellos de ambos sexos y siendo los mismos de los diferentes departamentos de la organización. Hubo solo 3 personas que no asistieron a trabajar por causas de fuerza mayor durante los días que se realizó el trabajo de campo. Por lo cual, de los 54 empleados, se entrevistaron a 51.

Al aplicar la encuesta a todo el personal, nuestro margen de error es de 0, y por lo mismo, nuestro nivel de confianza es de 100%.

De los 51 empleados encuestados, el censo por departamentos, edad y sexo quedó de la siguiente manera:

P1. ¿A qué departamento pertenece?			
		Frequency	Valid Percent
Valid	Servicio	19	37.3
	Refacciones	8	15.7
	Administració	5	9.8
	Ventas	14	27.5
	Conauto	5	9.8
	Total	51	100

Tabla No.2

p41. Edad			
		Frequency	Valid Percent
Valid	18 a 23	10	19.6
	24 a 30	14	27.5
	31 a 36	8	15.7
	37 a 42	10	19.6
	43 ó más	9	17.6
	Total	51	100

Tabla No. 3

p42. Sexo			
		Frequency	Valid Percent
Valid	Masculino	37	72.5
	Femenino	14	27.5
	Total	51	100

Tabla No. 4

4.5. Trabajo de campo

El cuestionario auto-administrado se aplicó el día 23 de marzo, entre las 10:00 a.m. y las 7:00 p.m. en las instalaciones de la agencia. Se les entregó de manera individual y al finalizar la encuesta esta fue entregada en el lugar acordado.

En esta parte de la tesis el proceso fue rápido y hasta cierto punto sencillo, sin embargo es de suma importancia pues de esta parte hemos podido recopilar los datos que nos dan la base para hacer un análisis que nos dará como resultado la respuesta a nuestros objetivos principales.

4.6. Unidad de medición

En el presente estudio se usan dos unidades de medición que son:

- Medias: que nos indican promedios, en una escala del 1 al 4, basados en el Parámetro Internacional de la Organización de Gallup.

Tabla 5: Parámetro Internacional Gallup

- Correlaciones: Nos indican que tanto se relacionan dos variables, en este caso, variable dependiente contra variable independiente, en una escala de 0 a 1.

  Clasificación:

  .500 ó más: Prioritaria

  .400 a .499: Muy importante

  .300 a .399: Importante

  .200 a .299: Básico

A partir de estos parámetros daremos paso al análisis de los datos que hemos recopilado, basados en lo estudiado en el capítulo.