CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

En todo trabajo de investigación es necesario emplear un proceso estructurado que guíe la realización de la misma para que finalmente se alcance el objeto deseado.

Lo importante en una investigación científica es seleccionar los métodos y técnicas adecuadas, tomando en cuenta la naturaleza del fenómeno que se va a estudiar.
Por consiguiente, los métodos y técnicas seleccionados nos permitirán implementar las etapas de la presente investigación.

Por tanto, en el presente capítulo se hablará de los puntos más importantes para llevar a cabo el procedimiento tales como son el caso de los conceptos de estudio de caso, entrevista, tipos de entrevista, la encuesta, muestra y los tipos de muestreo. Tomando en cuenta los conceptos dados por el autor Earl Babbie (1999) nos señala lo siguiente:

.

1.- Método

El método de investigación empleado en este trabajo corresponde a un estudio de caso basado en diversas técnicas de investigación que son: el cuestionario, la entrevista, el muestreo por conveniencia (muestra no probabilística) y la escala Likert.

1.1 Estudio de Caso

Como primer paso se llevó a cabo un estudio de caso ya que como se planteó en un inicio se trabajó en un contexto real con el personal y usuarios del DIF de San Andrés Cholula.

"Un estudio de caso es un examen ideográfico de un solo individuo, grupo o sociedad"(Babbie, 1999:240,241,260), esto quiere decir, que un estudio de caso es aquel que analiza profundamente ya sea a cierto individuo o comunidad para la realización de cierto proyecto. Entre algunos ejemplos que se pueden nombrar se tienen las crónicas antropológicas de tribus primitivas, los análisis sociológicos de la estructura de las organizaciones modernas y los estudios que los politólogos hacen sobre los movimientos políticos.

Robert K. Yin (1993) en su libro Applications of case study research comenta que un estudio de caso es un método de elegir cuando el fenómeno que se está estudiando no es realmente distinguible desde su contexto. Como fenómeno tal puede ser un proyecto o programa en una evaluación de estudio.

Sin embargo otra de las definiciones que Yin da en otro de sus libros Case study research es: "los casos de estudio son la estrategia preferida cuando cómo o por qué son preguntas dadas, cuando el investigador tiene un pequeño control sobre los eventos y cuando el fenómeno se encuentra sobre un contexto real" (Yin,1984 13).

Los pasos que menciona Yin para el estudio de caso son:

1.- Establecer el enfoque de la investigación a través de formular preguntas acerca de la situación o problema que se estudia y determinar el propósito de estudio.

2.- Seleccionar los instrumentos para la recolección de datos, las herramientas para recolectar estos datos pueden ser: la encuesta, la observación y la entrevista.

3.- Recolección de datos.

4.- Evaluación y análisis de datos.

5.- Reporte final.

El estudio de caso cuenta con diversos tipos de fuentes para obtener evidencias. Las fuentes son: la documentación (cartas, agendas, minutas, estudios o

evaluaciones formales entre otros), registro de archivos (archivos de servicios, personales, mapas, y características del lugar o listas de nombres), las entrevistas, la observación directa, observación participante y los instrumentos (Yin,1984:79).

1.2 Encuesta

La encuesta consiste en la recaudación de testimonios, orales y escritos, de personas vivas (Babbie 1999).

Para una buena investigación de campo es necesario tanto la realización de la entrevista como de la encuesta, la cual para que se lleve a cabo se tienen que observar los siguientes puntos:

- Determinar el objetivo que se persigue.
- Otorgar un valor a cada pregunta, para codificar los resultados.
- Determinar qué tipo de preguntas se van a emplear: abiertas, cerradas, directas o indirectas.
- Cuidar el vocabulario, para que éste sea adecuado al grupo social al que vaya dirigido el cuestionario.
- Ir de asuntos generales a particulares.
- Determinar el número de preguntas.
- Eliminar factores que distorsionen.
- Estudiar la forma de ganar la confianza del grupo.
- Cuando hay varios tipos de cuestionarios numerar cada uno en orden progresivo.

Según Babbie, el propósito que se esté buscando, el cuestionario podrá referirse a los hechos, actitudes o a las opiniones. Y conforme a la estructura el cuestionario tiene tanto preguntas como respuestas, predeterminadas. En este caso, las preguntas pueden ser abiertas o cerradas.

Las preguntas abiertas pueden ser respuestas en la forma preferida por el informante, preguntas cerradas denominadas también como fijas – alternativas-,

pueden ser dicotómicas (cuando admiten solamente una respuesta afirmativa o negativa) o en abanico (cuando permiten la elección entre varias categorías).

1.2.1 Instrumento

Un instrumento de medición para todo tipo de investigación es aquel que va a tener las herramientas necesarias para dicho estudio de caso y que serán utilizadas para su completa investigación y obtención de datos necesarios, los cuales pueden ser a través de entrevistas, cuestionarios, encuestas, etc.

1.2.2 Escala likert

En su libro Earl Babbie (1999) nos habla de como surgió la escala likert, así mismo, da a conocer las características de los reactivos de dicha escala. La cual fue una clase de medida compuesta por Rensis Likert con la intención de mejorar los niveles de medición en la investigación social mediante el uso de categorías de respuesta estandarizadas en los cuestionarios de las encuestas.

El valor particular del formato es la ordinalidad inequívoca de las categorías de respuesta. Sin embargo, Likert tenía en mente un método con el cual, este formato pudiera utilizarse para determinar la intensidad relativa de los reactivos.

1.2.3 Características de los reactivos

Se utilizó la escala Likert para la obtención de los resultados dados en el siguiente capítulo.

Los reactivos Likert son aquellos que emplean categorías de respuesta como muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo y muy en desacuerdo. Estos reactivos sirven para la construcción de escalas de Likert así como otras medidas compuestas. En la práctica, las escalas de Likert se usan rara vez en la actualidad, sin embargo, el formato de reactivos concebido por Likert es de los que más se emplean en el diseño contemporáneo de cuestionarios. Habitualmente ahora

aprovecha en la creación de índices simples. Se puede decir, cinco categorías de respuesta se asignarían de 0 a 4 o de 1 a 5 puntos, tomando en cuenta la dirección de los reactivos.

1.2.4 Operacionalización de variables

Satisfacción.- indicador promedio que puede sentir el trabajador frente a las distintas facetas de su trabajo. (www.monografia.com)

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 deben existir programas de motivación (William B., 1990).

Comunicación.- "cuando nosotros nos comunicamos con alguien nos esforzamos en compartir, en hacer común aquello que queremos comunicarle a ese alguien" (Nosnik : 78).

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 al igual que también puede ser un gran problema.

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.

De acuerdo con Rallph M. Stodhill citado en (www.liderazgo.com) dice que "es el proceso de dirigir las actividades laborales de los miembros de un grupo y de influir en ellas.

Retroalimentación.- "mensaje que indica el nivel de entendimiento entre dos o más comunidades, en respuesta a un mensaje original" (Barker,1981: 88). Esto quiere

decir, que la retroalimentación es la comunicación tanto verbal como no verbal, de esta manera sabiendo si lo entendió y como lo interpretó.

1.3 Población y Muestra

1.3.1 Muestra

De acuerdo Babbie (1999) en su libro el muestreo se ha desarrollado a partir de los sondeos políticos. Por otra parte, existen varios tipos de muestreo. Existen varios tipos de muestras, sin embargo en esta investigación solo será utilizada la Muestra no probabilística, la cual consiste según Babbie "en una muestra de manera distinta en la que postula la teoría de la probabilidad" (Babbie : 457).

1.3.2 Población

"Una población es la suma especificada por una teoría de los elementos de estudio" (Babbie : 179).

Dicho autor se refiere a que una población de estudio es aquella suma de todos los elementos que fueron elegidos para la muestra de un estudio.

1.4 Entrevista

De acuerdo con Babbie (1999) la entrevista se da a través de encuentros personales, siendo este tipo uno de los más prácticos y aceptados por la gente. Sin embargo, casi todas las entrevistas requieren de más de un entrevistador. Algunos de los rasgos distintivos que deben tener los participantes de la entrevista son los siguientes:

El entrevistador:

- Autoridad para realizar la entrevista.
- Agudeza en la observación.
- Capacidad para escuchar, transcribir, seleccionar y condensar la información obtenida.
- Adaptabilidad a circunstancias previstas e imprevistas.

- Don de gente.
- Cortesía.
- Tacto.
- Paciencia para repetir las preguntas que no sean captadas en una primera forma.

El entrevistado:

- Deseo de cooperar.
- Capacidad de observación.
- Sinceridad.
- Memoria.
- Imparcialidad.
- Habilidad para comunicarse oralmente.
- Tipicidad.

Por lo tanto, una entrevista es una relación, mediante la cual uno de los integrantes trata de obtener datos. Dos de los tipos de entrevista más importantes son aquellos que permiten un mayor acercamiento a las personas, las cuales son:
La primera es la entrevista estructurada la cual se realiza aunque el entrevistado no responda adecuadamente a las cuestiones que le son planteadas. El inconveniente de esta manera es que se puede dar el caso de que se desperdicien las aportaciones de una persona que no se haya sentido estimulada a comunicarse por el tipo de preguntas que le fueron hechas.

Por el contrario, la entrevista libre permite llevar en mente lo que se desea saber, sin que se tenga que seguir un orden riguroso. La desventaja es que resulta muy difícil evaluar los resultados, pues las respuestas no corresponden a nada previsto.

1.4.1. Tipos de entrevista:

Panel.- La finalidad de este tipo de entrevista consiste en estudiar la evolución de las opiniones, durante periodos cortos. Esto quiere decir, cuando se indaga la

evolución de cómo es aceptado o rechazado un producto que se desea colocar en el mercado, se repite la misma entrevista con ciertos intervalos sin variar las preguntas a las mismas personas. Pardinas (1991:112)

Focalizada.- Se le llama focalizada porque está concentrada en experiencias objetivas, actitudes o respuestas emocionales a situaciones particulares. Esto nos dice, que gira en torno a un suceso del cual el entrevistador ya tiene un juicio establecido, pero desea precisarlo con la opinión de personas que participaron en el hecho investigado. Pardinas (1991:114)

Entrevistas múltiples.- Este tipo de entrevista tiene la dificultad de que el sujeto entrevistado deberá admitir ser sometido a repetidas interrogaciones. Con esto el autor nos quiere decir que estas entrevistas son aquellas que se llevan a cabo por un jefe de personal con un aspirante a ocupar una plaza vacante. Pardinas (1991:114)

Entrevista a fondo.- este tipo de entrevista es un gran pilar junto con la observación participante la cual es una forma muy específica de investigación. Pedro Olea Franco. Manual de técnicas de investigación documental para la enseñanza media (2002 : 43 a 48)

2.- Procedimiento

2.1 Estudio de caso

Para el estudio del caso DIF en la comunidad de San Andrés Cholula, fue necesario conocer desde su inicio como organización no - lucrativa a nivel Nacional y así mismo todos sus antecedentes como misión, visión y objetivos, sin dejar de mencionar que tipo de talleres y áreas de trabajo son promovidas tanto dentro como fuera de las instalaciones para beneficio de la comunidad cholulteca.

Para la realización de la investigación, caso “DIF de San Andrés Cholula” se tomó en cuenta para su complemento la forma descriptiva, de la cual se obtuvieron los datos necesarios y suficientes para dicho entendimiento del problema.

Las técnicas de investigación empleadas en dicho estudio fueron:

1.- Como primer paso se realizó una entrevista a la Coordinadora de Desarrollo Comunitario la Lic. Claudia Briones Carreto. Dicha entrevista se llevó a cabo con la finalidad de obtener información al funcionamiento de las instalaciones de la institución, programas, actividades, talleres y ambiente laboral dentro del DIF, así como también que tipo de campañas se han llevado a cabo y cual ha sido la participación de la comunidad y alrededores.

2.- Posteriormente se llevó a cabo una revisión documental de la historia del DIF (contenido en el marco referencial).

3.- En lo referente a la consulta, se obtuvo información de:

a) antecedentes del DIF.
b) la misión, visión, objetivos del DIF.
c) el organigrama del DIF de San Andrés Cholula.
d) las áreas que se desempeñan en el DIF.
e) los servicios que son otorgados.
f) cuanta gente participa en la áreas.
g) los talleres recreativos que se llevan a cabo.

2.2 Encuesta

Las primeras encuestas se llevaron a cabo durante los días 9, 10, 11, 12, 13 y 14 de Marzo del año 2004 en las instalaciones del DIF San Andrés en horas que generalmente la comunidad asiste a consultas y talleres, las cuáles fueron suministradas a usuarios del DIF que acuden tanto a los servicios ofrecidos de forma gratuita como a los talleres recreativos que son desarrollados en las

instalaciones, es decir, de todas las áreas del DIF; por otra parte los días 10 y 11 de Marzo del año 2004 a las diez de la mañana se hizo la visita al DIF hora en la que los responsables que llevan a cabo dichos servicios (personal) dentro de cierta institución se encuentran desempeñando sus labores, planteándoseles preguntas específicas en relación a los servicios y la relación existente entre los usuarios y personal , por otra parte el cómo han sido ofrecidos dichos servicios y talleres, de los cuales se obtuvo la información necesaria para dicho estudio y de esta manera se obtuvieron resultados concretos de lo que se estaba buscando.

Para la realización de las encuestas fueron tomados varios reactivos del marco teórico y referencial guiándonos en aquellas variables que fueron arrojadas respecto a la operacionalización, variables como: comunicación, liderazgo, satisfacción, motivación y retroalimentación obteniéndose resultados que lograron aclarar aquellas dudas que se tenían en relación con los servicios y talleres que se desarrollan en el DIF, así como también de todo lo referente a dicha organización.

Se aplicaron un total de 137 cuestionarios, de los cuales 125 fueron dirigidos a los usuarios del DIF y 12 dirigidos al personal que labora en dicha institución, arrojando datos de gran interés. Se utilizaron reactivos de la escala Likert, y de esta forma fue más fácil el conteo para la obtención de resultados.

2.2.1 Instrumento

Los instrumentos de medición que se utilizaron en esta investigación caso DIF San Andrés Cholula fueron la encuesta y la entrevista.

El instrumento que se utilizó fue una entrevista a la Coordinadora de Desarrollo Comunitario del DIF de San Andrés Cholula y una encuesta para usuarios y personal del DIF con el fin de recopilar la satisfacción confiable y evaluar la satisfacción que tengan tanto los usuarios como el personal.

La encuesta para los usuarios consta de 11 preguntas y la de los usuarios de 22 preguntas redactadas de manera sencilla con el fin de que los empleados y usuarios decidieran entre opciones de respuestas que se aplicaron de acuerdo a la escala Likert.

2.2.2 Escala Likert

Para la realización de las encuestas se basó en los reactivos de la escala Likert los cuales son los siguientes:

a) Completamente de acuerdo.
b) De acuerdo.
c) En desacuerdo.
d) Completamente en desacuerdo.

2.2.3 Características de los reactivos

Dichos reactivos fueron expuestos a preguntas específicas que fueron suministradas al personal del DIF y los usuarios que asisten y participan en todos aquellos servicios y actividades brindados por el DIF.

2.2.4 Operacionalización de variables

De acuerdo al estudio que se está llevando a cabo se tomaron en cuenta las variables de satisfacción, motivación, comunicación, liderazgo y de retroalimentación, midiendo las satisfacciones que el DIF de San Andrés ha brindado a la comunidad y al mismo personal.

Las variables que fueron tomadas para la encuesta aplicada al personal respondieron ciertas preguntas, fueron las siguientes:

En las preguntas de la 1 a la 4 y la pregunta 15, se midió la motivación que el personal siente y recibe para la realización de sus labores dentro del DIF. Como se sabe la motivación en una empresa u organización de cualquier tipo es

indispensable siendo que al haber este tipo de impulso se puede llegar a un mejor desempeño tanto personal como laboral.

Las preguntas de la 6 a la 8 midieron la comunicación existente en la organización. Toda organización para que esta funcione de la mejor manera es la comunicación interna y externa es indispensable ya que ayuda a que las relaciones entre el personal de la organización y hacia los usuarios de cierta organización sea la mas adecuada y de esta manera las metas o fines propuestos sean los más eficaces y productivos.

Las preguntas 5, 16, 19, 21 y 22 hablan de la satisfacción que el personal del DIF siente y piensa en relación a dicha organización no – lucrativa. Se midió esta variable, ya que es muy importante conocer cómo se siente el personal en al organización en la que se encuentran desempeñando labores para el bien de una comunidad. Puesto que al no sentirse satisfecho ya sea de los servicios, áreas e instalaciones, el personal puede no sentirse motivado para trabajar de la misma forma no poder brindar su máximo esfuerzo.

Con las preguntas 13 y 14 se midió el liderazgo entre el personal, la cual es una variable muy importante, ya que en las organizaciones se recomienda que exista algún tipo de líder dentro de un grupo determinado para el apoyo en ciertas circunstancias que se lleguen a originar en toda organización. Las preguntas de la 9 a la 12 fueron tomadas del marco referencial.

Por último, en las encuestas aplicadas al personal se midió la variable de retroalimentación con las preguntas 17, 18 y 20. En donde dichas preguntas se refieren a como es la retroalimentación que reciben por parte de la dirección, también si realmente están siendo informados de todo lo que se acontece en el DIF, de qué manera lo hacen y si son los medios adecuados, existiendo, de esta

manera, una buena retroalimentación dentro de la organización mejorando el desempeño.

Las encuestas aplicadas a los usuarios correspondieron a las siguientes variables:

Las preguntas 1 y 2 fueron tomadas del marco referencial.

Con las preguntas 3, 4, 7, 10 y 11 se midió la variable de satisfacción, para conocer que tan satisfechos se sienten tanto de las instalaciones como de los servicios que como parte de una comunidad buscan un bienestar acudiendo a una organización que trate de cumplir todas sus necesidades.

La variable de motivación fue medida con las preguntas 5 y 6, en donde se preguntó si realiza algún tipo de taller recreativo y este como lo motiva. Toda organización sabe que la motivación ya sea por parte del personal al igual que de los usuarios es indispensable para que los objetivos propuestos sean cumplidos de la mejor forma obteniendo resultados.

Por último, las preguntas 8 y 9 midieron la variable de comunicación. Variable de gran importancia, ya que la comunicación es esencial tanto dentro como fuera de una organización, es decir, esta variable mide qué tanta comunicación e interacción existe por parte de los usuarios al personal y viceversa. Ya que la comunicación es el medio más factible para expresar dudas y responderlas. (ver anexo 2 y 3)

2.3 Población y Muestra

2.3.1 Muestra

Se consideró el muestreo por conveniencia a aquellas personas usuarias de los servicios y talleres en general ofrecidos por el DIF, la cual fue de 125 encuestados asistentes al DIF y por otra parte 12 encuestados representantes del DIF de las cuales se obtuvieron resultados muy interesantes.

La muestra que se tomó en cuenta para la obtención de los resultados dados en el siguiente capítulo fue una muestra de manera conveniente, a personas usuarias de la comunidad de San Andrés Cholula de los servicios e instalaciones del DIF, los cuáles a través de las encuestas realizadas a ellos se obtuvieron datos importantes.

Se llevó a cabo la identificación de nuestra audiencia meta siendo personas de nivel socioeconómico medio-bajo y bajo, siendo usuarios pertenecientes a la comunidad cholulteca y que tienen acceso y uso más frecuente de las instalaciones del DIF, requiriendo de servicios gratuitos.

2.3.2 Población

La población de esta investigación la conforman 12 empleados, los cuales forman parte del DIF. Al igual que la comunidad cholulteca que en este caso sólo se tomaron a 125 personas que se encontraban en las instalaciones del DIF y que asisten y hacen uso de los servicios que se ofrecen de forma gratuita.

2.4 Entrevista

Se realizaron dos entrevistas en días distintos de forma sencilla a la Coordinadora de Desarrollo Comunitario del DIF de San Andrés Cholula la Lic. Claudia Briones Carreto, quien en la primera entrevista realizada el día 28 de enero de 2004 comentó algunas de las campañas sociales que se han llevado a cabo. Considerando aquellas campañas de tipo social que el DIF de San Andrés Cholula ha estado desarrollando para beneficios a varios sectores de la población. Así mismo, el tiempo en el cual han estado promocionándose, a través de que medios han difundido la información, de la misma manera se supieron los beneficios y el tipo de satisfacción que han creado en los usuarios y cual ha sido el conocimiento que los usuarios han creado hacia dichos servicios.

Dicha entrevista consistió en las siguientes preguntas:

a) ¿Qué tipo de campañas sociales se han llevado a cabo?
b) Específicamente ¿En qué áreas se han concentrado para la realización de las campañas?.
c) ¿Cuánto tiempo han estado expuestas?
d) ¿Qué medios masivos de comunicación se utilizaron para su promoción?
e) ¿Hacia quiénes fue dirigida dicha campaña o campañas?.
f) ¿Cree que las campañas ofrecidas fueron las más adecuadas?.
g) ¿Qué tipo de necesidades se trataron de satisfacer?
h) ¿Se logró un incremento en dichas áreas o servicios promovidos?.
i) Como Institución no – lucrativa ¿Qué necesidades fueron cubiertas y cuál es el beneficio obtenido?.
j) ¿Cree que las campañas expuestas a la comunidad han sido las adecuadas en su tiempo?.

Y en la segunda entrevista realizada el día 9 de Marzo de 2004 se le preguntó:

a) Considera que las instalaciones del DIF, ¿Son suficientes?
b) Los servicios, áreas y talleres que ofrece el DIF, ¿Son los necesarios y suficientes?
c) ¿El personal es el necesario?
d) ¿Es suficiente la promoción de los servicios del DIF?.