



Metodología

3. Introducción.

Este capítulo describe el método de investigación y recopilación de información, el tipo de diseño de investigación, y los instrumentos de evaluación de la información recabada. Así como también, mostrar cada uno de los pasos que se llevarán a cabo durante el proceso de investigación.

Este proyecto se basa en el modelo DMAIC, el cual divide en cinco fases la investigación six sigma. La primera fase de definición entra dentro de la metodología que se utilizara para llevar a cabo el proyecto y las cuatro fases restantes se llevaran a cabo dentro del capítulo de análisis de datos.

Para esta investigación se hará uso del software Quality Companion, el cual se basa en el modelo DMAIC, dividiendo el proyecto en las cinco fases. En general en este capítulo se detalla cómo se lleva a cabo la investigación para cumplir con los objetivos establecidos de este trabajo.

3.1 Tipos de Investigación.

El tipo de investigación de este proyecto en las fases de definición y medición son de tipo cualitativo, ya que, para recabar la información necesaria de los puntos críticos en los cuales nos enfocaremos, tenemos que basarnos en la observación de las actividades cotidianas de los ejecutivos de ventas de cuentas comerciales y HOCASA.



La fase de análisis es de tipo cuantitativo puesto que es donde se analizara estadísticamente los datos recabados en las primeras fases.

3.1.1 Investigación cualitativa.

La investigación cualitativa tiene características específicas que las divide el autor (Baptista L, P. 2006) en tres partes:

- Una primera característica de estos métodos se manifiesta en su estrategia para tratar de conocer los hechos, procesos, estructuras y personas en su totalidad, y no a través de la medición de algunos de sus elementos.
- La segunda característica es el uso de procedimientos que hacen menos comparables las observaciones en el tiempo y en diferentes circunstancias culturales.
- Una tercera característica estratégica importante para este tipo de investigación se refiere al papel del investigador en su trato intensivo con las personas involucradas en el proceso de investigación.

Los conceptos que se manejan en las investigaciones cualitativas en la mayoría de los casos no están definidos desde el principio de la investigación, los indicadores se tomarán en cuenta durante el proceso de investigación. Esta característica remite a otro debate epistemológico, muy candente, sobre la cuestión de la objetividad en la investigación social. (Fernández, 2006)

3.1.2 Investigación Cuantitativa.

En la investigación cuantitativa se lleva a cabo la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Hernández, Fernández y Baptista. 2006) Es decir, que



exista una claridad entre los elementos del problema de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos.

Los elementos constituidos por un problema, se denominan: variables, relación entre variables y unidad de observación. (La Rosa, Edelmira G.1995) menciona que para que exista metodología cuantitativa debe haber claridad entre los elementos de investigación desde donde se inicia hasta donde termina, el abordaje de los datos es estático, se le asigna significado numérico.

El abordaje de los datos cuantitativos es estadístico, puesto que, hace demostraciones con los aspectos separados de su todo, a los que se asigna significado numérico y hace inferencias:

- La objetividad es la única forma de alcanzar el conocimiento, por lo que utiliza la medición exhaustiva y controlada, intentando buscar la certeza del mismo.
- El objeto de estudio es el elemento singular Empírico. Sostiene que al existir relación de independencia entre el sujeto y el objeto, ya que el investigador tiene una perspectiva desde afuera.
- La teoría es el elemento fundamental de la investigación Social, le aporta su origen, su marco y su fin.
- Comprensión explicativa y predicativa de la realidad, bajo una concepción objetiva, unitaria, estática y reduccionista.
- Concepción lineal de la investigación a través de una estrategia deductiva.



3.2 Tamaño de la muestra

En cuanto a la muestra, se dice que es un pequeño grupo que pertenece a una población, en este caso es el departamento de ventas del hotel Camino Real Puebla, Angelópolis. Dicha muestra será de 3 personas del área de ventas. La muestra es de tipo probabilístico, es decir el subgrupo de la población en el que todos los elementos de ésta tienen la misma posibilidad de ser elegidos (Hernández, Fernández y Baptista 2006). Este tipo de muestras son fundamentales en los diseños de investigación.

3.3 Sujetos de estudio.

En cuanto a los sujetos de estudio, se llevará a cabo en el hotel Camino Real Puebla Angelópolis, a las personas que laboran en el departamento de ventas y que estén relacionadas con el área de grupos.

3.4 Instrumento

En este apartado se describe de forma general el material y las herramientas que fueron utilizadas para esta investigación.

El instrumento para la obtención de datos y para el análisis de los puntos más críticos del proceso de cotización y cierre de contrato en el área de grupos, serán las entrevistas, mapeo de proceso y SIPOC, para los cuales se usará el software Quality Companion. La obtención de la información será por los ejecutivos de ventas tanto de cuentas comerciales como los de hocasa, así mismo, el director de ventas es quien retroalimentara esta información recabada.



3.4.1 Quality Companion

Es una de las herramientas indispensables en procesos de definición, medición y análisis para el mejoramiento de procesos Six Sigma, o en actividades de mejora continua en general.

Originalmente fue desarrollado pensando en proyectos six sigma, pero actualmente proporciona herramientas de administración de los proyectos con base en tres modelos: 12 pasos, DMAIC, y libre. Quality companion cuenta con más de cien opciones entre formatos y herramientas que ayudan desde la definición hasta el control. Las más importantes ayudan sobre todo a la administración y la recolección de ideas, y algunos datos importantes.

3.5 Fase de Definición

En esta fase, es donde se identifican los posibles problemas o errores frecuentes en los procesos para que puedan ser evaluados bajo el método six sigma. Para esto, se necesita información de todas las personas involucradas en el departamento de ventas en el área de grupos. Puesto que, es el área donde más problemas críticos han tenido en relación con el tiempo de respuesta al cliente.

3.5.1 Entrevistas

La entrevista consiste en una conversación entre dos o más personas, sobre un tema determinado de acuerdo a ciertos esquemas o pautas determinadas. (González, M. 1997) La entrevista es un método de investigación que permite obtener información, de la cual se puede deducir conclusiones. Se efectuarán una serie de entrevistas tanto estructuradas como no estructuradas. De la información obtenida de las entrevistas a



cada persona en el departamento de ventas se efectuara un análisis de resultados para determinar los errores más comunes y repetitivos en el servicio ofrecido por el personal de dicho departamento.

3.5.2 Guión entrevistas

Entrevista #1

1. ¿Cuáles son las actividades que lleva a cabo dentro de su puesto?
2. ¿Qué problemas son los más recurrentes que tienen dentro del área en los procesos de servicio al cliente?
3. ¿Cuál es el procedimiento para llevar a cabo una cotización y el cierre de esta misma?
4. ¿Cuentan con bases de datos?
5. ¿Cuentan con manuales de procedimientos?

Entrevista #2

1. ¿Cuáles son los pasos del proceso de cotización?
2. ¿Cuántas son las personas involucradas?
3. ¿Quién es el responsable del grupo en casa?
4. ¿Se siguen los pasos del proceso de cotización y cierre de contrato al pie de la letra?



5. ¿Cuál es el punto crítico del proceso?
6. ¿Se cuenta con un registro actualizado de pérdida de negocios?

3.5.3 Procedimiento de entrevistas.

A continuación se enumera los pasos seguidos para la realización de las entrevistas:

- 1.- Lluvia de ideas para que mediante esto se distinguiera los problemas o temas importantes para realizar las preguntas pertinentes.
- 2.- Se elaboró un borrador en el cuál se depuro las preguntas que no daban suficiente información.
- 3.- Se prosiguió a visitar el Hotel Camino Real Puebla, Angelópolis para realizar la entrevista a la ejecutiva de ventas cuentas comerciales, ejecutivo de cuentas hocala y al director de ventas.

3.5.4 Mapeo de procesos.

Un proceso es una actividad o grupo de actividades que reciben entradas, dan valor, y proveen de salidas tanto al cliente interno como al externo. Dentro de los procesos existen los materiales, que son las herramientas para llevar a cabo el proceso, y los métodos que es la forma adecuada en que se tiene que hacer el proceso.

El proceso se refiere a la secuencia de pasos que se deben ejecutar en forma ordenada para lograr un objetivo. El conjunto de pasos es lo que va añadir valor a las



entradas, ya que, al final del proceso es lo que da significado al servicio que se da al cliente externo.

El mapeo de procesos dentro de la metodología six sigma, sirve para recolectar datos sobre los procesos y las variaciones que existen en las salidas, ayudando a proponer posibles soluciones para reducir estas variaciones.

El mapeo es la representación gráfica de cada uno de los pasos que conforman un proceso. La elaboración de un mapa de proceso tiene por objetivo:

- Identificar los cuellos de botella.
- Identificar redundancias.
- Localizar desperdicios.
- Documentar el funcionamiento del proceso.

El mapeo de procesos se logra a través de la simbología que indica la “*American National Standards Institute*” (ANSI).

Los pasos a seguir para elaborar un mapeo de procesos son los que a continuación se muestra:

- Identificar las diferentes personas, o funciones de trabajo, involucradas en el proceso.

Listar cada cargo en el costado izquierdo de donde estará el diagrama, o arriba de forma de encabezado de columnas.

- Hacer una lluvia de ideas con la finalidad de enlistar todos los pasos del proceso.



•Elegir los post-it uno por uno y situarlos ordenadamente (siguiendo el orden del proceso) en el carril al que pertenezca. Al finalizar utilizar la simbología pedida para crear el mapeo final del proceso.

3.5.5 SIPOC.

Es una herramienta six sigma con la que se identifican los proveedores (suppliers), entradas al proceso (inputs), un nivel alto de mapeo del proceso (process), salidas del proceso (outputs), y el cliente interesado en las salidas.

Los pasos a seguir para crear un SIPOC son:

Paso 1. Identifique los límites del proceso.

Paso 2: Identifique las salidas clave y sus clientes.

Paso 3. Identifique las entradas y proveedores. Si se tuvieran muchas entradas y proveedores diferentes enfocarse en los más críticos.

Paso 4. Identifique las exigencias de las entradas y salidas. Se comprobara con la recopilación de datos.



Suppliers	Inputs		Process	Outputs		Customers
	Description	Requirements		Description	Requirements	
Ejecutiva de Ventas (Cuentas Comerciales)	Contacto con el grupo	Datos del contacto, fecha de entrada y salida del grupo, número de habitaciones y requerimientos especiales de salones y ayb.	Recepción de cotización, seguimiento de grupo solo en habitaciones, salones y alimentos y bebidas se encarga el departamento de banquetes.	Despedida del grupo.	Revisión de cargos correctos a su PMS	Empresas con convenio
Ejecutiva de Ventas(HOCASA)	Contacto con ejecutiva de ventas HOCASA.	Datos del grupo, fecha de entrada y salida, núm. de habitaciones, requerimientos especiales.	Recepción de cotización de grupo, revisar disponibilidad de habitaciones y salones, bloqueo de habitaciones y el seguimiento lo lleva a cabo HOCASA.			Empresas sin convenio Grupos
Departamento de Banquetes	Contacto con la ejecutiva de ventas	Enviar cotización de salones y alimentos y bebidas que requiera el grupo	Envío de cotización a la ejecutiva de ventas encargada del grupo y dar seguimiento a requerimientos de salones, alimentos y bebidas	Bienvenida del grupo y seguimiento del grupo	A la llegada del grupo recepción les da la bienvenida y se hace cargo banquetes de los requerimientos de alimentos y bebidas, así como de los salones	Grupos de HOCASA
				Requerimientos de salones, alimentos y bebidas	Durante los eventos realizados por los grupos banquetes se hará cargo cerrando el grupo si es necesario	Grupos

Tabla 1 SIPOC