

CAPITULO III

3. Metodología

3.1 Propósito

Conocer el nivel de satisfacción del cliente, a través del servicio proporcionado en la Empresa Familiar *Privada 400*.

3.2 Diseño de la investigación

La investigación desarrollada en esta tesis es de tipo descriptivo porque busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Hernández, Fernández y Baptista, 2003 p.115). De tal

forma en esta investigación, se describirán y se determinarán las percepciones y expectativas de los clientes acerca del servicio que se ofrece en *Privada 400*.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Entrevista y observación

La entrevista fue el método que se seleccionó para obtener los incidentes críticos con los que se elaboró el cuestionario. Los clientes que se eligieron fueron los que tenían más de un año recibiendo el servicio en *Privada 400*. De igual manera se utilizó la observación como método para percibir directamente como se lleva a cabo el servicio.

Según Hayes (2006). El número recomendado de clientes que se debe de entrevistar varía entre 10 y 20 personas. Esta cantidad de entrevistados se recomienda para que la posibilidad de obtener información deficiente de un entrevistado se compense con la información suficiente proporcionada por otro.

3.3.2 Cuestionario

El cuestionario se aplicó al total de clientes que habitaban en el periodo relativo a la realización de este estudio, para poder obtener resultados precisos y confiables de la población en general, se enfocó a conocer la satisfacción del cliente, a través del servicio proporcionado en la empresa familiar *Privada 400*.

3.4 Población encuestada

En este proyecto se tomaron en cuenta como sujetos de investigación a 30 clientes que en el momento del estudio residen en Privada 400, estos incluyen a los clientes que solicitan el servicio en forma frecuente y aquellos que tienen más de un año de estancia en la privada 400.

3.5 Fuente De Los Datos

3.5.1 Método de los incidentes críticos

Según Hayes (2006), este método esta enfocado en determinar las necesidades del cliente, se centra en obtener información de estos sobre los servicios y productos que reciben. Los incidentes críticos son aquellos aspectos del desempeño organizacional con los que los clientes entran en contacto directo. Por lo tanto, estos incidentes definen el desempeño del personal y la calidad del producto.

Los incidentes cruciales son un ejemplo específico del servicio, que lo describe como positivo o negativo. Un ejemplo positivo es una característica del servicio que al cliente le gustaría observar cada vez que recibe el servicio. A diferencia del negativo es una característica que haría al cliente dudar sobre la calidad de la compañía.

En esta parte se realizaron 10 entrevistas individuales y aleatorias, solicitándoles a los clientes mencionen 5 aspectos positivos y 5 negativos acerca del servicio en Privada 400 (anexo 1)

3.6 Elaboración y aplicación del cuestionario

El cuestionario se elaboró en base a los datos que fueron obtenidos con el método de los incidentes críticos, donde los clientes manifestaron 5 aspectos positivos y 5 negativos del servicio de Privada 400. Basándose en los resultados arrojados, se realizó una clasificación de los datos en base a las 5 dimensiones que los clientes, de acuerdo a Zeithaml. et Al (2002) utilizaron como criterios para juzgar la calidad del servicio,

3.6.1 Escala de Likert

El cuestionario explica en una introducción la finalidad de este; sin embargo se tuvo el cuidado de hacerlo personalmente, con la finalidad de aclarar cualquier duda, sin con esto direccionar la intención de las respuestas. Se utilizó la escala Likert, que está conformada por una serie del 1 al 5, en

donde el número 1 denota una respuesta totalmente en desacuerdo y el número 5 que esta totalmente de acuerdo. En este cuestionario al No. 1 se le asignó el valor de pésimo o nunca, el No. 2 como malo o casi nunca, el No. 3 como regular o algunas veces, el No. 4 como bueno o casi siempre y finalmente el No. 5 como excelente o siempre. La diferencia en los dos tipos de respuesta, dependió de la redacción de la pregunta. (anexo 2)

3.7 Codificación del cuestionario

El cuestionario está integrado por 20 preguntas, de las cuales, las primeras 17 aseveraciones fueron medidas con la escala de Likert de 5 puntos, diseñadas para conocer las percepciones que tienen los clientes sobre el servicio durante su estancia en *Privada 400*. En la pregunta 18 y 19 las posibles respuestas son *Si* o *No*. La pregunta 20 fue una pregunta abierta donde se piden comentarios y sugerencias adicionales sobre Las experiencias referentes al servicio en *Privada 400*. En la siguiente tabla se explica como fueron categorizadas las preguntas según las 5 dimensiones de la calidad.

Pregunta	Dimensión
1. La confianza que le inspira el personal que le atendió fue	Seguridad
2. Como evalúa la disponibilidad del personal para atenderle	Capacidad Respuesta
3. Como percibe la relación valor/ precio en el servicio de <i>Privada 400</i>	

4. Como considera los horarios de atención al cliente.	Empatía
5. Como considera el tiempo de respuesta ante necesidad, queja y/o petición suya.	Capacidad Respuesta
6. ¿Cuál es su percepción acerca del mantenimiento de las instalaciones?	Tangibles
7. ¿Recibió usted los servicios que le fueron prometidos?	Fiabilidad
8. ¿Cuál es su percepción acerca de la atención del personal de la administración?	Empatía
9. ¿Cual es su opinión acerca de los servicios cable e Internet?	Tangibles
10. El trato del personal en general hacia usted fue	Seguridad
11. El personal se interesa cuando tiene alguna queja	Fiabilidad
12. La atención personalizada que se le ha otorgado en <i>Privada 400</i> en relación con otros lugares es	Empatía
13. En su opinión como califica el servicio de limpieza	Tangibles
14. La localización de <i>Privada 400</i> es un factor para que elija este servicio	Tangibles
15. ¿Cuál es su percepción acerca de las instalaciones en general?	Tangibles
16. ¿Cuál es su opinión sobre los muebles en general?	Tangibles
17. Como considero el servicio de <i>Privada 400</i> en general	
18. . Volvería a solicitar el servicio de <i>Privada 400</i>	
19. Recomendaría el servicio a otras personas	

3.8 Análisis de resultado

En esta sección de la investigación se analizarán los datos obtenidos de las encuestas realizadas en *Privada 400*. El programa que se usó para la recolección y organización de los datos fué Excel, donde se realizaron las tablas y graficas que fueron necesarias para expresar los datos referentes a la calidad del servicio de la empresa familiar.