



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS
ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN
MERCADOTECNIA**

**TEMA: “ANÁLISIS DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS
SERVICIOS QUE OFRECE LA FEDERACIÓN FENODIS A
LAS FUNDACIONES PARA PERSONAS CON
DISCAPACIDAD EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO, APLICANDO LOS MODELOS SERVQUAL Y KANO”**

**AUTORES: VASCO PINARGOTE, MIGUEL ANGEL
VELASTEGUI PEREZ, VALERIA ALEXANDRA**

**DIRECTOR: ING. PAZ, HERNAN
SANGOLQUÍ**

2016



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "ANÁLISIS DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA FEDERACIÓN FENODIS A LAS FUNDACIONES PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITÓ, APLICANDO LOS MODELOS SERVQUAL Y KANO", realizado por los señores VASCO PINARGOTE MIGUEL ANGEL Y VELASTEGUÍ PÉREZ VALERIA ALEXANDRA, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a los señores VASCO PINARGOTE MIGUEL ANGEL Y VELASTEGUÍ PÉREZ VALERIA ALEXANDRA, para que lo sustenten públicamente.

Sangolquí, 29 de Marzo del 2016


ING. HERNAN PAZ

DIRECTOR



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **VASCO PINARGOTE MIGUEL ANGEL**, con cédula de identidad N° 1720182748, y **VELASTEGUI PÉREZ VALERIA ALEXANDRA**, con cédula de identidad N°1803763216, declaramos que este trabajo de titulación "ANÁLISIS DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA FEDERACIÓN FENODIS A LAS FUNDACIONES PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, APLICANDO LOS MODELOS SERVQUAL Y KANO" ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 29 de Marzo del 2016

VASCO PINARGOTE MIGUEL ANGEL VELASTEGUI PÉREZ VALERIA ALEXANDRA

CI. 1720182748

CI. 1803763216



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Nosotros, VASCO PINARGOTE MIGUEL ANGEL Y VELASTEGUI PÉREZ VALERIA ALEXANDRA, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación "ANÁLISIS DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA FEDERACIÓN FENODIS A LAS FUNDACIONES PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, APLICANDO LOS MODELOS SERVQUAL Y KANO" cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

Sangolqui, 29 de Marzo del 2016

VASCO PINARGOTE MIGUEL ANGEL VELASTEGUI PÉREZ VALERIA ALEXANDRA

Cl. 1720182748

Cl. 1803763216

DEDICATORIA

Al alcanzar mi ingeniería cumpla un sueño que siempre anhele, quiero dedicar a Dios esta meta, ya que me dio salud y sabiduría para vencer muchos obstáculos.

A mis padres Marisol Pinargote y Marcelo Vasco, especialmente a mi madre, quien me dio la oportunidad de formarme como profesional, dándome su apoyo incondicional, y de una u otra forma se convirtió en el sueño de ambos y lo estoy alcanzando.

A mi hermana Jhanina Vasco que la considero como mi segunda madre por darme su amor permanente, su apoyo y consejos para ser un hombre de bien y exitoso.

A mi novia Valeria Velastegui, quien es mi fortaleza para lograr esta meta, porque estamos para caminar juntos e ir construyendo nuestro camino al andar.

VASCO PINARGOTE MIGUEL ANGEL

Es justo dedicar a Dios la culminación de esta meta tan anhelada, ya que con su bendición, salud y sabiduría, he podido salir adelante a pesar de los obstáculos que se han ido presentando en lo largo de mi carrera.

A mis padres Manuel Velasteguí y Alexandra Pérez, quienes han sido un pilar fundamental para seguir adelante ya que con su amor, comprensión, cariño y apoyo han sabido sacarme adelante, se han esforzado siempre por brindarme lo mejor para que pueda ser una mujer de bien y que hoy ven reflejado en la culminación de mi carrera.

A mi hermano Brando Velasteguí a quien le doy mi ejemplo para que pueda cumplir sus metas. A mi tía Gabriela Pérez, quien fue un apoyo y ejemplo a seguir con sus consejos. A mis abuelitos y tíos por todo su amor brindado.

A mi novio Miguel Ángel Vasco, con quien realice este proyecto y con el cual cumpla uno de nuestros sueños, ya que a pesar de los momentos difíciles siempre fue mi soporte para alcanzar esta meta.

VELASTEGUÍ PÉREZ VALERIA ALEXANDRA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme alcanzar mi sueño y el de mi familia que es realizarme como profesional. A mis ejemplares padres Marisol Pinargote y Marcelo Vasco y a mi hermana Jhanina Vasco, quienes siempre me han brindado su apoyo y se han constituido en mi inspiración para jamás dejarme vencer por ninguna adversidad y luchar por mis metas.

Al Ingeniero Marco Soasti, quien cumpliendo su rol de director de carrera ha sabido brindarme su amistad, apoyo y conocimiento para culminar mi carrera universitaria. Al Ingeniero Hernán Paz, quien me supo guiar con sus conocimientos para culminar este proyecto investigativo.

A todos mis amigos quienes compartieron diferentes momentos buenos y malos pero pudimos superarnos juntos, definitivamente agradezco a todas las personas que formaron parte de esta genial etapa de mi vida.

VASCO PINARGOTE MIGUEL ANGEL

Agradezco a Dios por darme salud y vida para poder culminar una de mis metas más deseadas. A mis hermosos padres Manuel Velasteguí y Alexandra Pérez, quienes siempre han estado conmigo, brindándome su amor y apoyo incondicional, además de que han sabido inculcarme valores para que yo pueda ser una mujer de bien y hoy ser una profesional.

A mi director de carrera el Ingeniero Marco Soasti, quien en la trayectoria de mi carrera junto con sus consejos y apoyo he logrado cumplir esta meta tan anhelada. A mi director de tesis el Ingeniero Hernán Paz, quien me brindó su tiempo y conocimiento para que pueda terminar este proyecto.

A todos mis amigos que de una u otro forma me han estado apoyando, a quienes conocí en esta linda etapa de mi vida, gracias por todo su cariño. En fin agradezco a todas las personas que han estado a mi lado siempre. Con esfuerzo y sacrificio, he podido terminar mi carrera y este se ve reflejado en el cumplimiento de una de mis metas.

VELASTEGUÍ PÉREZ VALERIA ALEXANDRA

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA

| | |
|---|-----|
| DEDICATORIA | v |
| AGRADECIMIENTO | vi |
| ÍNDICE DE CONTENIDO | vii |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | ix |
| RESUMEN | xi |
| ABSTRACT | xii |
| CAPITULO I | 1 |
| 1.1 Introducción | 1 |
| 1.2 Planteamiento del problema | 3 |
| 1.3 Objetivos | 4 |
| 1.4 Justificación de objetivos | 5 |
| 1.5 Hipótesis | 5 |
| 1.6 Metodología | 6 |
| 1.7 Métodos de Investigación | 6 |
| CAPITULO II | 8 |
| MARCO TEÓRICO | 8 |
| 2.1 Teorías de soporte | 8 |
| 2.2 Estudios relacionados | 9 |
| 2.3 Definiciones y Conceptos Teóricos de la Investigación | 11 |
| 2.4 Modelo Servqual | 16 |
| 2.5 Modelo Kano | 19 |
| CAPÍTULO III | 22 |
| MARCO METODOLÓGICO | 22 |
| 3.1 Objetivos de la investigación | 22 |
| 3.2 Población objetivo del estudio | 23 |
| 3.3 Muestreo | 24 |
| 3.4 Instrumentos de recopilación de datos | 25 |
| 3.5 Diseño del instrumento de medición | 27 |
| 3.6 Matriz de Cuestionario | 28 |
| 3.7 Diseño de la encuesta | 33 |

| | |
|---|-----|
| | 35 |
| 3.8 Plan de Procesamiento de la Información (trabajo de campo) | 37 |
| 3.9 Validación del instrumento | 86 |
| 3.10 Análisis Kano | 88 |
| 3.11 Validación del instrumento | 100 |
| CAPITULO IV | 101 |
| MARCO EMPÍRICO | 101 |
| 4.1 Análisis y síntesis de la información modelo Servqual | 101 |
| 4.2 Análisis y síntesis de la información modelo Kano | 119 |
| 4.3 Redacción de informe final de resultados | 125 |
| CAPITULO V | 129 |
| 5.1 CONCLUSIONES | 129 |
| 5.2 RECOMENDACIONES | 130 |
| Bibliografía | 131 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1: Base de datos Fenodis Núcleo Pichincha..... | 23 |
| Tabla 2: Matriz de Cuestionario | 28 |
| Tabla 3: Alfa De Cronbach Expectativa Modelo Servqual | 86 |
| Tabla 4: Fiabilidad Expectativas Modelo Servqual | 87 |
| Tabla 5: Alfa de Cronbach Percepciones Modelo Servqual | 87 |
| Tabla 6: Fiabilidad Percepciones Modelo Servqual..... | 87 |
| Tabla 7: Atributos Modelo Kano | 88 |
| Tabla 8: Cruces Funcionales y Disfuncionales Modelo Kano | 89 |
| Tabla 9: Resultados Preguntas Funcionales | 90 |
| Tabla 10: Resultados Preguntas Disfuncionales..... | 90 |
| Tabla 11: Mapa Ubicación de resultados por Atributo Modelo Kano | 92 |
| Tabla 12: Alfa de Cronbach funcionales Modelo Kano | 100 |
| Tabla 13: Alfa de Cronbach disfuncionales Modelo Kano | 100 |
| Tabla 14: fiabilidad Modelo Kano | 101 |
| Tabla 15: Estadísticos Descriptivos | 102 |
| Tabla 16: Análisis Gaps Expectativas y Percepciones | 110 |
| Tabla 17: Análisis dimensión Tangible Modelo Kano..... | 116 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 18: Análisis dimensión Fiabilidad Modelo Kano | 116 |
| Tabla 19: Análisis dimensión Capacidad de Respuesta Modelo Kano..... | 117 |
| Tabla 20: Análisis dimensión Seguridad Modelo Kano | 117 |
| Tabla 21: Análisis dimensión Empatía Modelo Kano | 118 |
| Tabla 22: Resumen de Dimensiones | 118 |
| Tabla 23: Tabla Respuestas Kano Categorizada | 120 |
| Tabla 24: Tabla de kano respuesta en porcentaje..... | 121 |
| Tabla 25: Tabla de Kano Niveles De Satisfacción E Insatisfacción Por Atributo .. | 122 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1: Proceso Modelo Servqual..... | 18 |
| Figura 2: Atributos Modelo Kano..... | 21 |
| Figura 3: Encuesta Piloto | 26 |
| Figura 4: Encuesta Híbrida Servqual y Kano | 33 |
| Figura 5 : Equipos Modernos Expectativa | 37 |
| Figura 6: Instalaciones Capacitaciones Expectativa | 38 |
| Figura 7: Tiempo Capacitación Fenodis Expectativa | 39 |
| Figura 8: Apoyo a Fundaciones con problemas Expectativa | 40 |
| Figura 9: Capacitaciones Efectivas Fenodis Expectativas | 41 |
| Figura 10: Tiempo de culminación capacitaciones Expectativas..... | 42 |
| Figura 11: Nivel de Capacitadores y Asesores Expectativas..... | 43 |
| Figura 12: Evidencia de Aprendizaje Capacitadores Expectativa | 44 |
| Figura 13: Comunicación de Finalización de Servicios Expectativas | 45 |
| Figura 14: Capacitadores de Fenodis Reconocidas Nacional e Internacionalmente Expectativa..... | 46 |
| Figura 15: Servicios inmediatos de Fenodis Expectativa | 47 |
| Figura 16: Preparación de Capacitadores Fenodis Expectativa..... | 48 |
| Figura 17: Utilidad de las Capacitaciones de Fenodis Expectativa..... | 49 |
| Figura 18: Actualización de conocimientos Capacitadores Fenodis Expectativas...50 | |

| | |
|--|-----|
| Figura 19: Confianza comportamiento Capacitadores Fenodis Expectativas | 51 |
| Figuras 20: Conformidad con cuota de afiliación Expectativas | 52 |
| Figura 21: Atención individualizada a Fundaciones Expectativas | 53 |
| Figura 22: Práctica de valores y principios de los asesores y capacitadores Fenodis Expectativa | 54 |
| Figura 23: Horarios de trabajo Fenodis Expectativa | 55 |
| Figura 24: Atención personalizada Fenodis Expectativa | 56 |
| Figura 25: Interés de fundaciones Expectativa | 57 |
| Figura 26: Necesidades específicas de fundaciones Expectativas | 58 |
| Figura 27: Motivación a las fundaciones Expectativas | 59 |
| Figura 28: Estrategias metodológicas Expectativas | 60 |
| Figura 29: Equipos Modernos para capacitaciones Percepción | 61 |
| Figura 30: Instalaciones Atractivas Fenodis Percepción | 62 |
| Figura 31: Tiempo de Realización de Capacitación Fenodis Percepción | 63 |
| Figura 32: Apoyo Inmediato de Fenodis Percepción | 64 |
| Figura 33: Efectividad de Capacitaciones Fenodis Percepción | 65 |
| Figura 34: Finalización Capacitaciones Fenodis Percepción | 66 |
| Figura 35: Nivel de Conocimiento Fenodis Percepción | 67 |
| Figura 36: Evidencias del proceso de aprendizaje Percepción | 68 |
| Figura 37: Comunicación de Culminación de Servicios Percepción | 69 |
| Figura 38: Capacitadores Fenodis Reconocidas nacional e internacionalmente Percepción | 70 |
| Figura 39: Servicios inmediatos Fenodis Percepción | 71 |
| Figura 40: Preparación preguntas Fenodis Percepción | 72 |
| Figura 41: Capacitaciones Útiles de Fenodis Percepción | 73 |
| Figura 42: Capacitadores Actualizados Fenodis Percepción | 74 |
| Figura 43: Comportamiento confiable capacitadores Fenodis Percepción | 75 |
| Figura 44: Conformidad con cuota de afiliación Percepción | 76 |
| Figura 45: Atención Individualizada Fenodis Percepción | 77 |
| Figura 46: Valores y principios Capacitadores Fenodis Percepción | 78 |
| Figura 47: Horarios de trabajo Fenodis Percepción | 79 |
| Figura 48: Atención Personalizada Fenodis Percepción | 80 |
| Figura 49: Intereses de las Fundaciones Percepción | 81 |
| Figura 50: Necesidades Fundaciones Percepción | 82 |
| Figura 51: Motivación para mejor aprendizaje Fenodis Percepción | 83 |
| Figura 52: Estrategias Metodológicas Adecuadas Percepción | 84 |
| Figura 53: Calificación servicios Fenodis | 85 |
| Figura 54: Análisis comparativo entre expectativas y percepciones | 115 |
| Figura 55: Análisis grafico de insatisfacción | 115 |
| Figura 56: Modelo Kano gráficamente | 123 |
| Figura 57: Análisis de coeficientes de niveles de satisfacción e insatisfacción por atributo | 124 |

RESUMEN

El trabajo a continuación presenta la medición de la calidad de los servicios a fundaciones para personas con discapacidad, tomando como población de estudio a las 22 fundaciones afiliadas a la FENODIS (Federación Nacional de Organismos No Gubernamentales para la Discapacidad) dentro del Distrito Metropolitano de Quito. Las herramientas de evaluación de calidad del servicio aplicadas en la investigación, son el modelo Servqual con su análisis de satisfacción en base a las expectativas y percepciones de las fundaciones, así como la aplicación del modelo Kano en base a la información obtenida con un estudio exploratorio previo. La primera parte de este estudio se centra en el modelo Servqual, realizando un análisis comparativo entre expectativas y percepciones, a través de análisis estadísticos se obtienen las medias de cada una de las preguntas planteadas y de las mismas se analiza las brechas con insatisfacción más altas, las cuales permiten determinar las dimensiones clave a ser tomadas en cuenta en el desarrollo del modelo de servicio. La segunda parte está

enfocada en el análisis del modelo Kano basado en instrumentos de recopilación de información complementarios y su posterior análisis, se resalta la importancia de obtener el mapa de atributos según Kano visualizado, el cual se convierte en un instrumento fundamental para la toma de decisiones en cuanto a mejoras y fortalecimiento del servicio.

PALABRAS CLAVE

- **MARKETING DE SERVICIOS**
- **KANO**
- **SERVQUAL**
- **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**
- **FENODIS**
- **DISCAPACIDAD**

ABSTRACT

The work then presents the measurement of the quality of services to foundations for people with disabilities, taking as study population at 22 affiliated foundations to FENODIS (National Federation of Non-Governmental Organizations on Disability) within the Metropolitan District of Quito. Assessment tools service quality applied research are the Servqual model with satisfaction analysis based on the expectations and perceptions of foundations, as well as the application of the model Kano based on the information obtained from an exploratory study previous. The first part of this study focuses on the Servqual model, performing a comparative analysis between expectations and perceptions, through statistical analysis the means of each of the questions and the same gaps is analyzed with dissatisfaction higher obtained, which allow to determine the key to be taken into account in developing the service model dimensions. The second part is focused on the analysis model Kano -based instruments collecting additional information and further analysis , the importance of obtaining the map of attributes according Kano displayed , which becomes an

essential tool for making highlights decisions about service improvements and strengthening .

KEY WORDS

- **MARKETING SERVICES**
- **KANO**
- **SERVQUAL**
- **MARKET RESEARCH**
- **FENODIS**
- **DISABILITY**

CAPITULO I

1.1 Introducción

El presente proyecto nace para cumplir con los objetivos número dos, tres y cuatro dispuestos en el Plan Nacional del Buen vivir 2013-2017, que “Trata de auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad”, “Mejorar la calidad de vida de la población y “Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.”

La atención a las personas con discapacidad se ha convertido en uno de los factores más importantes del Ecuador ya que pertenecen al sector vulnerable y por ende necesitan un buen servicio.

La atención a personas con discapacidad la realizan las instituciones del sector público y privado, responsables según la ley Orgánica de discapacidades.

Art. 16.- Derechos.- El Estado a través de sus organismos y entidades reconoce y garantiza a las personas con discapacidad el pleno ejercicio de los derechos establecidos en la Constitución de la República, los tratados e instrumentos internacionales y esta ley, y su aplicación directa por parte de las o los funcionarios públicos, administrativos o judiciales, de oficio o a petición de parte; así como también por parte de las personas naturales y jurídicas privadas. (LEY DISCAPACIDADES 2012).

En el sector público, la atención es responsabilidad de varias instituciones técnico-administrativas de los ministerios, coordinados por la CONADIS, así tenemos, la División Nacional de Educación Especial del Ministerio de Educación, la Dirección Nacional de Discapacidades del Ministerio de Bienestar Social, la División de Salud del Ministerio de Salud, Ministerio de Trabajo, fundamentalmente, y otros ministerios que tienen responsabilidades señaladas en el Reglamento a la Ley, los organismos seccionales, las Comisiones Provinciales de Discapacidad y las instituciones de Seguridad Social.

En el sector privado los organismos que tienen responsabilidad son el INNFA y los Organismos No Gubernamentales de personas con discapacidad, que son: la Federación Nacional de Ciegos del Ecuador-FENCE, la Federación Nacional de Sordos del Ecuador, FENASEC, la Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física, FENEDIF, la Federación Ecuatoriana Pro Atención a la Persona con Deficiencia Mental, Autismo, Parálisis Cerebral y Síndrome de Down-FEPAPDEM y la Federación Nacional de Organismos No Gubernamentales para la Discapacidad- FENODIS.

La presente investigación parte de FENODIS, la cual fue creada en 1992, en la ciudad de Guayaquil, por iniciativa de Fasinarm, con el auspicio de Fundación Esquel, bajo el nombre de Red Nacional de Organismos No Gubernamentales a favor de las Personas con Discapacidad, incluyendo entre sus miembros a Asociaciones de Personas con Discapacidad e Institutos Fiscales de Educación Especial, miembros que gracias a la Federación mantuvieron un servicio de información y capacitación permanente.

FENODIS es una organización Nacional de la sociedad civil no Gubernamental sin fines de lucro, conformada por 7 núcleos territoriales y que agrupa a las fundaciones de y para la discapacidad, trabaja desde una perspectiva integral transdisciplinaria e intersectorial por el fortalecimiento, sostenibilidad y posicionamiento de las fundaciones afiliadas a fin de que estas desarrollen una cultura organizacional orientada a las personas y cuenten con sistemas de alta calidad en gestión.

Lo que se desea realizar es un análisis de la satisfacción de usuario en cuanto a los servicios que brindan a las fundaciones, las cuales reciben capacitación y asesoría por parte de la FENODIS para mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad, por lo que utilizaremos los modelos Servqual y Kano.

Por medio de un análisis de satisfacción se podrá determinar si las fundaciones se encuentran satisfechas al hacer uso de los servicios y beneficios que proporciona la FENODIS para el crecimiento de las mismas.

El propósito de este proyecto es encontrar las falencias que existen dentro de los servicios que reciben las fundaciones, para de esta manera dar a conocer a la FENODIS y que esta pueda reforzar sus capacitaciones, logrando un crecimiento y generando bienestar en cada una de las personas que sean objeto de la investigación, es decir que se beneficiarán todas las fundaciones que se encuentren afiliadas a la Federación y que hagan uso de los servicios que ofrece la FENODIS en el Distrito Metropolitano de Quito.

Para la realización de este estudio, “Análisis del nivel de satisfacción de los servicios que ofrece la FENODIS a las fundaciones para personas con discapacidad en el Distrito Metropolitano de Quito, aplicando los modelos Servqual y kano”, es importante tener claro los conceptos que se aplicarán en la investigación y el modelo de análisis que se realizará.

En este estudio, se pretende conocer ¿Cuál es la calificación que dan las fundaciones a los servicios prestados por la FENODIS?, ¿Cuáles son las necesidades que poseen las fundaciones para personas con discapacidad? y ¿Qué debe mejorar la FENODIS para satisfacer a las fundaciones?

1.2 Planteamiento del problema

En la actualidad existen varias fundaciones para personas con discapacidad afiliadas a la FENODIS, cada una de estas fundaciones tienen necesidades en capacitación y asesoría con temas relacionados a la discapacidad.

FENODIS para lograr cumplir con sus objetivos necesita brindar buenas capacitaciones y asesorías a sus afiliados, de esta manera se podrá aportar de forma relevante al desarrollo de cada fundación y a mejorar la calidad de vida de las personas que integran y usan sus servicios.

Sin embargo para algunas fundaciones la FENODIS no cumple con sus expectativas y esto genera que se desafilien de la Federación o no puedan seguir desarrollándose, es por esto que se busca conocer cuáles son las principales causas o factores para que exista insatisfacción y si la labor que ofrece la FENODIS es la requerida por las fundaciones.

Para este análisis se realizará una investigación de mercados aplicando los modelos Servqual y Kano que nos permitirán medir el nivel de satisfacción de cada fundación.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Analizar el nivel de satisfacción de los servicios que presta la FENODIS a las fundaciones para personas con discapacidad en el Distrito Metropolitano de Quito, aplicando los modelos Servqual y Kano.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Recolectar información general sobre los servicios brindados por la Fenodis mediante páginas web y documentos proporcionados por directivos de la Federación, con el propósito de tener claro el problema y aplicar la metodología correcta para el análisis del estudio.
- Identificar las 3 principales causas que generan insatisfacción en cuanto a los servicios prestados por la FENODIS.
- Identificar como califican las fundaciones a los servicios prestados por la FENODIS.
- Proponer 2 estrategias para la mejora de los servicios de capacitación, asesoría e información de las fundaciones afiliadas a la FENODIS.
- Determinar la complementariedad entre los resultados obtenidos del método SERVQUAL y el análisis KANO.
- Determinar si el nivel de satisfacción supera al nivel de insatisfacción en el método SERVQUAL y KANO.
- Aplicar los modelos Servqual y kano mediante una investigación de mercados.
- Establecer conclusiones y recomendaciones para la toma de decisiones de la FENODIS que permitan mejorar la calidad de sus servicios y satisfacción de las fundaciones afiliadas.

1.4 Justificación de objetivos

Debido a la falta de desarrollo y participación de las fundaciones afiliadas, se busca dar un apoyo a la Directora Ejecutiva de la FENODIS la Sra. Lilian Mera, realizando un análisis de satisfacción de sus fundaciones en cuanto a los servicios prestados.

La presente investigación será de mucho apoyo para la FENODIS ya que podrá mejorar los servicios que presta a las fundaciones del núcleo Pichincha, además se podrá implementar este análisis a los 7 núcleos con lo que cuenta la Federación, distribuidos a Nivel Nacional.

Esta investigación servirá para mejorar y reforzar sus capacitaciones y asesorías con temas de discapacidad los cuales son de mucho interés para las fundaciones.

1.5 Hipótesis

- Las principales causas que generan insatisfacción son a) Tiempo de respuesta b) personal capacitado c) diversidad en temas de capacitación.
- Las fundaciones afiliadas a la FENODIS, califican a los servicios prestados por la FENODIS como muy bueno.
- La FENODIS implementa estrategias de mejora en sus servicios y estas son a) página web propia de la federación, b) atención personalizada por parte FENODIS.
- Existe complementariedad entre los resultados obtenidos del método SERVQUAL y el análisis KANO.
- El nivel de satisfacción no supera al nivel de insatisfacción en el método SERVQUAL y KANO.

1.6 Metodología

El estudio se basa en una investigación de mercados ya que está alineada a los objetivos, se recopilará información cualitativa y cuantitativa.

1.7 Métodos de Investigación

1.7.1 Método científico

“El método científico se define como un procedimiento riguroso formulado de una manera lógica para lograr la adquisición, organización o sistematización y expresión o exposición de conocimientos, tanto en su aspecto teórico como en su fase experimental” (Torre, 1981, p. 240)

El método científico se caracteriza por la estructuración y formalidad que demanda en una investigación para comprobar una hipótesis.

Se incluye en el proyecto de investigación, ya que está compuesto por hipótesis que deseamos comprobar a través de una investigación de mercados.

1.7.2 Método inductivo

La inducción es una forma de argumentación. Por tal razón conlleva un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia ideas verdaderas.

“La inducción permite al investigador partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que enmarcan el problema de investigación” (Méndez, 2004)

El método inductivo se utilizará en este proyecto, ya que es necesario partir de ideas, las cuales son planteadas de hechos particulares y serán comprobadas por medio de la investigación de mercados.

1.7.3 Método de análisis

“El análisis inicia su proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad” (Méndez, 2004)

El método de análisis ayudará a identificar detalladamente a las variables que participarán en la investigación y qué elementos deberían ser tomados en cuenta para obtener sus necesidades y requerimientos para formar conceptos generales.

Se realizará una investigación descriptiva ya que utiliza el método de análisis, señala las características de un objeto y sus propiedades. En esta fase de investigación se aplicará encuestas.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Teorías de soporte

FENODIS

Es una organización nacional de la sociedad civil, no gubernamental, sin fines de lucro conformada por 7 núcleos territoriales y que agrupa a las ONG de y para la discapacidad.

Trabaja desde una perspectiva integral, transdisciplinaria e intersectorial por el fortalecimiento, sostenibilidad y posicionamiento de las ONG afiliadas a fin de que estas desarrollen una cultura organizacional orientada a las personas y cuenten con sistemas de alta calidad en gestión.

Propicia la defensa de los derechos humanos de las personas con discapacidad y fortalece el rol del movimiento asociativo **ofreciendo procesos de capacitación, asesoría e información.**

LEY ORGÁNICA DE DISCAPACIDADES –LOD

Artículo 6.- Se considera persona con discapacidad a toda aquella que, como consecuencia de una o más deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales, con independencia de la causa que la hubiera originado, ve restringida permanentemente su capacidad biológica, psicológica y asociativa para ejercer una o más actividades esenciales de la vida diaria, en la proporción que establezca el Reglamento.

PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2013-2017

Es un instrumento creado para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública. El Plan cuenta con 12 Estrategias Nacionales; 12 Objetivos Nacionales, cuyo cumplimiento permitirá consolidar el cambio que los ciudadanos y ciudadanas ecuatorianos con el país que anhelamos para el Buen Vivir.

Los objetivos que nos dan un enfoque claro para la realización de este proyecto investigativo son:

OBJETIVO 2.- Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad. El reconocimiento igualitario de los derechos de todos los individuos implica la consolidación de políticas de igualdad que eviten la exclusión y fomenten la convivencia social y política. El desafío es avanzar hacia la igualdad plena en la diversidad, sin exclusión, para lograr una vida digna, con acceso a salud, educación, protección social, atención especializada y protección especial.

OBJETIVO 3.- Mejorar la calidad de vida de la población. Mejorar la calidad de vida de la población es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social.

OBJETIVO 4.- Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía. Es preciso centrar los esfuerzos para garantizar a todos el derecho a la educación, bajo condiciones de calidad y equidad, teniendo como centro al ser humano y el territorio. Se Fortalecerá el rol del conocimiento, promoviendo la investigación científica y tecnológica responsable con la sociedad y con la naturaleza.

2.2 Estudios relacionados

TEMA: Grado de satisfacción del usuario respecto a la atención de enfermería que reciben en los servicios de salud preventivo y hospitalario. Periodo enero junio del 2012

AUTOR: LICENCIADO MERO ÁVILA RONALD LUIS, LICENCIADA ANDRADE GARCÍA MARÍA DOLORES (UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ)

El objetivo principal de este estudio muestra que se quiere determinar el grado de satisfacción de los usuarios (as) en la atención de Enfermería que reciben en los servicios de salud preventivo y hospitalario para contribuir al cambio de acuerdo a los resultados obtenidos.

Conclusiones de la investigación

Una vez culminado el proceso investigativo, se ha podido identificar que el trato durante permanencia en establecimiento de atención preventiva es el 43,75% y el 33,33% en el hospital, sobre si brinda confianza es bueno con el 47,92% en área preventiva y hospitalaria el 53,13% %, resultados que nos hace reflexionar para correctivos en la atención de salud en lo relacionado a la atención y explicación sencilla con palabras fáciles de entender sobre el problema de salud, el 14.58% del distrito de salud comentaron que sí, mientras que en el Hospital Rodríguez Zambrano fue del 21.88%; en las indicaciones en forma clara y precisa. EL Distrito de Salud es de 32.29% y el Hospital Rodríguez Zambrano del 29,17%; en la explicación de cuidados en casa el área preventiva es mayor con el 43.75% mientras que el área hospitalaria se encuentra con el 32.29%; es decir existe poca comunicación con el usuario.

TEMA: Análisis de la atención a las personas con discapacidad a través de los programas y servicios de accesibilidad y recreación, para grupos de atención prioritaria en la Provincia de Cotopaxi en el año 2012.

AUTOR: MAGISTER ACURIO RECALDE MONICA ANABELLY

El objetivo principal de esta investigación es conocer la cobertura y calidad de atención de los programas Bono de Desarrollo Humano, Misión Solidaria "Manuela Espejo", Programa "Joaquín Gallegos Lara analizar su incidencia en la accesibilidad al deporte recreación, música y arte de las personas con discapacidad y grupos de atención prioritaria en la provincia de Cotopaxi en el año 2012.

Conclusiones de la investigación

En la Provincia de Cotopaxi existen aproximadamente 11.000 personas con discapacidad en los siete cantones de la misma, según los datos estadísticos del CONADIS, de las cuales, se han atendido a 8342 personas que tienen discapacidad auditiva, física, intelectual, del lenguaje, psicológica o visual, con ello se puede establecer que la cobertura de la atención a PCD se ha incrementado en el periodo 2012, ya que anteriormente se había atendido un total de 6872 casos.

2.3 Definiciones y Conceptos Teóricos de la Investigación

Fundación.- La fundación es definida por el artículo 99° del Código Civil como: "Una organización no lucrativa instituida mediante la afectación de uno o más bienes para la realización de objetivos de carácter religioso, asistencial, cultural u otros de interés social".

Satisfacción.- Westbrook y Reilly (1983) definen a la satisfacción como la respuesta emocional causada por un proceso evaluativo cognitivo donde las percepciones sobre un objeto, acción o condición, se comparan con las necesidades y deseos del individuo. Por otra parte Oliva, Oliver y Bearden (1995) sugirieron que la satisfacción es una función del desempeño con relación a las expectativas del consumidor.

Servicio.- Stanton, Etzel y Walker, definen los servicios "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades"

Para Richard L. Sandhusen, "los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo"

Según Lamb, Hair y McDaniel, "un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente"

Discapacidad.-Según el ministerio de salud pública del Ecuador y la Dirección Nacional de discapacidades se menciona que:

La discapacidad es una deficiencia permanente de los distintos órganos, aparatos o sistemas que hace que una persona presente dificultad para realizar las actividades de la vida diaria como por ejemplo: vestirse, comer, evitar riesgos, aseo e higiene personal, oír, ver, etc.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2011) se define discapacidad Como Cualquier restricción o impedimento de la capacidad de realizar una actividad en la forma o dentro del margen que se considera normal para el ser humano. La discapacidad se caracteriza por excesos o insuficiencias en el desempeño de una actividad rutinaria normal, los cuales pueden ser temporales o permanentes, reversibles o surgir como consecuencia directa de la deficiencia o como una respuesta del propio individuo, sobre todo la psicológica, a deficiencias físicas, sensoriales o de otro tipo.

Satisfacción de usuario.- Philip Kotler, define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas"

Kotler y Keller (2006) definen la satisfacción de cliente como: Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado (p.144)

Según Grande (2000, p. 345) señala que “la satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos”. Si este concepto se expresara de forma matemática se tendría lo siguiente:

Satisfacción = Percepciones - Expectativas

Fórmula para determinar el nivel de satisfacción del cliente

Rendimiento percibido - Expectativas = Nivel de satisfacción

Niveles de satisfacción.- Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción.

- Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Medición de la satisfacción del cliente.- Lehman y Winer (2007; 159) hacen referencia a que “la calidad se mide a partir de la satisfacción del cliente” y para ello es esencial medir tres aspectos:

- Expectativas del desempeño/ calidad
- Percepción de desempeño/ calidad
- Brecha entre las expectativas y el desempeño

Herramientas para la medición de la satisfacción del cliente:

- Quejas y sistemas de sugerencias
- Encuesta de satisfacción del consumidor
- Comprador fantasma / Comprador secreto
- Seguimiento de clientes perdidos
- Estudio de incidentes críticos.
- Investigación de las exigencias de los consumidores.
- Investigación de expectativas futuras.

Calidad.- Significa crear valor para los grupos de interés. Énfasis en la calidad en toda la cadena y el sistema de valor. (Evans Procter&Gamble).

Calidad de servicio.- Stanton (2004, p. 350) señalan que la calidad de servicio tiene dos atributos que deben ser entendidos por los proveedores de servicios para que éstos se distingan de sus competidores. El primero es “la calidad la define el cliente, no el productor-vendedor” y el segundo es “los clientes evalúan la calidad de servicio comparando sus expectativas con sus percepciones de cómo se efectúa éste”

Zeithaml y Bitner (2002, p. 93) definen la calidad en el servicio como “una evaluación dirigida que refleja las percepciones del cliente sobre ciertas dimensiones específicas del servicio: confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibles”.

Expectativas del cliente.- Zeithaml y Bitner (2002; 34) señalan que las expectativas “son los estándares o puntos de referencia del desempeño contra los cuales se comparan las experiencias del servicio, y a menudo se formulan en términos de lo que el cliente cree que “debería suceder o que va a suceder”. En base a esta definición, las autoras señalan la existencia de un Servicio Esperado el cual está conformado por dos niveles de expectativas: Servicio Deseado y Servicio Adecuado.

El Servicio Deseado es lo que el cliente espera recibir, es decir que “es una combinación de lo que el cliente considera que puede ser con lo que considera que debe ser” (Zeithaml y Bitner, 2002, p. 63).

El Servicio Adecuado “es el nivel de servicio que el cliente puede aceptar” Zeithaml y Bitner (2002; 64). Esto significa que a pesar que los clientes esperan alcanzar un servicio ajustado a sus deseos, reconocen que existen ciertos factores que no siempre hacen posible lograrlo y aceptan hasta un cierto nivel mínimo de desempeño.

Percepciones del cliente.- Las personas actúan y reaccionan de acuerdo con sus percepciones y “no son los sucesos reales, sino lo que los consumidores piensan respecto a ello, lo que afecta sus acciones y sus hábitos de compra” (Schiffman y Lazar, 2006, p. 122).

Schiffman y Lazar (2006) hacen referencia al hecho de que existen numerosas influencias que tienden a distorsionar la percepciones entre las cuales destacan la apariencia física, los estereotipos, la primera impresión, las conclusiones apresuradas y el efecto halo (evaluación de un objeto o persona basada en una sola dimensión).

Investigación de mercados.- Es la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.

La investigación de mercados especifica la información, administra e implementa el proceso de recabar datos, analiza los resultados y comunica los descubrimientos y sus implicaciones. (McDANIEL, 2011)

Investigación cualitativa.- Metodología que se basa en muestras pequeñas, que proporcionan conocimientos y comprensión del entorno del problema. (MALHOTRA, Investigación de Mercados, 2008).

Investigación cuantitativa.- Metodología de investigación que busca cuantificar los datos y que, por lo general, aplica algún tipo de análisis estadístico. (MALHOTRA, Investigación de Mercados, 2008).

Investigación exploratoria.- Tiene como objetivo primordial proporcionar conocimiento y comprensión del problema que enfrenta el investigador. (MALHOTRA, Investigación de Mercados, 2008).

Investigación descriptiva.- Tiene como objetivo principal la descripción de algo, por lo general características o funciones del mercado. (MALHOTRA, Investigación de Mercados, 2008).

Muestreo no probabilístico.- Este muestreo es una técnica de muestreo que no utiliza procedimientos de selección por casualidad, se basa en el juicio personal del investigador. (MALHOTRA, Investigación de Mercados, 2008).

Tipos de muestreo no probabilístico:

- **Muestreo por conveniencia.-** Es una técnica de muestreo donde el objetivo es tener una muestra de elementos convenientes. La selección de las unidades de muestreo se deja principalmente al entrevistador.
- **Muestreo por juicio.-** Es una forma de muestreo donde la muestra se elige sobre la base de conocimientos del investigador.
- **Muestreo por cuota.-** Es un muestreo por juicio restringido de dos etapas. La primera consiste en desarrollar cuotas de elementos de población y la segunda los elementos de muestra se seleccionan en base al juicio.
- **Muestreo Bola de nieve.-** Se selecciona un grupo inicial de encuestados, después de ser entrevistados se les pide que identifiquen a otros que pertenecen a la población de interés.

Análisis de Cronbach.- El método de consistencia interna basado en el alfa de Cronbach permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o dimensión teórica.

Como criterio general, George y Mallery (2003, p. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach: - Coeficiente alfa $>.9$ es excelente - Coeficiente alfa $>.8$ es bueno - Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable - Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable - Coeficiente alfa $>.5$ es pobre - Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable.

2.4 Modelo Servqual

El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio fue elaborado por Zeithaml, Parasuraman y Berry cuyo propósito es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización. Utiliza un cuestionario tipo que evalúa la calidad de servicio a lo

largo de cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Está constituido por una escala de respuesta múltiple diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio. Permite evaluar, pero también es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones.

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio mide lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas, contrastando esa medida con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones.

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio está basado en un enfoque de evaluación del cliente sobre la calidad de servicio en el que:

DEFINE un servicio de calidad como la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes. De este modo, un balance ventajoso para las percepciones, de manera que éstas superaran a las expectativas, implicaría una elevada calidad percibida del servicio, y alta satisfacción con el mismo.

SEÑALA ciertos factores clave que condicionan las expectativas de los usuarios:

- Comunicación “boca a boca”, u opiniones y recomendaciones de amigos y familiares sobre el servicio.
- Necesidades personales.
- Experiencias con el servicio que el usuario haya tenido previamente.
- Comunicaciones externas, que la propia institución realice sobre las prestaciones de su servicio y que incidan en las expectativas que el ciudadano tiene sobre las mismas.

IDENTIFICA las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio.

Las **dimensiones** del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio pueden ser definidas del siguiente modo:

- ✓ **Fiabilidad:** Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.
- ✓ **Capacidad de Respuesta:** Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
- ✓ **Seguridad:** Atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.
- ✓ **Empatía:** Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.
- ✓ **Elementos Tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Estas cinco dimensiones de la calidad de servicio son evaluadas mediante el cuestionario SERVQUAL.

Mediante esta metodología se puede establecer brechas (gaps) a través de la compensación de las expectativas versus la percepción del cliente respecto a un servicio, con lo que se puede realizar diagnósticos de la calidad del servicio.

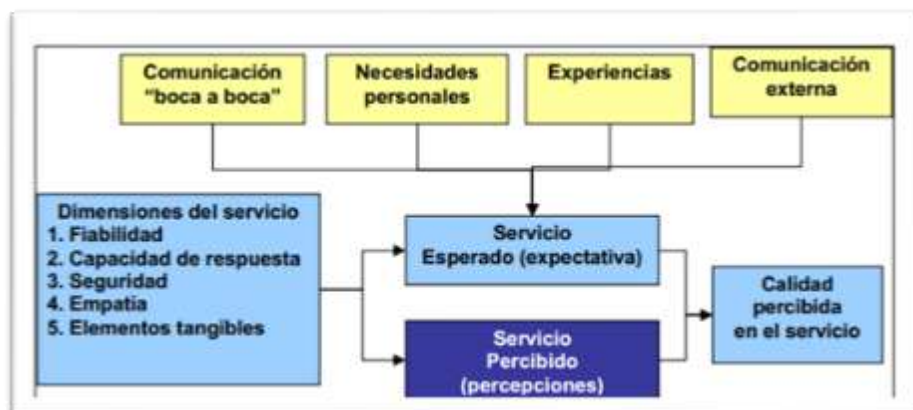


Figura 1: Proceso Modelo Servqual

Fuente: (Zeithaml, 1984)

2.4.1 Modelo Gap

Este modelo fue desarrollado por Parasuraman, Berry y Zeithaml y se basa en la idea de que el cliente percibe la calidad de un servicio como la diferencia entre lo que espera del mismo y lo que realmente recibe. Esta diferencia entre el diseño y la prestación del servicio que realmente se ofrece se debe a los problemas de comunicación entre el cliente y el proveedor del servicio y también a la propia falta de armonía dentro de la organización. A los problemas típicos se los denomina Gap y al modelo, modelo Gap. La diferencia entre lo esperado y lo percibido por el cliente, es la suma de una serie de problemas parciales.

Gap 1: Diferencia entre el servicio esperado por el cliente y lo que la dirección imagina que el cliente espera: La falta de comunicación entre el cliente y la dirección es una posible causa de discrepancia entre lo esperado por el cliente y lo que erróneamente se imagina la empresa que el cliente desea.

Gap 2: Diferencia entre lo que la dirección imagina que el cliente espera y las especificaciones que se marcan para el servicio: La dirección percibe lo que el cliente espera y decide hasta qué punto quiere colmar estas expectativas del cliente.

Gap 3: Diferencia entre las especificaciones y el servicio realizado: Por distintas razones, puede haber diferencias entre lo que la dirección pretende ofrecer y lo que realmente acaba ofreciendo.

Gap 4: Diferencia entre el servicio realizado y el percibido: Por último, hay un gap entre el servicio que el cliente recibe y a través de nuestra información él se había imaginado.

Gap5: Diferencia entre el servicio esperado y el servicio percibido: Es la suma de los cuatro anteriores. Es la diferencia entre las expectativas del cliente sobre nuestro servicio y la percepción que tiene del servicio que se le ha ofrecido.

2.5 Modelo Kano

Es importante entender lo que los consumidores esperan de una empresa de servicios, porque al conocer las expectativas de los clientes, proporciona a la

empresa un estándar de comparación contra el cual los consumidores juzgarán el desempeño de la organización (Jin & Julie, 2000).

El modelo Kano describe las complejidades de las necesidades del cliente y su relación con la satisfacción; utilizando dos dimensiones para evaluar la calidad: el grado de desempeño de la organización respecto al atributo y el grado de satisfacción del cliente que lo utiliza.

Así pues el modelo mide la relación entre el desempeño de la organización y la satisfacción que este desempeño le brinda al cliente. Para cada atributo de la empresa se establece la relación entre satisfacción y desempeño, permitiendo clasificar los atributos en diferentes categorías:

- Atributos obligatorios (must – be): Si estos atributos no se satisfacen o no se cumplen, producirán insatisfacción al cliente en extremo. Por otra parte, como el cliente toma estos atributos como entregados, el cumplimiento de ellos no aumentará su satisfacción. Los atributos obligatorios son los criterios básicos de un producto. Satisfacer los atributos obligatorios conducirá al cliente solamente a un estado de no tener insatisfacción. El cliente percibe los atributos obligatorios como requisitos previos, él los asigna como concedidos y por lo tanto explícitamente no los exige. Los atributos obligatorios son en todo caso un factor competitivo decisivo, y si no se satisfacen, el cliente no estará interesado en el producto.

- Atributos unidimensionales (one – dimensional): Con respecto a estos atributos, la satisfacción del cliente es proporcional al nivel del cumplimiento de ellos. Cuanto más alto es el nivel del cumplimiento, más alta es la satisfacción de cliente y viceversa. Los atributos unidimensionales generalmente son exigidos explícitamente por el cliente.

- Atributos atractivos (attractive): Estos atributos son los criterios del producto que tienen la influencia más grande en cuán satisfecho estará un cliente con un producto determinado. Los atributos atractivos ni son expresados explícitamente ni son esperados por el cliente. Satisfacer estos atributos conduce a la satisfacción más que proporcional. Si no se encuentran, sin embargo, no hay sensación de insatisfacción.

Existen además los atributos indiferentes (indifferent), donde su presencia o ausencia no contribuye ni a aumentar ni a disminuir la satisfacción del cliente. Los atributos cuestionables (questionable) que producen valoraciones contradictorias, por lo que generalmente las respuestas no caen en esta categoría.

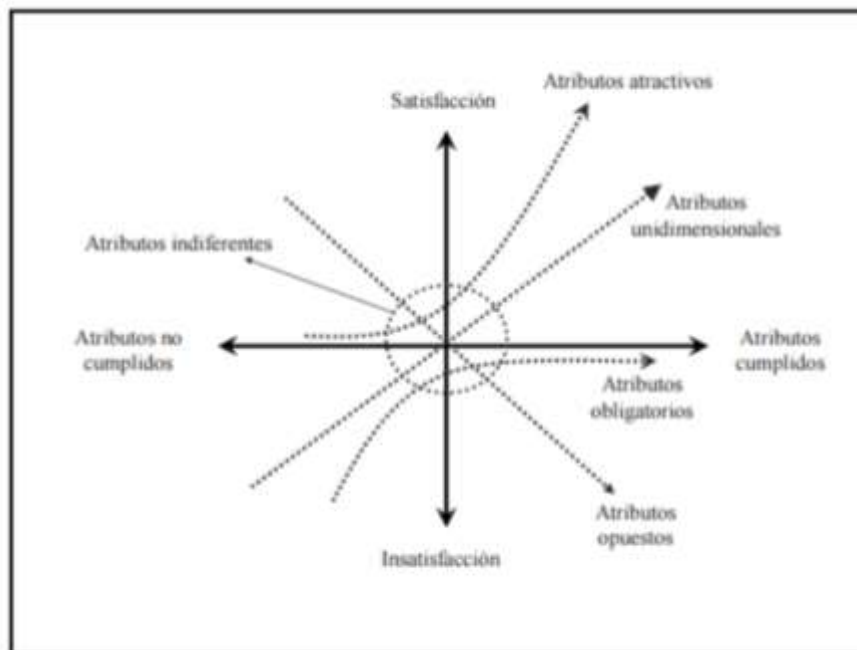


Figura 2: Atributos Modelo Kano

Fuente: (Quezada, Enero 2009)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El propósito de la presente investigación es identificar el nivel de satisfacción de las fundaciones para personas con discapacidad afiliadas a la Federación FENODIS.

3.1 Objetivos de la investigación

Objetivo General

Identificar el nivel de calidad de los servicios que presta la FENODIS y que deben ser fortalecidos en las fundaciones en el Distrito Metropolitano de Quito, aplicando los modelos Servqual y Kano.


Objetivos Específicos

- Comprobar si los servicios que presta la FENODIS utilizan herramientas tecnológicas y personal capacitado, lo que contribuye a que las fundaciones estén satisfechas con la atención recibida.
- Identificar si las metodologías de capacitación, asesoría o información que tiene la FENODIS son las adecuadas para que las fundaciones estén satisfechas y afiliadas.
- Conocer el estado actual de satisfacción de las fundaciones afiliadas a la FENODIS.

3.2 Población objetivo del estudio

La población a estudiarse está compuesta por las fundaciones afiliadas a la FENODIS para personas con discapacidad pertenecientes al Núcleo Pichincha.

Tabla 1:
Base de datos Fenodis Núcleo Pichincha

| Federación Nacional de Organismos no Gubernamentales para la Discapacidad  | | | | | | |
|---|------------------|-----------|--|-------------------------------------|---|---|
| No. | PROVINCIA | CIUDAD | TITULO | NOMBRE | CARGO | DIRECCIÓN |
| 1 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACIÓN CENTRO SAN JUAN DE JERUSALEN | MERCY BARRAGÁN | DIRECTORA | PASAJE JERONIMO CARRION OE9-43 Y ENRIQUE RITHER |
| 2 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACION AMIGOS BENEFACTORES DE ENFERMOS INCURABLES | ELSA ROSERO SRA. ESTELA SUÁREZ | GERENTE P INFANTIL /REPRESENTANTE LEGAL | CALLE AYACUCHO N 19-106 Y 18 DE SEPTIEMBRE |
| 3 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACIÓN AMOR Y ENERGÍA | HEIDE PALIZ | PRESIDENTA | TUMBACO LA VIÑA PRINCIPAL S/N Y SECUNDARIA |
| 4 | NUCLEO PICHINCHA | SANGOLQUÍ | FUNDACIÓN ANTORCHA DE VIDA | NANCY ROMERO DE ARBOLEDA | PRESIDENTA | ABETOS #31 Y JUAN DE SALINAS |
| 5 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACION CAMPAMENTO CRISTIANO ESPERANZA | JACQUELINE ALDAZ RITA TOBAR | PRESIDENTA DIRECTORA EJECUTIVA | CARCELÉN: CALLE JUAN BARREZUETA N77-298 Y AV. JUAN DE SELIS |
| 6 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACION CON CRISTO | JULIO RODRÍGUEZ MARITZA CASTELLANOS | DIRECTOR EJECU/ DIRECTORA DEL CENTRO | AV. ELOY ALFARO N29-143 E INGLATERRA ED. SALAZAR BARBA OF.1 A / AV.OTOYA ÑAN S34-364 Y PASAJE 4 |
| 7 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACIÓN DE ENSEÑANZA INDIVIDUALIZADA PARA NIÑOS-NIÑAS Y ADOLESCENTES | LILIANA DE RUDICH | GERENTE Y REPRESENTANTE LEGAL | PUSUQUÍ, CALLE LA INDEPENDENCIA Y PASAJE A OE3-41 |
| 8 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACIÓN DIAGNÓSTICO, REHABILITACIÓN E INTEGRACIÓN DEL NIÑO ESPECIAL | MÓNICA SALGADO / SILVIA DE GRIJALBA | REPRESENTANTE LEGAL / DIRECTORA | ULLOA N 34-570 ENTRE PEDRO BEDON Y AV. REPÚBLICA |
| 9 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACIÓN ECUATORIANA DE ESCLEROSIS MÚLTIPLE | MAGDALENA SANCHEZ | DIRECTORA EJECUTIVA | JORGE DROMN N37-79 Y UNIÓN NACIONAL DE PERIODISTAS |
| 10 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACION ECUATOTIANA DE FIBROSIS QUISTICA | ELVIA MARIÑO | PRESIDENTA | AV.AMAZONAS N 22-62 Y RAMIREZ DAVALOS ED. VASCONEZ 4TO PISO |
| 11 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACION ECUATORIANA DE OLIMPIADAS ESPECIALES | HECTOR CUEVA | PRESIDENTE | AV.DE LOS SHIRYS 1109 Y AV. ELOY ALFARO |

Continúa... 

| | | | | | | |
|----|------------------|-------|--|---|--|--|
| 12 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACIÓN EL TRIÁNGULO | NANCY DE MALDONADO/ SONIA MANCHENO/ ISABEL MUÑOZ | PRESIDENTA / VICEPRESIDENTA/ DIRECTORA | AV. DIEGO DE VASQUEZ-PASAJE C-LOTE 21-SECTOR PONCEANO BAJO |
| 13 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACIÓN GENERAL ECUATORIANA | EDUARDO ACOSTA GRUALBA | PRESIDENTE EJECUTIVO/REPRESENTANTE LEGAL | ANTONIO CHECA S/N Y JUAN MORALES SANGOLQUI BARRIO SELVA ALEGRE |
| 14 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACION GORRITAS AZULES | MARTHA SAONA OVIEDO | PRESIDENTA / REPRESENTANTE LEGAL | MACHALA N 65-172 Y CUICOCHA |
| 15 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACION HERMANO MIGUEL | MARÍA EUGENIA SUÁREZ | PRESIDENTA | CALLE COLIMES N41-182 Y AV. GRANADOS |
| 16 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACION PRO-INTEGRACION EDUCATIVA Y SOCIAL DEL ECUADOR | PATRICIA MENA | DIRECTORA EJECUTIVA | AGUSTIN CUEVA N 84-82 Y JAIME ROLDOS AGUILERA CARCELEN |
| 17 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACIÓN NACIONAL DE PARÁLISIS CEREBRAL | MARIO VELASCO ORTEGA / ELENA BUITRON TRABANCO | PRESIDENTE / DIRECTORA EJECUTIVA | JOSE PLÁCIDO CAAMAÑO S7-136 Y ESPEJO SECTOR LA MOYA CONOCOTO |
| 18 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACION NUEVA VIDA | JOSE ANTONIO EGAS LEDESMA / PASTOR ESTUARDO LOPEZ | DIRECTOR EJECUTIVO / REPRESENTANTE LEGAL | AV.COLON E6-12 Y RABIDA ED. AVE MARIA 5to PISO OF.5 B |
| 19 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACION REINA DE QUITO | MARIA TERESA DONOSO / SOFIA ARTETA DE CUEVA | PRESIDENTA DIRECTORA EJECUTIVA | IÑAQUITO N37-265 Y VILLALENGUA |
| 20 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACIÓN TAPORI PALADINES DE LA FELICIDAD | CARMEN CALVACHI | PRESIDENTA Y REPRESENTANTE LEGAL | CALLE SANTA TERESA N1-100 Y TADEO BENÍTEZ DIAGONAL AL COLISEO - POMASQUI |
| 21 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACION TIERRA NUEVA | GLORIA DÁVILA | DIRECTORA Y REPRESENTANTE LEGAL | AV. RUMICHACA S3310 Y MATILDE ALVAREZ |
| 22 | NUCLEO PICHINCHA | QUITO | FUNDACION PARA LA INTEGRACION DEL NIÑO ESPECIAL | NELLY YOLANDA ORTÍZ CARRANCO | DIRECTORA EJECUTIVA | SAN JOSE 0E2-377 Y PASAJE 1 |

Fuente: (Lilian Mera, febrero 2008)

3.3 Muestreo

3.3.1 Muestreo no probabilístico

Teniendo clara la población a investigar, se tomará en cuenta el número de fundaciones afiliadas a la Federación FENODIS.

Muestreo por conveniencia

John W. Creswell (2008) lo define como un procedimiento de muestreo cuantitativo en el que el investigador selecciona a los participantes, ya que están dispuestos y disponibles para ser estudiados.

Es por esto que este tipo de muestreo permitirá obtener una muestra conveniente para la investigación, componiéndose de 22 fundaciones afiliadas a la FENODIS, las cuales proporcionan apertura para realizar el análisis de satisfacción.

3.4 Instrumentos de recopilación de datos

3.4.1 Estudio exploratorio.- En este estudio se pretende identificar y analizar los niveles de satisfacción que tienen las fundaciones al recibir los servicios de la Federación Fenodis del DMQ.

Permitiendo examinar los atributos o dimensiones que influyen en el nivel de servicio, proporcionando conocimiento y entendimiento a través de una investigación cualitativa, recopilando información necesaria para la aplicación de los modelos Servqual y kano.

Fuentes de información:

3.4.2 Información Primaria.- Se recopila información a través de una encuesta piloto, observación y entrevistas a profundidad.

Encuesta Piloto: Sirve para experimentar si se puede obtener información que se alinee a la investigación que se está realizando, de esta manera se plantean preguntas que canalicen bien la información, para ello se aplicó un cuestionario de 6 preguntas relacionadas a distintos aspectos y características de cada fundación. Con este primer cuestionario piloto se trata de determinar qué dimensiones o atributos se deben incluir en el estudio, para la ejecución del mismo se aplicó la encuesta a 5 fundaciones afiliadas.

| ENCUESTA DE SATISFACCION DE LA FEDERACIÓN FENODIS | | | |
|--|----------------------|--|----------------------|
| | | OBJETIVO. Analizar el nivel de satisfacción de los servicios que presta la federación Fenodis a las fundaciones para personas con discapacidad en el distrito Metropolitano de Quito. | |
| INSTRUCCIONES. | | COMPLETE LA INFORMACIÓN EN LOS ESPACIOS ESTABLECIDOS. | |
| FECHA: _____ | | CÓDIGO: _____ | |
| INFORMACIÓN PERSONAL | | | |
| Nombre de la Institución | | _____ | |
| Nombre Director / a General | | _____ | |
| Dirección Institución | | _____ | |
| Teléfonos | | _____ | |
| Lea detenidamente y seleccione con una "X" la respuesta correcta | | | |
| 1) Las principales debilidades de su fundación son : | | | |
| Bajo presupuesto | <input type="text"/> | Mala administración | <input type="text"/> |
| Pocas donaciones | <input type="text"/> | Ninguna | <input type="text"/> |
| | | Falta de planificación de talleres y programas | <input type="text"/> |
| | | Otras | <input type="text"/> |
| 2) Cuál de las siguientes estrategias utiliza en su fundación ? | | | |
| Alianzas con otras organizaciones | <input type="text"/> | | |
| Gestión de recursos por medio del Gobierno | <input type="text"/> | | |
| Proyectos de autosustentación | <input type="text"/> | | |
| Otros | <input type="text"/> | | |
| 3) Qué necesidades principales tiene su fundación ? | | | |
| Ideas para reunir fondos | <input type="text"/> | | |
| Personal capacitado y especializado | <input type="text"/> | | |
| Personal con optimismo y vocación | <input type="text"/> | | |
| Personal con compromiso a alcanzar los objetivos eficientemente | <input type="text"/> | | |
| Recursos económicos | <input type="text"/> | | |
| Otros | <input type="text"/> | | |
| 4) Cuántas veces en el año ha recibido capacitaciones por parte de la Fenodis ? | | | |
| 1 a 2 Veces | <input type="text"/> | 5 a 6 Veces | <input type="text"/> |
| 3 a 4 Veces | <input type="text"/> | Más de 6 Veces | <input type="text"/> |
| 5) Qué factor externo impacta en el desarrollo de su fundación ? | | | |
| Políticos y legales | <input type="text"/> | Económico | <input type="text"/> |
| Tecnológico | <input type="text"/> | Socio-Cultural | <input type="text"/> |
| | | Medioambientales | <input type="text"/> |
| | | Otros | <input type="text"/> |
| 6) ¿De manera general como calificaría los servicios prestados por la FENODIS? | | | |
| EXCELENTE | <input type="text"/> | MUY BUENO | <input type="text"/> |
| | | MALO | <input type="text"/> |
| | | MUY MALO | <input type="text"/> |

Figura 3: Encuesta Piloto

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

Observación: Mediante visitas realizadas a la FENODIS, ya que permite conocer más a profundidad si se están aplicando o no los servicios adecuados y si las fundaciones afiliadas están haciendo uso del servicio.

Entrevista: Se realiza una entrevista a la Directora de la Federación Liliana Mera, ya que desea saber si las capacitaciones y asesorías que ellos brindan a las fundaciones, están sirviendo al crecimiento y fortalecimiento de cada una de ellas y si no es así, mejorar y reforzar sus capacitaciones de acuerdo a la necesidad de cada fundación.

3.4.3 Información Secundaria.- Es la información que ya ha sido publicada y que fue recolectada a medida que aparecían necesidades específicas a conocer en la investigación.

Ésta información fue obtenida a través de revistas, diarios, publicaciones o estudios relacionados con el tema de investigación, proporcionados por la FENODIS.

3.4.4 Investigación Descriptiva:

Este estudio se realizará para obtener información cuantificable, que ayudará a evaluar los diferentes servicios que ofrece la FENODIS, para que se pueda implementar mejoras en el servicio, al evaluar los niveles de satisfacción con los que cuentan las fundaciones se podrá conocer cuáles son las necesidades que tienen las mismas.

3.5 Diseño del instrumento de medición

Para el diseño del instrumento de medición se tomó en cuenta la información de todo el material bibliográfico antes mencionado, utilizando los modelos Servqual y Kano, los cuales nos servirán para medir la satisfacción con respecto a la calidad de servicio.

La estructura de la encuesta consta de dos partes:

La primera es un cuestionario donde se busca obtener información para aplicar el modelo SERVQUAL, consta de 48 preguntas, en donde 24 ítems pertenecen a las expectativas que tienen las fundaciones es decir como esperaban que sea el servicio por parte de FENODIS antes de recibirlo y los otros 24 ítems pertenecen a las percepciones de las mismas en donde califican al servicio de FENODIS una vez ya recibido, la encuesta está diseñada bajo una escala de Likert con una escala de medición de 7 puntos, donde 1 será la mínima calificación y 7 la máxima.

En la última pregunta de este cuestionario se agrega una pregunta general la cual nos servirá para la evaluación de la calidad de servicio, con una escala del 1 al 5, donde 1 es Excelente, 2 Muy bueno, 3 es Bueno, 4 es Malo y 5 Muy malo, esta pregunta servirá para verificar una de nuestras hipótesis en cuanto a la satisfacción del servicio.

En la segunda parte se aplica el modelo KANO, donde se miden 11 atributos, representados en un conjunto de 22 preguntas. La medición de cada atributo se hace de forma funcional, cuando el atributo está presente en el servicio, y de forma disfuncional, cuando en el servicio se encuentra ausente el atributo medido. Los encuestados tienen 5 opciones de respuesta, donde demuestran su nivel de agrado o su nivel de desagrado.

3.6 Matriz de Cuestionario

En la matriz de cuestionario se encuentran todas las preguntas de la encuesta, en esta matriz se organiza su numeración, clasificación por variables específicas, sus atributos, tipos de pregunta, opciones de respuesta, tipo de variable y la codificación para cada una de las encuestas.

Tabla 2:
Matriz de Cuestionario

| Objetivo Específico | DIMENSIONES | ATRIBUTO | TIPO DE PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA | CALIFICACIÓN | TIPO DE VARIABLE |
|---------------------|-------------|----------|------------------|-----------------------|--------------|------------------------|
| | | | | | | Numérica Alfa numérica |

| PRIMERA PARTE | | | | | | | |
|--|---------------------|--|------------------|-----------------|-----------------|---|--|
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Elementos Tangibles | ELEMENTOS TANGIBLES | La Fenodis tiene equipos modernos para las capacitaciones y asesorías(internet, laptop, infocus, otros) | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 7 | ESCALA LIKERT 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Elementos Tangibles | ELEMENTOS TANGIBLES | Las instalaciones donde realiza las capacitaciones la Fenodis son visualmente atractivas(limpieza, ventilación, entorno e iluminación) | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 7 | ESCALA LIKERT 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Fiabilidad | FIABILIDAD | Cuando la Fenodis establece una capacitación en un cierto tiempo la realiza | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 7 | ESCALA LIKERT 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Fiabilidad | FIABILIDAD | Cuando una fundación tiene problemas la Fenodis brinda su apoyo inmediato | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 7 | ESCALA LIKERT 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Fiabilidad | FIABILIDAD | La Fenodis realiza bien sus capacitaciones y asesorías a la primera vez | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 7 | ESCALA LIKERT 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Fiabilidad | FIABILIDAD | La Fenodis concluye sus capacitaciones y asesorías en el tiempo planificado | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 7 | ESCALA LIKERT 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Fiabilidad | FIABILIDAD | los capacitadores y asesores poseen un nivel suficiente de conocimientos teóricos y prácticos | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 7 | ESCALA LIKERT 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Fiabilidad | FIABILIDAD | Los capacitadores y asesores evidencian el proceso de enseñanza aprendizaje mediante evaluaciones | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 7 | ESCALA LIKERT 7 | X | |
| Aplicar el modelo | CAPACIDAD DE | Los capacitadores y asesores de la | CERRADA | ESCALA | ESCALA LIKERT 7 | X | |

| | | | | | | | |
|--|------------------------|--|------------------|--------------------|--------------------|---|--|
| Servqual con las cinco dimensiones : Capacidad de Respuesta | RESPUESTA | Fenodis comunican a las fundaciones cuándo terminará la realización de los servicios | MÚLTIPLE | LIKERTIAL 7 | 7 | | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Capacidad de Respuesta | CAPACIDAD DE RESPUESTA | Los capacitadores de la FENODIS son personas reconocidas a nivel nacional e internacional | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERTIAL 7 | ESCALA LIKERTIAL 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Capacidad de Respuesta | CAPACIDAD DE RESPUESTA | Los capacitadores y asesores de la FENODIS ofrecen sus servicios inmediatamente a las fundaciones | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERTIAL 7 | ESCALA LIKERTIAL 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Capacidad de Respuesta | CAPACIDAD DE RESPUESTA | Los capacitadores y asesores de la Fenodis están preparados para responder a diversas preguntas de las fundaciones | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERTIAL 7 | ESCALA LIKERTIAL 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Capacidad de Respuesta | SEGURIDAD | Las capacitaciones y asesorías que le brinda la FENODIS son útiles para el desarrollo de su fundación | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERTIAL 7 | ESCALA LIKERTIAL 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Capacidad de Respuesta | SEGURIDAD | Los capacitadores y asesores se encuentran permanentemente actualizados en sus conocimientos | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERTIAL 7 | ESCALA LIKERTIAL 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Capacidad de Respuesta | SEGURIDAD | El comportamiento de los capacitadores y asesores de la Fenodis transmite confianza a las fundaciones | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERTIAL 7 | ESCALA LIKERTIAL 7 | X | |

| | | | | | | | |
|--|-----------|---|------------------|----------------------|----------------------|---|--|
| | | | | | | | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Seguridad | SEGURIDAD | Las Fundaciones se sienten conformes con la cuota de afiliación a la Fenodis | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 1 AL 7 | ESCALA LIKERT 1 AL 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Empatía | EMPATÍA | La Fenodis da a sus Fundaciones una atención individualizada | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 1 AL 7 | ESCALA LIKERT 1 AL 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Empatía | EMPATÍA | Los capacitadores y asesores de la FENODIS practican valores y principios con las Fundaciones | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 1 AL 7 | ESCALA LIKERT 1 AL 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Empatía | EMPATÍA | La Fenodis tiene horarios de trabajo convenientes para todas sus fundaciones | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 1 AL 7 | ESCALA LIKERT 1 AL 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Empatía | EMPATÍA | La Fenodis tiene capacitadores que ofrecen una atención personalizada a las fundaciones | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 1 AL 7 | ESCALA LIKERT 1 AL 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Empatía | EMPATÍA | La Fenodis se preocupa por los mejores intereses de sus fundaciones | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 1 AL 7 | ESCALA LIKERT 1 AL 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Empatía | EMPATÍA | La Fenodis comprende las necesidades específicas de sus Fundaciones | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 1 AL 7 | ESCALA LIKERT 1 AL 7 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones : Empatía | EMPATÍA | Los capacitadores y los asesores motivan a las fundaciones para que exista un mejor aprendizaje | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 1 AL 5 | ESCALA LIKERT 1 AL 5 | X | |
| Aplicar el modelo Servqual con las cinco dimensiones | EMPATÍA | Las estrategias metodológicas de los capacitadores y asesores son adecuadas | CERRADA MÚLTIPLE | ESCALA LIKERT 1 AL 5 | ESCALA LIKERT 1 AL 5 | X | |

| | | | | | | | |
|----------------|--|--|--|--|--|--|--|
| es : | | | | | | | |
| Empatía | | | | | | | |

| Numérica | | | | | | | Alf anu mé rica |
|-------------------------------|--|--|------------------|--|-----------------------|--|--------------------------|
| SEGUNDA PARTE | | | | | | | |
| Aplicar el modelo Kano | Capacitadores calificados y de experiencia | Capacitadores muy bien seleccionados y de experiencia. | Cerrada Múltiple | Me agrada Es de esperar No me importa Lo acepto Me desagrada | 1 2 3 4 5 | | X |
| Aplicar el modelo Kano | Claridad y entendimiento de las capacitaciones | Claridad y entendimiento en las capacitaciones | Cerrada Múltiple | Me agrada Es de esperar No me importa Lo acepto Me desagrada | 1 2 3 4 5 | | X |
| Aplicar el modelo Kano | Limpieza y comodidad de las aulas | Limpieza y comodidad de las aulas para capacitación de la Fenodis | Cerrada Múltiple | Me agrada Es de esperar No me importa Lo acepto Me desagrada | 1 2 3 4 5 | | X |
| Aplicar el modelo Kano | Equipamiento de la Fenodis | Aulas bien equipadas con materiales adecuados para enseñanza y aprendizaje | Cerrada Múltiple | Me agrada Es de esperar No me importa Lo acepto Me desagrada | 1 2 3 4 5 | | X |
| Aplicar el modelo Kano | Motivación a las fundaciones | Capacitadores motivan y buscan participación de las fundaciones | Cerrada Múltiple | Me agrada Es de esperar No me importa Lo acepto Me desagrada | 1 2 3 4 5 | | X |
| Aplicar el modelo Kano | Amabilidad y buen trato | Amabilidad y respeto en el trato | Cerrada Múltiple | Me agrada Es de esperar No me importa Lo acepto Me desagrada | 1 2 3 4 5 | | X |
| Aplicar el modelo Kano | Información externa | Información para concursos o eventos | Cerrada Múltiple | Me agrada Es de esperar No me importa Lo acepto Me desagrada | 1 2 3 4 5 | | X |
| Aplicar el modelo Kano | Temas de desarrollo institucional | Elaboración y diseños de proyectos, elaboración de planes | Cerrada Múltiple | Me agrada Es de esperar No me importa Lo acepto | 1 2 3 4 5 | | X |

| | | | | | | | |
|------------------------|--------------------|-----------------------------------|------------------|--|-----------------------|--|---|
| | | | | Me desagrada | | | |
| Aplicar el modelo Kano | Temas Terapéuticos | Temas específicos en Discapacidad | Cerrada Múltiple | Me agrada Es de esperar No me importa Lo acepto Me desagrada | 1 2 3 4 5 | | X |
| Aplicar el modelo Kano | Necesidad | Planificación de capacitación | Cerrada Múltiple | Me agrada Es de esperar No me importa Lo acepto Me desagrada | 1 2 3 4 5 | | X |
| Aplicar el modelo Kano | Página web | Difusión de información | Cerrada Múltiple | Me agrada Es de esperar No me importa Lo acepto Me desagrada | 1 2 3 4 5 | | X |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

3.7 Diseño de la encuesta

La encuesta sale de la matriz de cuestionario realizada, relacionada con los objetivos de la investigación.

Además este instrumento se encarga de recopilar datos que influirán en los resultados y análisis de la investigación, ya que permitirá analizar los atributos que las fundaciones consideran importantes y necesarios para su satisfacción.


| ENCUESTA DE SATISFACCION DE LA FEDERACIÓN FENODIS | |
|---|--|
|  | OBJETIVO. Analizar el nivel de satisfacción de los servicios que presta la federación Fenodis a las fundaciones para personas con discapacidad en el distrito Metropolitano de Quito. |
| INSTRUCCIONES. | COMPLETE LA INFORMACIÓN EN LOS ESPACIOS ESTABLECIDOS. |
| FECHA: _____ | CÓDIGO: _____ |
| INFORMACIÓN PERSONAL | |
| Nombre de la Institución | _____ |
| Nombre del Representante legal | _____ |
| Nombre del Encuestado / a | _____ |
| Cargo | _____ |
| Dirección Institución | _____ |
| Teléfonos | _____ |

Figura 4: Encuesta Híbrida Servqual y Kano

| Lea detenidamente y seleccione con una "X" la alternativa de su preferencia siendo 7 la máxima y 1 la mínima calificación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--------------------------|--|---|---|---|---|---|---|--------------|---|---|---|---|--------------------------|-------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--------------------------|------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--------------------------|----------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--------------------------|
| EXPECTATIVA: Como esperaba usted que sea el servicio por parte de FENODIS antes de recibirlo | | | | | | | | | | | | | PERCEPCIÓN: Como usted califica al servicio de FENODIS ahora que ya lo ha recibido | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PARTE I | | | | | | | | | | | | | EXPECTATIVA | | | | | | | PERCEPCIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ¿QUE TAN DE ACUERDO ESTA CON LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES ? | | | | | | | | | | | | | CALIFICACIÓN | | | | | | | CALIFICACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | La FENODIS tiene equipos modernos para las capacitaciones y asesorías (internet, laptop, infocus, otros) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Las instalaciones donde realiza las capacitaciones la FENODIS son visualmente atractivas (limpieza, ventilación, entorno e iluminación) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Los capacitadores de la FENODIS son personas reconocidas a nivel nacional e internacional | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Cuando la Fenodis establece un programa de capacitación en un cierto tiempo lo realiza | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Cuando una fundación tiene problemas la FENODIS brinda su apoyo inmediato | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | La FENODIS realiza bien sus capacitaciones y asesorías a la primera vez | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | La FENODIS concluye sus capacitaciones en el tiempo planificado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Los capacitadores y asesores de la FENODIS comunican a las fundaciones cuándo terminará la realización de los servicios | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Los capacitadores y asesores de la FENODIS ofrecen sus servicios inmediatamente a las fundaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Los capacitadores y asesores de la FENODIS están preparados para responder a diversas preguntas de las fundaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | El comportamiento de los capacitadores y asesores de la FENODIS transmite confianza a las fundaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | Las Fundaciones se sienten conformes con la cuota de afiliación a la Fenodis | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | Los capacitadores y asesores de la FENODIS practican valores y principios con las Fundaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | La FENODIS da a sus Fundaciones una asesoría individualizada | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15 | La FENODIS tiene horarios de trabajo convenientes para todas sus fundaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 16 | La FENODIS tiene capacitadores que ofrecen una atención personalizada a las fundaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 17 | La FENODIS se preocupa por los mejorar los intereses de sus fundaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 18 | Las capacitaciones y asesorías que le brinda la FENODIS son útiles para el desarrollo de su fundación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 19 | Los capacitadores y asesores evidencian el proceso de enseñanza aprendizaje mediante evaluaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 20 | Los capacitadores y los asesores motivan a las fundaciones para que exista un mejor aprendizaje | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 21 | los capacitadores y asesores poseen un nivel suficiente de conocimientos teóricos y prácticos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 22 | Los capacitadores y asesores se encuentran permanentemente actualizados en sus conocimientos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 23 | Las estrategias metodológicas de los capacitadores y asesores son adecuadas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 24 | La FENODIS comprende las necesidades específicas de sus Fundaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 25 | ¿De manera general como calificaría los servicios prestados por la FENODIS? | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| EXCELENTE | | | | | | | | | | | | <input type="checkbox"/> | MUY BUENO | | | | | | | | | | | | <input type="checkbox"/> | BUENO | | | | | | | | | | | | <input type="checkbox"/> | MALO | | | | | | | | | | | | <input type="checkbox"/> | MUY MALO | | | | | | | | | | | | <input type="checkbox"/> |

| PARTE 2 | |
|--|--------------------------|
| Identifique con una X su nivel de agrado de acuerdo con las siguientes preguntas. La escala, explicada a continuación, comprende desde Me Agrada hasta Me Desagrada. | |
| 1.- ¿Qué le parecería a usted si las personas que lo capacitan y asesoran están muy bien seleccionados y posee gran experiencia y son especialistas en DISCAPACIDAD? | |
| Me agrada | <input type="checkbox"/> |
| Es de esperar | <input type="checkbox"/> |
| No me importa | <input type="checkbox"/> |
| Lo acepto | <input type="checkbox"/> |
| Me desagrada | <input type="checkbox"/> |
| 2.- ¿Qué le parecería a usted si las personas que lo capacitan y asesoran NO están muy bien seleccionados ni poseen gran experiencia ni son especialistas en DISCAPACIDAD? | |
| Me agrada | <input type="checkbox"/> |
| Es de esperar | <input type="checkbox"/> |
| No me importa | <input type="checkbox"/> |
| Lo acepto | <input type="checkbox"/> |
| Me desagrada | <input type="checkbox"/> |
| 3.- ¿Qué le parecería a usted si los capacitadores y asesores imparten su conocimiento con claridad y entendimiento? | |
| Me agrada | <input type="checkbox"/> |
| Es de esperar | <input type="checkbox"/> |
| No me importa | <input type="checkbox"/> |
| Lo acepto | <input type="checkbox"/> |
| Me desagrada | <input type="checkbox"/> |
| 4.- ¿Qué le parecería a usted si los capacitadores y asesores NO imparten su conocimiento con claridad y entendimiento? | |
| Me agrada | <input type="checkbox"/> |
| Es de esperar | <input type="checkbox"/> |
| No me importa | <input type="checkbox"/> |
| Lo acepto | <input type="checkbox"/> |
| Me desagrada | <input type="checkbox"/> |
| 5.- ¿Qué le parecería a usted si los lugares para las capacitaciones están ordenadas, seguras y limpias? | |
| Me agrada | <input type="checkbox"/> |
| Es de esperar | <input type="checkbox"/> |
| No me importa | <input type="checkbox"/> |
| Lo acepto | <input type="checkbox"/> |
| Me desagrada | <input type="checkbox"/> |
| 6.- ¿Qué le parecería a usted si los lugares para las capacitaciones y NO están ordenadas, seguras y limpias? | |
| Me agrada | <input type="checkbox"/> |
| Es de esperar | <input type="checkbox"/> |
| No me importa | <input type="checkbox"/> |
| Lo acepto | <input type="checkbox"/> |
| Me desagrada | <input type="checkbox"/> |
| 7.- ¿Qué le parecería a usted si los lugares para las capacitaciones cuentan con todos los materiales de aprendizaje (infocus, pizarron, borradores, marcadores entre otros)? | |
| Me agrada | <input type="checkbox"/> |
| Es de esperar | <input type="checkbox"/> |
| No me importa | <input type="checkbox"/> |
| Lo acepto | <input type="checkbox"/> |
| Me desagrada | <input type="checkbox"/> |
| 8.- ¿Qué le parecería a usted si todos los lugares para las capacitaciones NO cuentan con todos los materiales de aprendizaje (infocus, pizarron, borradores, marcadores entre otros)? | |
| Me agrada | <input type="checkbox"/> |
| Es de esperar | <input type="checkbox"/> |
| No me importa | <input type="checkbox"/> |
| Lo acepto | <input type="checkbox"/> |
| Me desagrada | <input type="checkbox"/> |
| 9.- ¿Qué le parecería a usted si los capacitadores y asesores motivan a las fundaciones y buscan su participación en todas las actividades? | |
| Me agrada | <input type="checkbox"/> |
| Es de esperar | <input type="checkbox"/> |
| No me importa | <input type="checkbox"/> |
| Lo acepto | <input type="checkbox"/> |
| Me desagrada | <input type="checkbox"/> |
| 10.- ¿Qué le parecería a usted si los capacitadores y asesores NO motivan a las fundaciones y NO buscan su participación en todas las actividades? | |
| Me agrada | <input type="checkbox"/> |
| Es de esperar | <input type="checkbox"/> |
| No me importa | <input type="checkbox"/> |
| Lo acepto | <input type="checkbox"/> |
| Me desagrada | <input type="checkbox"/> |
| 11.- ¿Qué le parecería a usted si todo el personal de la federación FENODIS lo trata con respeto y amabilidad durante su afiliación? | |
| Me agrada | <input type="checkbox"/> |
| Es de esperar | <input type="checkbox"/> |
| No me importa | <input type="checkbox"/> |
| Lo acepto | <input type="checkbox"/> |
| Me desagrada | <input type="checkbox"/> |

12.- ¿Qué le parecería a usted si todo el personal de la federación FENODIS NO lo trata con respeto y amabilidad durante su afiliación ?

| | |
|---------------|--|
| Me agrada | |
| Es de esperar | |
| No me importa | |
| Lo acepto | |
| Me desagrada | |

13.- ¿Qué le parecería a usted si existieran varios canales de información sobre concursos o eventos que realice la FENODIS ?

| | |
|---------------|--|
| Me agrada | |
| Es de esperar | |
| No me importa | |
| Lo acepto | |
| Me desagrada | |

14.- ¿Qué le parecería a usted si NO existieran varios canales de información sobre concursos o eventos que realice la FENODIS ?

| | |
|---------------|--|
| Me agrada | |
| Es de esperar | |
| No me importa | |
| Lo acepto | |
| Me desagrada | |

15.- ¿Qué le parecería a usted si las capacitaciones de la FENODIS se mantienen con temas de desarrollo institucional , elaboración y diseños de proyectos, elaboración de planes ?

| | |
|---------------|--|
| Me agrada | |
| Es de esperar | |
| No me importa | |
| Lo acepto | |
| Me desagrada | |

16.- ¿Qué le parecería a usted si las capacitaciones de la FENODIS NO se mantienen con temas de desarrollo institucional , elaboración y diseños de proyectos, elaboración de planes estratégicos ?

| | |
|---------------|--|
| Me agrada | |
| Es de esperar | |
| No me importa | |
| Lo acepto | |
| Me desagrada | |

17.- ¿Qué le parecería a usted si la FENODIS aumenta nuevas capacitaciones con temas TERAPÉUTICOS y específicos en DISCAPACIDAD ?

| | |
|---------------|--|
| Me agrada | |
| Es de esperar | |
| No me importa | |
| Lo acepto | |
| Me desagrada | |

18.- ¿Qué le parecería a usted si la FENODIS NO aumenta nuevas capacitaciones con temas TERAPÉUTICOS y específicos en DISCAPACIDAD ?

| | |
|---------------|--|
| Me agrada | |
| Es de esperar | |
| No me importa | |
| Lo acepto | |
| Me desagrada | |

19.- ¿Qué le parecería a usted si la FENODIS analiza la necesidad de su fundación antes de planificar una capacitación ?

| | |
|---------------|--|
| Me agrada | |
| Es de esperar | |
| No me importa | |
| Lo acepto | |
| Me desagrada | |

20.- ¿Qué le parecería a usted si la FENODIS NO analiza la necesidad de su fundación antes de planificar una capacitación ?

| | |
|---------------|--|
| Me agrada | |
| Es de esperar | |
| No me importa | |
| Lo acepto | |
| Me desagrada | |

21.- ¿Qué le parecería a usted si la FENODIS crea una página web donde puedan difundir información general de los servicios que presta?

| | |
|---------------|--|
| Me agrada | |
| Es de esperar | |
| No me importa | |
| Lo acepto | |
| Me desagrada | |

22.- ¿Qué le parecería a usted si la FENODIS NO crea una página web donde puedan difundir información general de los servicios que presta?

| | |
|---------------|--|
| Me agrada | |
| Es de esperar | |
| No me importa | |
| Lo acepto | |
| Me desagrada | |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.8 Plan de Procesamiento de la Información (trabajo de campo)

Al recopilar la información se utilizaron los siguientes recursos:

- Encuestadores
- Encuestas en fotocopias
- Internet
- Llamadas

Las encuestas fueron aplicadas desde el día Martes 22 de Febrero al Viernes 4 de marzo del 2016 en el norte sur centro y valles del Distrito Metropolitano de Quito.

3.8.1 Resultados de la encuesta modelo SERVQUAL

1.- La Fenodis tiene equipos modernos para las capacitaciones y asesorías (internet, laptop, infocus, otros) (EXPECTATIVA)

La Fenodis tiene equipos modernos para las capacitaciones y asesorías(internet, laptop, infocus, otros) (EXPECTATIVA)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 5,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 6,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 27,3 |
| | 7,00 | 16 | 72,7 | 72,7 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

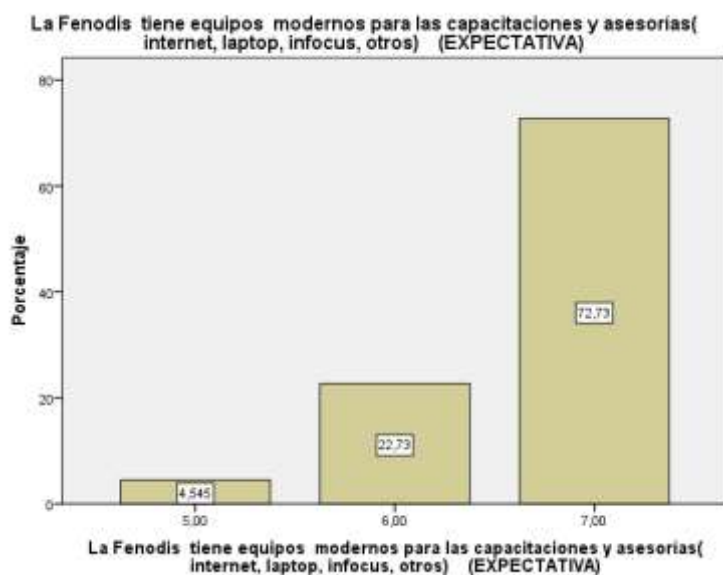


Figura 5 : Equipos Modernos Expectativa

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 22,73% y 72,73%, respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a equipos modernos es alta con un valor de 95.40 %.

2.- Las instalaciones donde realiza las capacitaciones la Fenodis son visualmente atractivas (limpieza, ventilación, entorno e iluminación) (EXPECTATIVA)

| Las instalaciones donde realiza las capacitaciones la Fenodis son visualmente atractivas(limpieza, ventilación, entorno e iluminación) (EXPECTATIVA) | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 4,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 18,2 |
| | 5,00 | 10 | 45,5 | 45,5 | 63,6 |
| | 6,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 86,4 |
| | 7,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

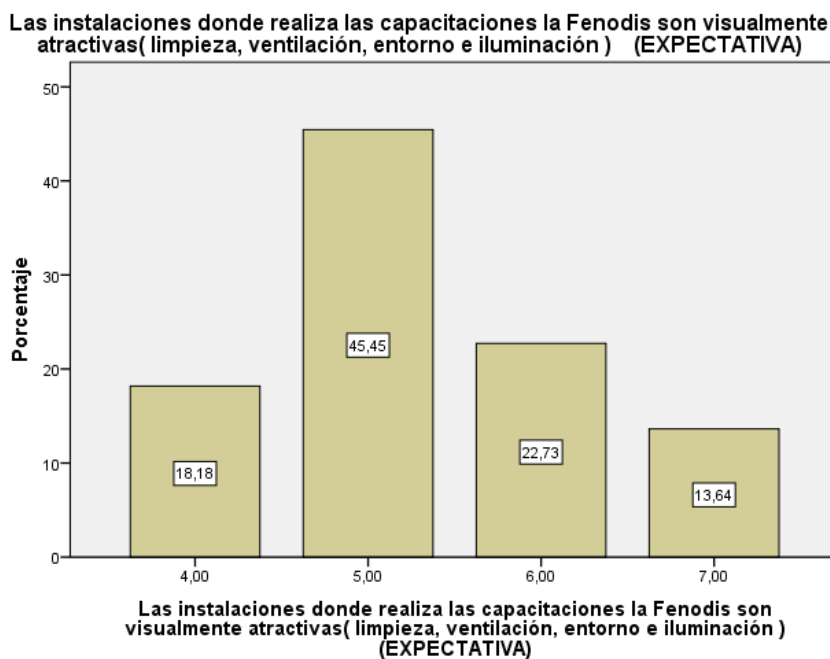


Figura 6: Instalaciones Capacitaciones Expectativa

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valores porcentuales equivalentes a 45,45 % y 22,73 %, respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a las instalaciones es alta con un valor de 68,18 %.

3.- Cuando la Fenodis establece una capacitación en un cierto tiempo la realiza (EXPECTATIVA)

| Cuando la Fenodis establece una capacitación en un cierto tiempo la realiza (EXPECTATIVA) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 5,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | 6,00 | 16 | 72,7 | 72,7 | 81,8 |
| | 7,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

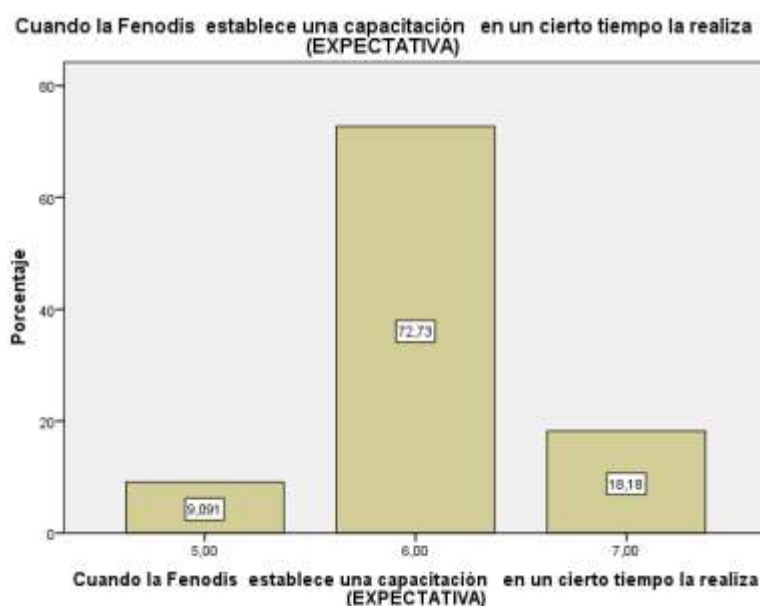


Figura 7: Tiempo Capacitación Fenodis Expectativa

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 72,73 % y 18,18 %, respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto al tiempo de cada capacitación es alta con un valor de 90,91 %.

4.- Cuando una fundación tiene problemas la Fenodis brinda su apoyo inmediato (EXPECTATIVA)

| Cuando una fundación tiene problemas la Fenodis brinda su apoyo inmediato (EXPECTATIVA) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 5,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 6,00 | 6 | 27,3 | 27,3 | 31,8 |
| | 7,00 | 15 | 68,2 | 68,2 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

Quando una fundación tiene problemas la Fenodis brinda su apoyo inmediato (EXPECTATIVA)

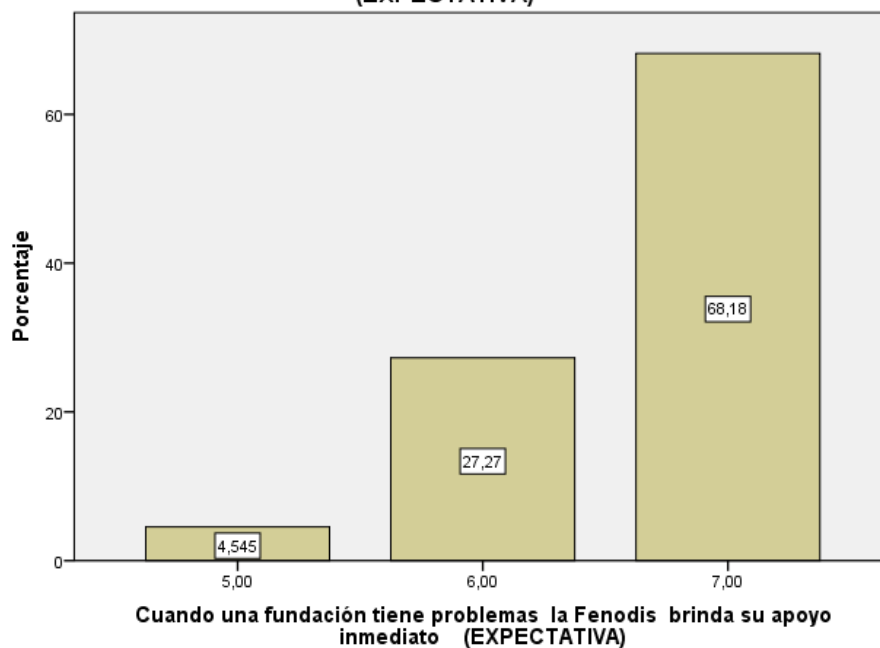


Figura 8: Apoyo a Fundaciones con problemas Expectativa

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 27,27 % y 68,18 %, respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto al tiempo de cada capacitación es alta con un valor de 95,45%.

5.- La Fenodis realiza bien sus capacitaciones y asesorías a la primera vez (EXPECTATIVA)

| La Fenodis realiza bien sus capacitaciones y asesorías a la primera vez (EXPECTATIVA) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 3,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 4,00 | 9 | 40,9 | 40,9 | 45,5 |
| | 5,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 68,2 |
| | 6,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 81,8 |
| | 7,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

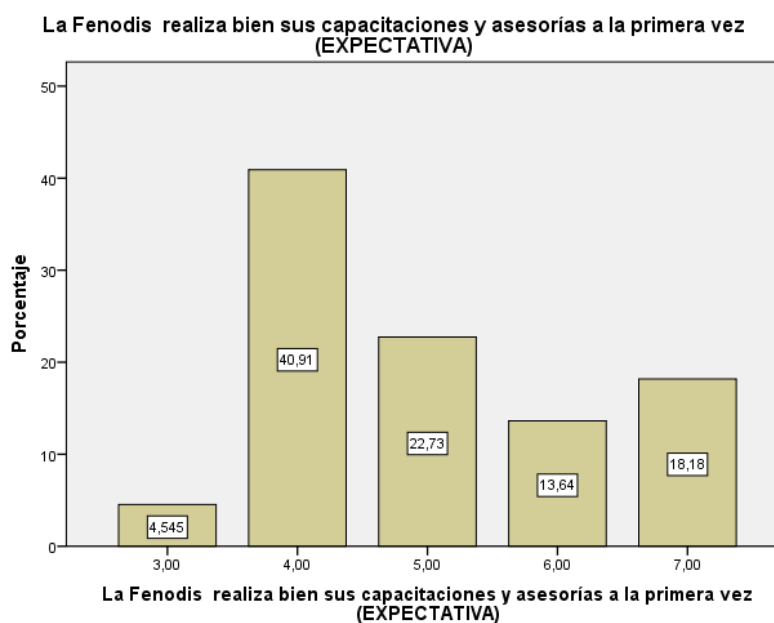


Figura 9: Capacitaciones Efectivas Fenodis Expectativas

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 4,5 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 40,91 %, 22,73 % y 18,18 respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a la realización de las capacitaciones a la primera vez es alta con un valor de 81,82%.

6.- La Fenodis concluye sus capacitaciones y asesorías en el tiempo planificado (EXPECTATIVA)

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 5,00 | 4 | 18,2 | 18,2 |
| | 6,00 | 7 | 31,8 | 50,0 |
| | 7,00 | 11 | 50,0 | 100,0 |
| Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

La Fenodis concluye sus capacitaciones y asesorías en el tiempo planificado (EXPECTATIVA)

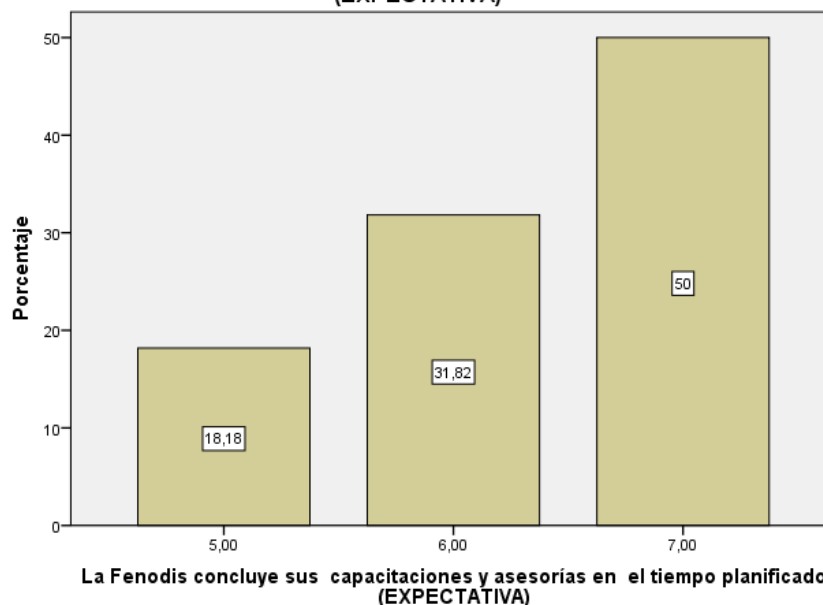


Figura 10: Tiempo de culminación capacitaciones Expectativas

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 31,82 % y 50% respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a la finalización de las capacitaciones y asesorías en el tiempo planificado es alta con un valor de 81,82%.

7.- los capacitadores y asesores poseen un nivel suficiente de conocimientos teóricos y prácticos (EXPECTATIVA)

| Los capacitadores y asesores poseen un nivel suficiente de conocimientos teóricos y prácticos (EXPECTATIVA) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 5,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 6,00 | 17 | 77,3 | 77,3 | 81,8 |
| | 7,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

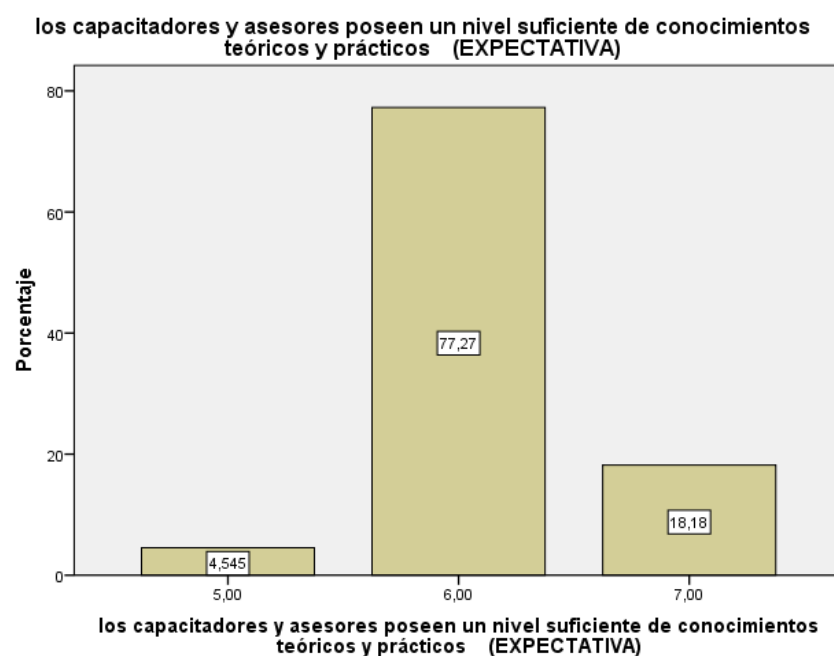


Figura 11: Nivel de Capacitadores y Asesores Expectativas

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 77,27% y 18,18% respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto al conocimiento teóricos y práctico de sus capacitadores y asesores es alta con un valor de 95,45%.

8.- Los capacitadores y asesores evidencian el proceso de enseñanza aprendizaje mediante evaluaciones (EXPECTATIVA)

| Los capacitadores y asesores evidencian el proceso de enseñanza aprendizaje mediante evaluaciones (EXPECTATIVA) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 5,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | 6,00 | 11 | 50,0 | 50,0 | 59,1 |
| | 7,00 | 9 | 40,9 | 40,9 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

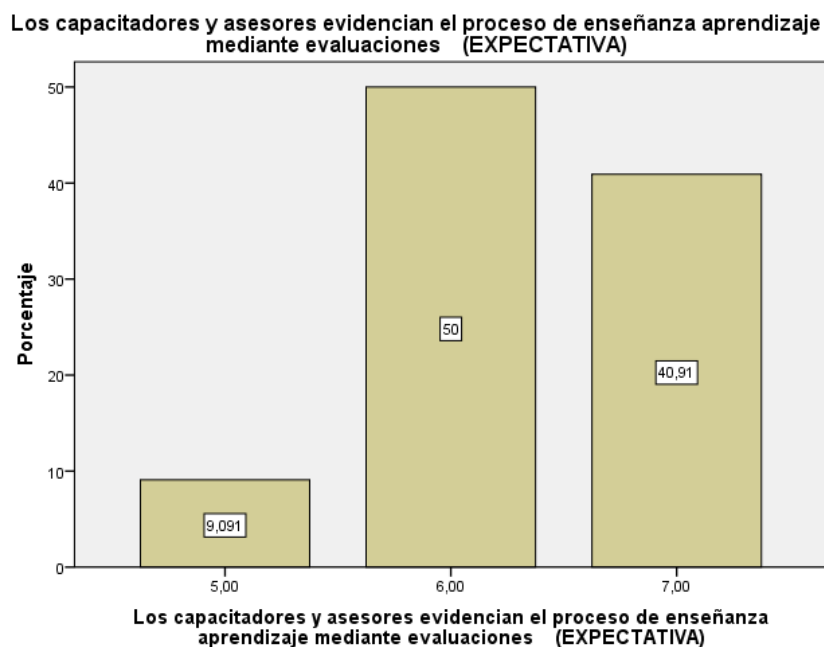


Figura 12: Evidencia de Aprendizaje Capacitadores Expectativa

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 50% y 40,91 respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a si los capacitadores y asesores evidencian el proceso de enseñanza es alta con un valor de 90,91%.

9.- Los capacitadores y asesores de la Fenodis comunican a las fundaciones cuándo terminará la realización de los servicios (EXPECTATIVA)

| Los capacitadores y asesores de la Fenodis comunican a las fundaciones cuándo terminará la realización de los servicios (EXPECTATIVA) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 5,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | 6,00 | 12 | 54,5 | 54,5 | 63,6 |
| | 7,00 | 8 | 36,4 | 36,4 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

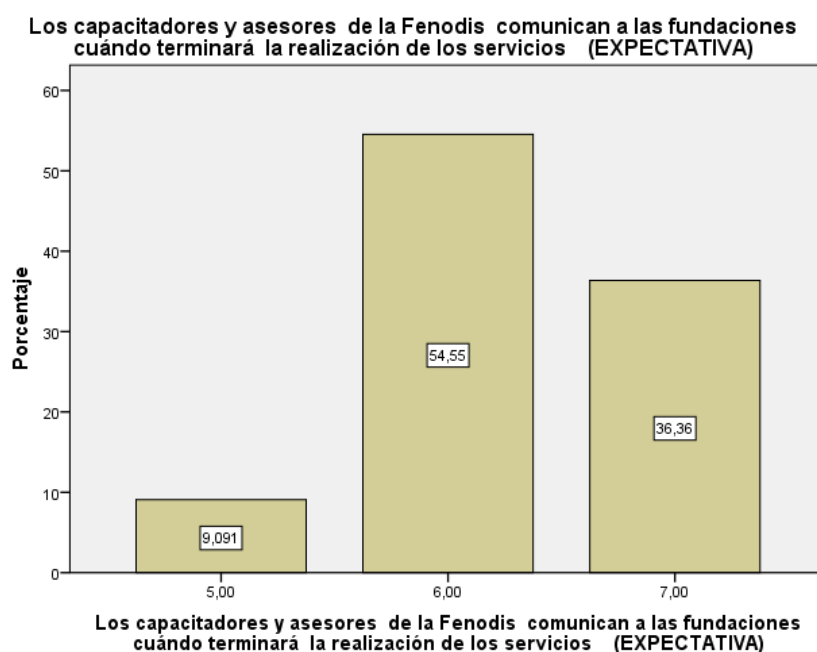


Figura 13: Comunicación de Finalización de Servicios Expectativas

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 54,55 % y 36,36% respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a la comunicación de los asesores y capacitadores de cuándo terminará la realización de sus servicios es alta con un valor de 90,91%.

10.- Los capacitadores de la FENODIS son personas reconocidas a nivel nacional e internacional (EXPECTATIVA)

| Los capacitadores de la FENODIS son personas reconocidas a nivel nacional e internacional (EXPECTATIVA) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 5,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 13,6 |
| | 6,00 | 16 | 72,7 | 72,7 | 86,4 |
| | 7,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

Los capacitadores de la FENODIS son personas reconocidas a nivel nacional e internacional (EXPECTATIVA)

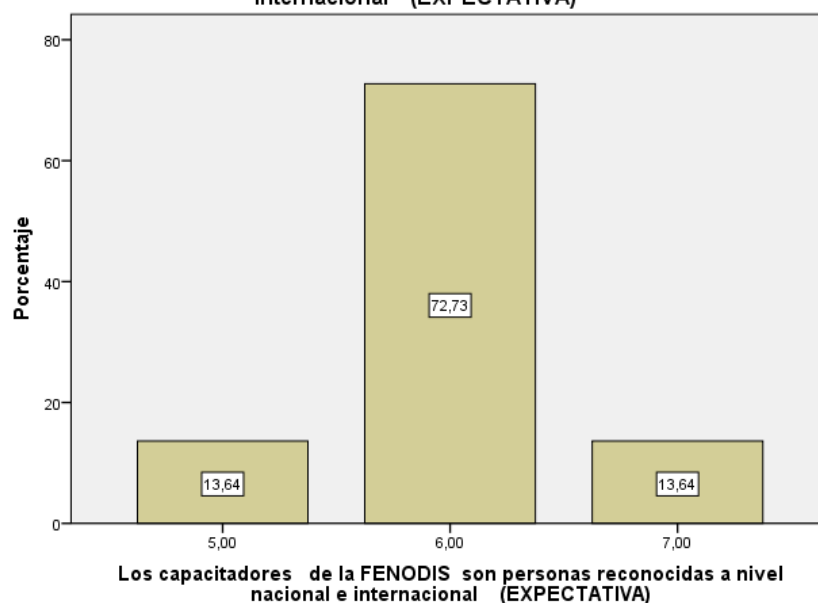


Figura 14: Capacitadores de Fenodis Reconocidas Nacional e Internacionalmente Expectativa

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra es la número 6, con valor porcentual equivalente a 72,73%, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a si los capacitadores son personas reconocidas a nivel nacional e internacional es alta con un valor de 72,73%.

11.- Los capacitadores y asesores de la FENODIS ofrecen sus servicios inmediatamente a las fundaciones (EXPECTATIVA)

Los capacitadores y asesores de la FENODIS ofrecen sus servicios inmediatamente a las fundaciones (EXPECTATIVA)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 5,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | 6,00 | 8 | 36,4 | 36,4 | 45,5 |
| | 7,00 | 12 | 54,5 | 54,5 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

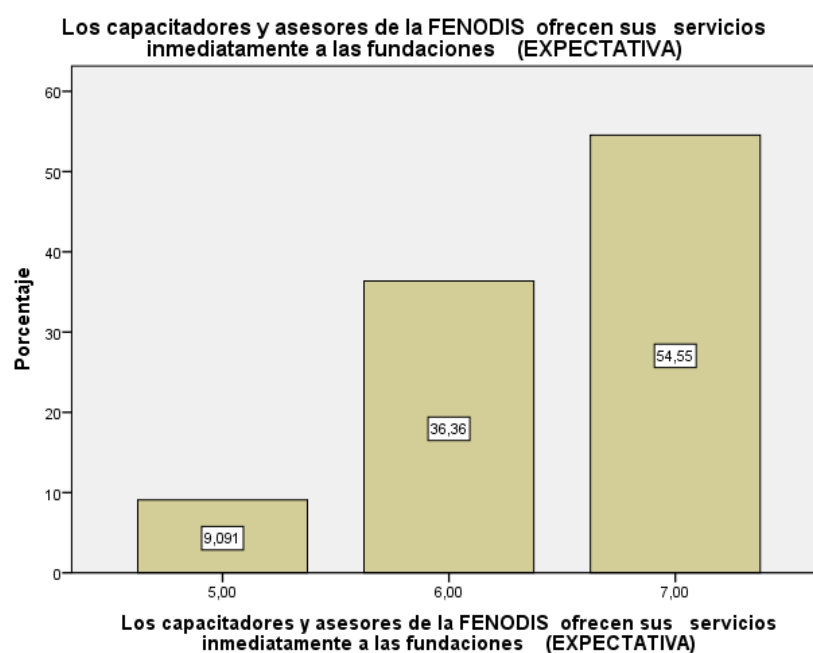


Figura 15: Servicios inmediatos de Fenodis Expectativa

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 36,36 % y 54,55% respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a si los asesores y capacitadores ofrecen sus servicios inmediatamente es alta con un valor de 90,91%.

12.- Los capacitadores y asesores de la Fenodis están preparados para responder a diversas preguntas de las fundaciones (EXPECTATIVA)

Los capacitadores y asesores de la Fenodis están preparados para responder a diversas preguntas de las fundaciones (EXPECTATIVA)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 5,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 6,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 22,7 |
| | 7,00 | 17 | 77,3 | 77,3 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

Los capacitadores y asesores de la Fenodis están preparados para responder a diversas preguntas de las fundaciones (EXPECTATIVA)

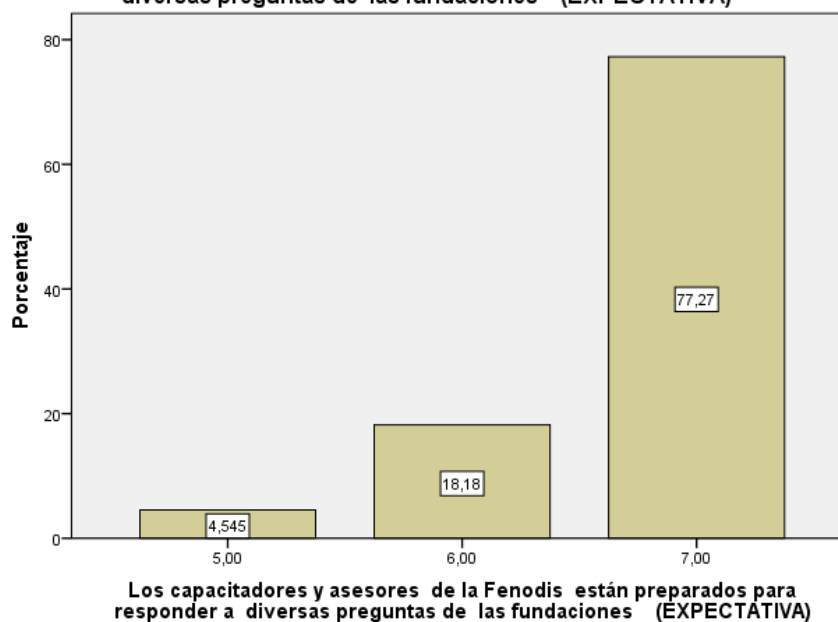


Figura 16: Preparación de Capacitadores Fenodis Expectativa

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 18,18 % y 77,27% respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a si los capacitadores y asesores están preparados para responder a diversas preguntas es alta con un valor de 90,45%.

13.- Las capacitaciones y asesorías que le brinda la FENODIS son útiles para el desarrollo de su fundación (EXPECTATIVA)

Las capacitaciones y asesorías que le brinda la FENODIS son útiles para el desarrollo de su fundación (EXPECTATIVA)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 4,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 5,00 | 7 | 31,8 | 31,8 | 36,4 |
| | 6,00 | 13 | 59,1 | 59,1 | 95,5 |
| | 7,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

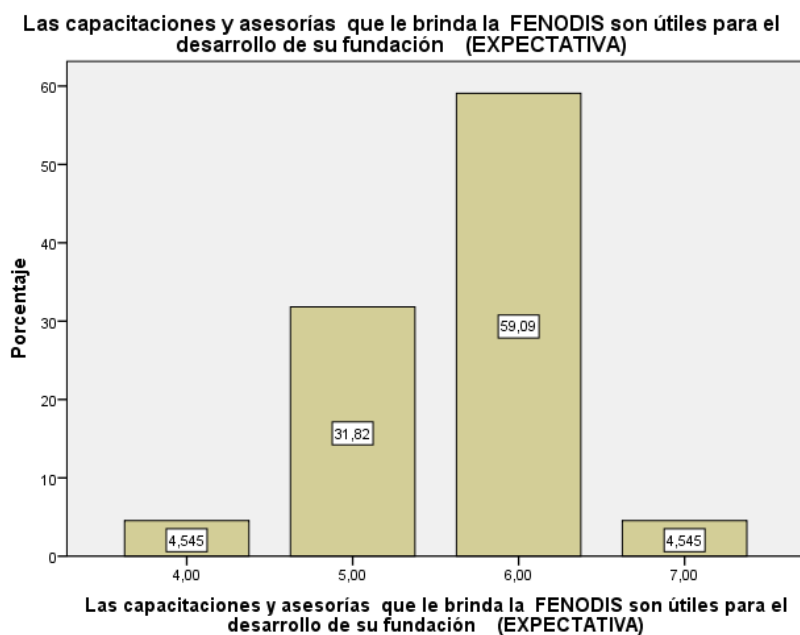


Figura 17: Utilidad de las Capacitaciones de Fenodis Expectativa

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valores porcentuales equivalentes a 31,82 % y 50,09% respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a las capacitaciones y asesorías que brinda la Fenodis es alta con un valor de 81,91 %.

14.- Los capacitadores y asesores se encuentran permanentemente actualizados en sus conocimientos (EXPECTATIVA)

| Los capacitadores y asesores se encuentran permanentemente actualizados en sus conocimientos (EXPECTATIVA) | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 5,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 6,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 22,7 |
| | 7,00 | 17 | 77,3 | 77,3 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

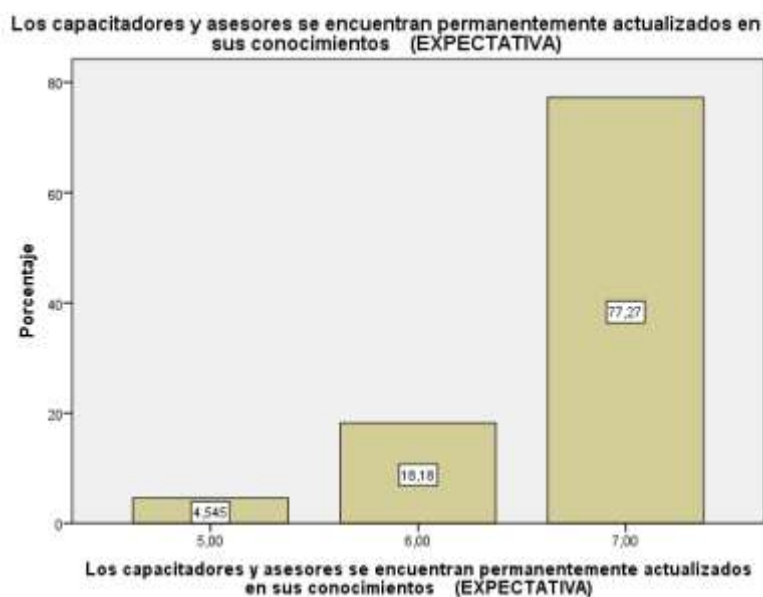


Figura 18: Actualización de conocimientos Capacitadores Fenodis Expectativas

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 18,18 % y 77,27% respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a si los capacitadores y asesores se encuentran permanentemente actualizados en sus conocimientos es alta con un valor de 95,45%.

15.- El comportamiento de los capacitadores y asesores de la Fenodis transmite confianza a las fundaciones (EXPECTATIVA)

El comportamiento de los capacitadores y asesores de la Fenodis transmite confianza a las fundaciones (EXPECTATIVA)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 4,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 5,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 27,3 |
| | 6,00 | 14 | 63,6 | 63,6 | 90,9 |
| | 7,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

El comportamiento de los capacitadores y asesores de la Fenodis transmite confianza a las fundaciones (EXPECTATIVA)



Figura 19: Confianza comportamiento Capacitadores Fenodis Expectativas

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valores porcentuales equivalentes a 22,73 % y 63,64% respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto si transmite confianza el comportamiento de los asesores y capacitadores es alta con un valor de 86,37%.

16.- Las Fundaciones se sienten conformes con la cuota de afiliación a la Fenodis (EXPECTATIVA)

| Las Fundaciones se sienten conformes con la cuota de afiliación a la Fenodis (EXPECTATIVA) | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 6,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 18,2 |
| | 7,00 | 18 | 81,8 | 81,8 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |



Figuras 20: Conformidad con cuota de afiliación Expectativas

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra es la número 7, con valor porcentual equivalente a 81,82%, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a la conformidad con la cuota de afiliación es alta con un valor de 81,82%.

17.- La Fenodis da a sus Fundaciones una atención individualizada (EXPECTATIVA)

| La Fenodis da a sus Fundaciones una atención individualizada (EXPECTATIVA) | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 4,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | 5,00 | 6 | 27,3 | 27,3 | 36,4 |
| | 6,00 | 9 | 40,9 | 40,9 | 77,3 |
| | 7,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

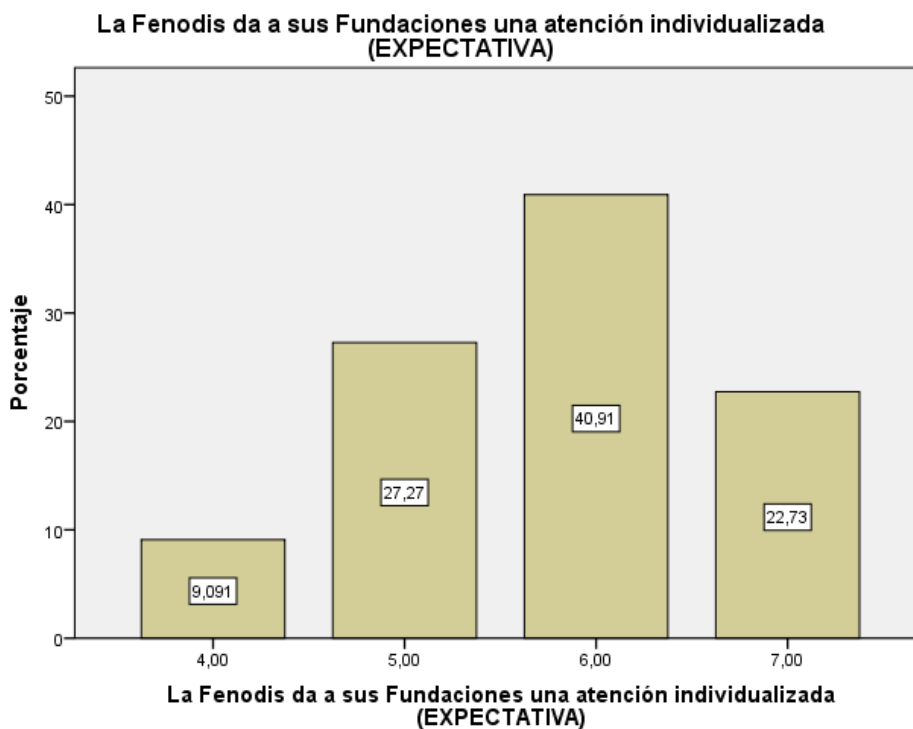


Figura 21: Atención individualizada a Fundaciones Expectativas

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 40,91 % y 22,73% respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a la atención individualizada que reciben es alta con un valor de 63,64%.

18.- Los capacitadores y asesores de la FENODIS practican valores y principios con las Fundaciones (EXPECTATIVA)

Los capacitadores y asesores de la FENODIS practican valores y principios con las Fundaciones (EXPECTATIVA)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 4,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | 5,00 | 9 | 40,9 | 40,9 | 50,0 |
| | 6,00 | 8 | 36,4 | 36,4 | 86,4 |
| | 7,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

Los capacitadores y asesores de la FENODIS practican valores y principios con las Fundaciones (EXPECTATIVA)

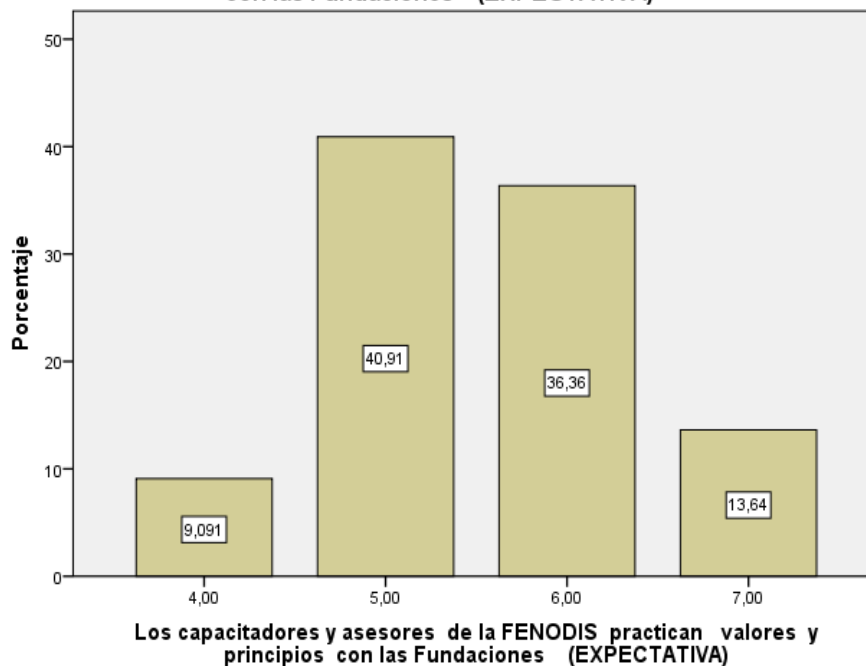


Figura 22: Práctica de valores y principios de los asesores y capacitadores Fenodis Expectativa

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valores porcentuales equivalentes a 40,91 % y 36,36% respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a los valores y principios que practican los capacitadores y asesores es alta con un valor de 77,27%.

19.- La Fenodis tiene horarios de trabajo convenientes para todas sus fundaciones (EXPECTATIVA)

| La Fenodis tiene horarios de trabajo convenientes para todas sus fundaciones (EXPECTATIVA) | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 5,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 18,2 |
| | 6,00 | 15 | 68,2 | 68,2 | 86,4 |
| | 7,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

La Fenodis tiene horarios de trabajo convenientes para todas sus fundaciones (EXPECTATIVA)

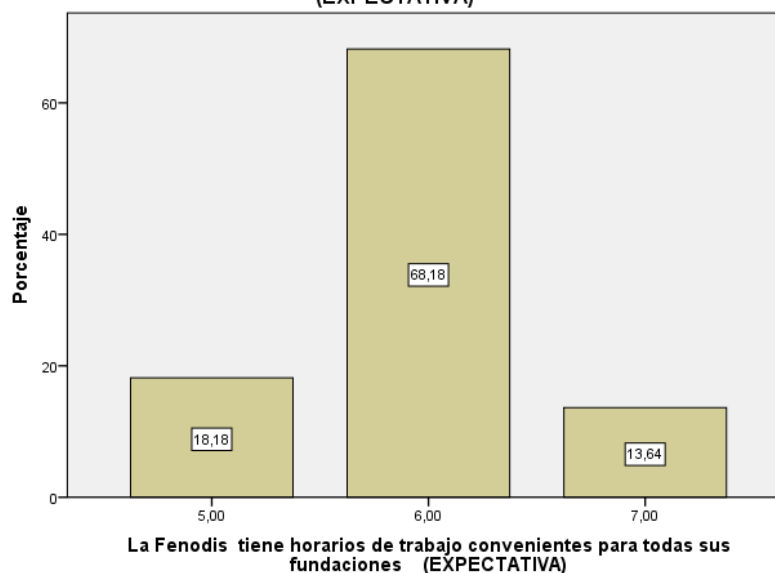


Figura 23: Horarios de trabajo Fenodis Expectativa

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 68,18 % y 13,64%

respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto al horario de trabajo conveniente de la Fenodis hacia ellas es alta con un valor de 81,82%.

20.- La Fenodis tiene capacitadores que ofrecen una atención personalizada a las fundaciones (EXPECTATIVA)

| La Fenodis tiene capacitadores que ofrecen una atención personalizada a las fundaciones (EXPECTATIVA) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 5,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 13,6 |
| | 6,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 31,8 |
| | 7,00 | 15 | 68,2 | 68,2 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

La Fenodis tiene capacitadores que ofrecen una atención personalizada a las fundaciones (EXPECTATIVA)

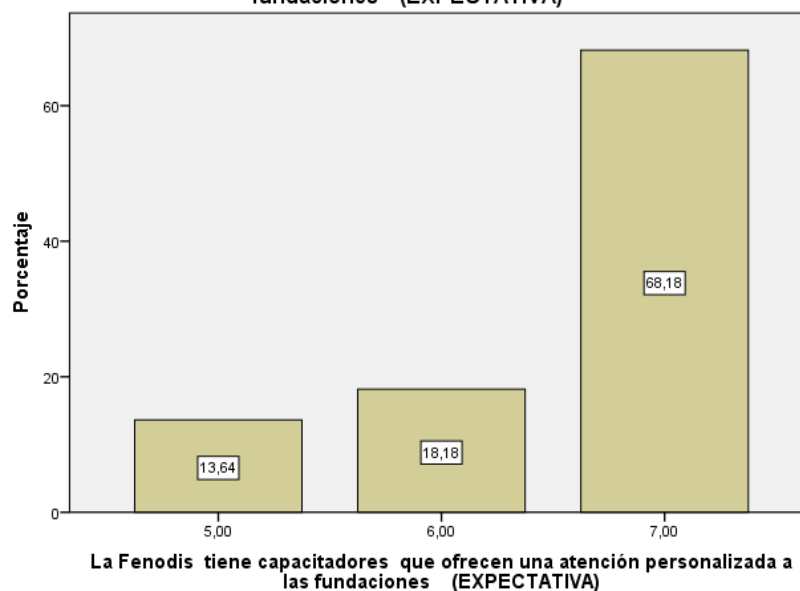


Figura 24: Atención personalizada Fenodis Expectativa

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 18,18 % y 68,18%

respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a la atención personalizada es alta con un valor de 86,36%.

21.- La Fenodis se preocupa por los mejores intereses de sus fundaciones (EXPECTATIVA)

| La Fenodis se preocupa por los mejores intereses de sus fundaciones (EXPECTATIVA) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 5,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 13,6 |
| | 6,00 | 12 | 54,5 | 54,5 | 68,2 |
| | 7,00 | 7 | 31,8 | 31,8 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

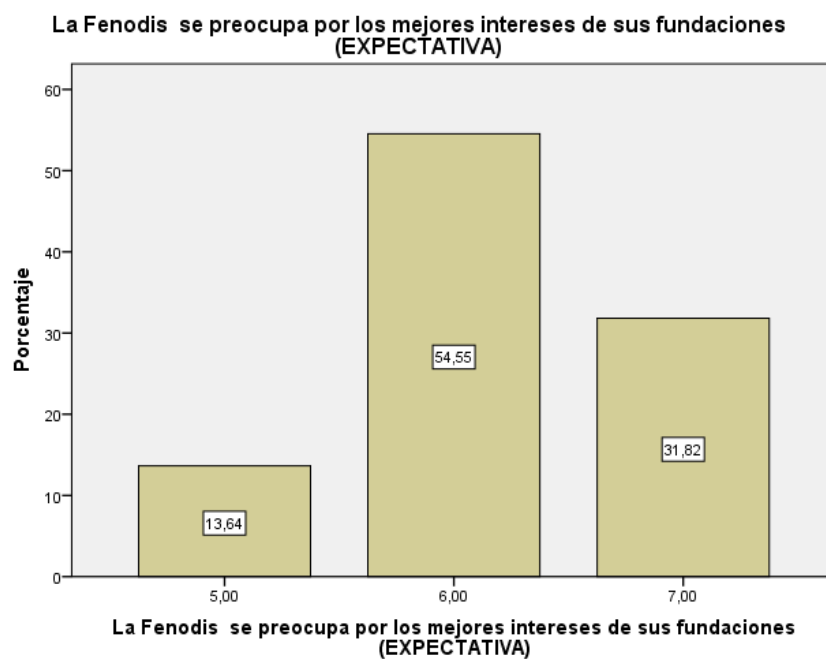


Figura 25: Interés de fundaciones Expectativa

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron el número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 54,55% y 31,82% respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones

respecto a que la Fenodis se preocupe por mejorar los intereses de ellos es alta con un valor de 86,37%.

22.- La Fenodis comprende las necesidades específicas de sus Fundaciones (EXPECTATIVA)

| La Fenodis comprende las necesidades específicas de sus Fundaciones (EXPECTATIVA) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 5,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 13,6 |
| | 6,00 | 6 | 27,3 | 27,3 | 40,9 |
| | 7,00 | 13 | 59,1 | 59,1 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

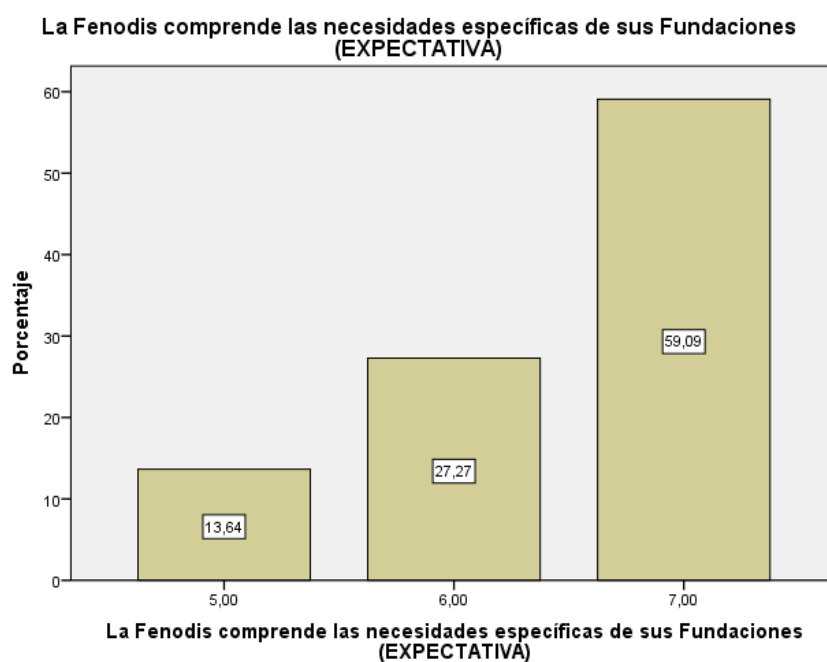


Figura 26: Necesidades específicas de fundaciones Expectativas

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 6 y 7, con valores porcentuales equivalentes a 27,27 % y 59,09% respectivamente, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones

respecto a si la Fenodis comprende las necesidades específicas de ellos es alta con un valor de 86,36%.

23.- Los capacitadores y los asesores motivan a las fundaciones para que exista un mejor aprendizaje (EXPECTATIVA)

| Los capacitadores y los asesores motivan a las fundaciones para que exista un mejor aprendizaje (EXPECTATIVA) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 5,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 6,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 13,6 |
| | 7,00 | 19 | 86,4 | 86,4 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

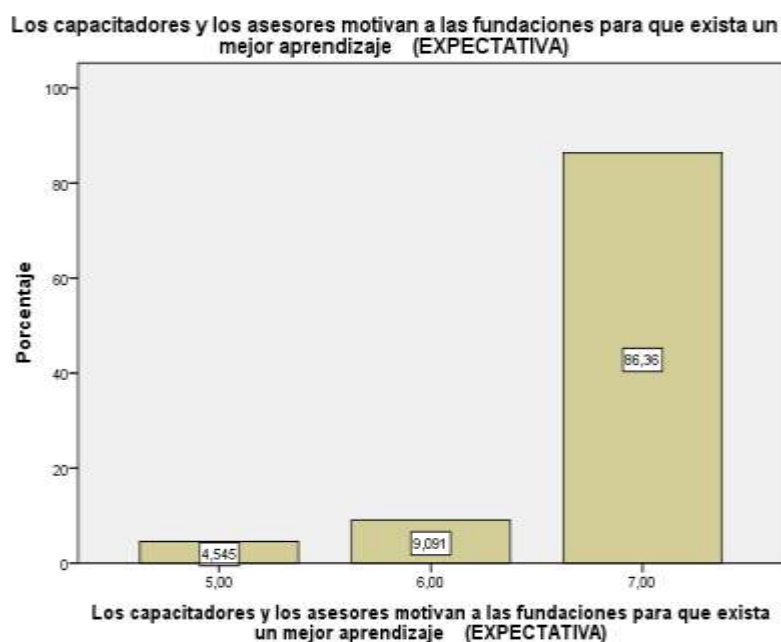


Figura 27: Motivación a las fundaciones Expectativas

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra es la número 7, con valor porcentual equivalente a 86,36%, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a la motivación que reciben de

los asesores y capacitadores para un mejor aprendizaje es alta con un valor de 86,36%.

24.- Las estrategias metodológicas de los capacitadores y asesores son adecuadas (EXPECTATIVA)

| Las estrategias metodológicas de los capacitadores y asesores son adecuadas (EXPECTATIVA) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 5,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 6,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 13,6 |
| | 7,00 | 19 | 86,4 | 86,4 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

Las estrategias metodológicas de los capacitadores y asesores son adecuadas (EXPECTATIVA)

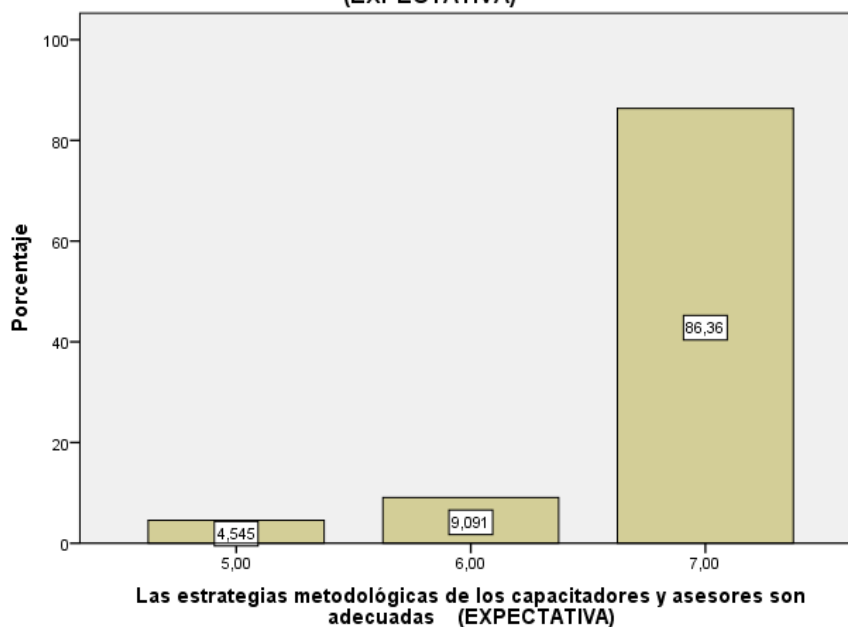


Figura 28: Estrategias metodológicas Expectativas

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra es la número 7, con valor porcentual equivalente a 86,36%, esto quiere decir que la EXPECTATIVA que tienen las fundaciones respecto a las estrategias metodológicas de los capacitadores y asesores son adecuadas es alta con un valor de 86,36%.

1.- La Fenodis tiene equipos modernos para las capacitaciones y asesorías (internet, laptop, infocus, otros) (PERCEPCIÓN)

| La Fenodis tiene equipos modernos para las capacitaciones y asesorías(internet, laptop, infocus, otros) (PERCEPCIÓN) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 9,1 |
| | 3,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 13,6 |
| | 4,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 27,3 |
| | 5,00 | 6 | 27,3 | 27,3 | 54,5 |
| | 6,00 | 7 | 31,8 | 31,8 | 86,4 |
| | 7,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

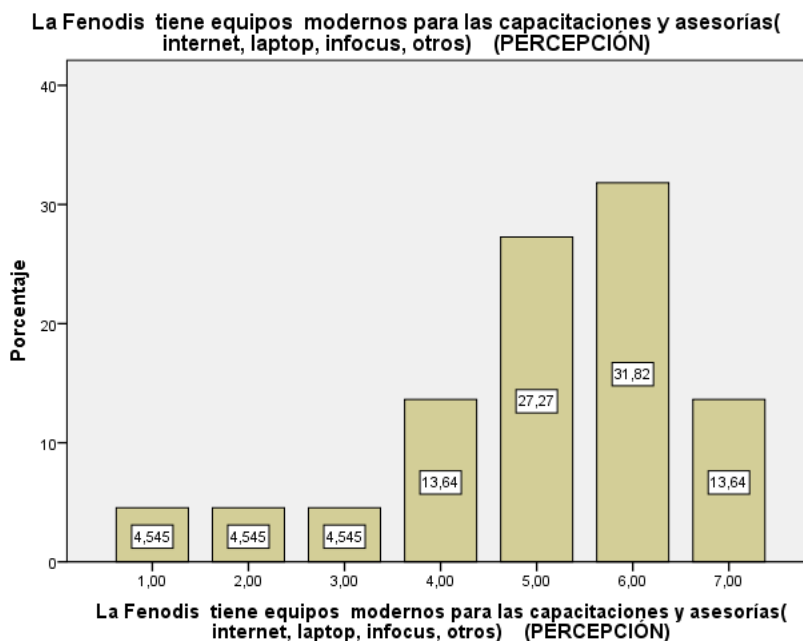


Figura 29: Equipos Modernos para capacitaciones Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valor porcentual equivalente a 27,27 % y 31,82 respectivamente generando un porcentaje total del 59,09%, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a equipos modernos no es lo suficientemente óptima como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

2.- Las instalaciones donde realiza las capacitaciones la Fenodis son visualmente atractivas (limpieza, ventilación, entorno e iluminación) (PERCEPCIÓN)

Las instalaciones donde realiza las capacitaciones la Fenodis son visualmente atractivas(limpieza, ventilación, entorno e iluminación) (PERCEPCIÓN)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 9,1 |
| | 3,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 22,7 |
| | 5,00 | 8 | 36,4 | 36,4 | 59,1 |
| | 6,00 | 6 | 27,3 | 27,3 | 86,4 |
| | 7,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |



Figura 30: Instalaciones Atractivas Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valor porcentual equivalente a 36,36 % y 27,27 respectivamente generando un porcentaje total del 63,63%, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a instalaciones donde se realiza las capacitaciones no son lo suficientemente óptimas como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

3.- Cuando la Fenodis establece una capacitación en un cierto tiempo la realiza (PERCEPCIÓN)

| Cuando la Fenodis establece una capacitación en un cierto tiempo la realiza (PERCEPCIÓN) | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 9,1 |
| | 3,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 22,7 |
| | 4,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 36,4 |
| | 5,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 50,0 |
| | 6,00 | 9 | 40,9 | 40,9 | 90,9 |
| | 7,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

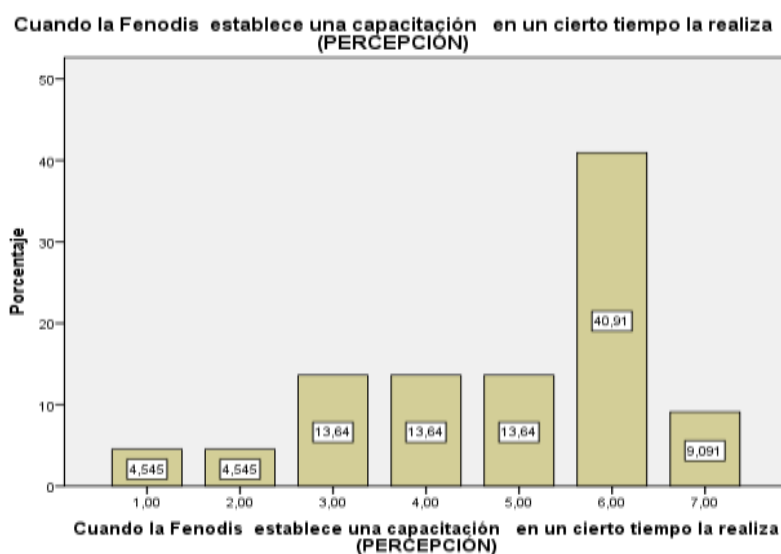


Figura 31: Tiempo de Realización de Capacitación Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que la opción más escogida por la muestra es la número 6, con valor porcentual equivalente a 40,91% esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto al tiempo de realización de las capacitaciones no genera satisfacción a las mismas.

4.- Cuando una fundación tiene problemas la Fenodis brinda su apoyo inmediato (PERCEPCIÓN)

| Cuando una fundación tiene problemas la Fenodis brinda su apoyo inmediato (PERCEPCIÓN) | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 9,1 |
| | 3,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 18,2 |
| | 4,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 27,3 |
| | 5,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 50,0 |
| | 6,00 | 7 | 31,8 | 31,8 | 81,8 |
| | 7,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |



Figura 32: Apoyo Inmediato de Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valor porcentual equivalente a 22,73 % y 31,82% respectivamente generando un porcentaje total del 54,55%, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto al apoyo de la Fenodis frente a los problemas que se crean no es lo suficientemente óptima como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

5.- La Fenodis realiza bien sus capacitaciones y asesorías a la primera vez (PERCEPCIÓN)

La Fenodis realiza bien sus capacitaciones y asesorías a la primera vez (PERCEPCIÓN)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | 3,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 22,7 |
| | 4,00 | 7 | 31,8 | 31,8 | 54,5 |
| | 5,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 72,7 |
| | 6,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 95,5 |
| | 7,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

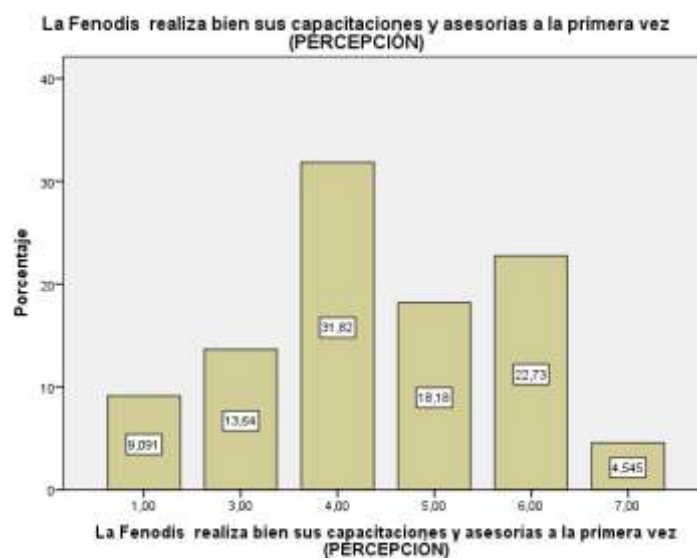


Figura 33: Efectividad de Capacitaciones Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 4 y 6, con valor porcentual equivalente a 31,82 % y 22,73% respectivamente generando un porcentaje total del 54,55%, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a la realización de las capacitaciones a la primera vez no es lo suficientemente óptima como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

6.- La Fenodis concluye sus capacitaciones y asesorías en el tiempo planificado (PERCEPCIÓN)

La Fenodis concluye sus capacitaciones y asesorías en el tiempo planificado (PERCEPCIÓN)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 9,1 |
| | 3,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 13,6 |
| | 4,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 31,8 |
| | 5,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 54,5 |
| | 6,00 | 6 | 27,3 | 27,3 | 81,8 |
| | 7,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

La Fenodis concluye sus capacitaciones y asesorías en el tiempo planificado (PERCEPCIÓN)

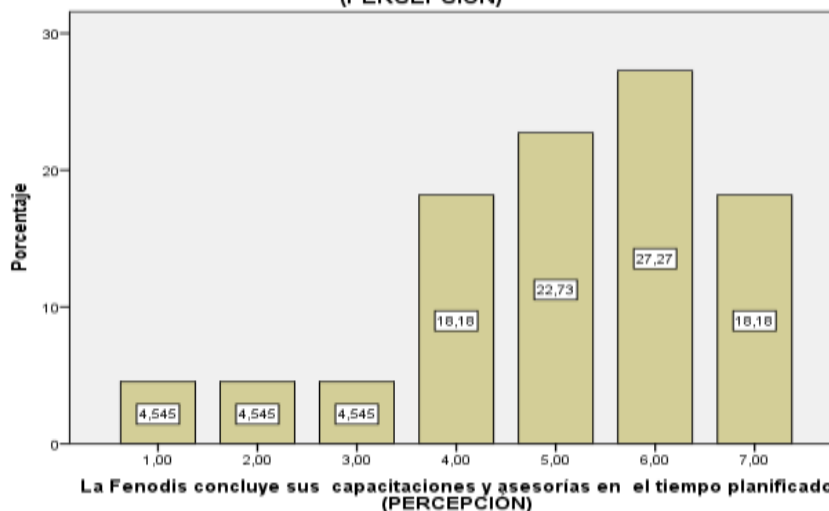


Figura 34: Finalización Capacitaciones Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valor porcentual equivalente a 22,73 % y 27,27% respectivamente generando un porcentaje total del 50%, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a concluir las capacitaciones en el tiempo planificado no es lo suficientemente óptima como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

7.- los capacitadores y asesores poseen un nivel suficiente de conocimientos teóricos y prácticos (PERCEPCIÓN)

Los capacitadores y asesores poseen un nivel suficiente de conocimientos teóricos y prácticos (PERCEPCIÓN)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 13,6 |
| | 3,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 31,8 |
| | 4,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 45,5 |
| | 5,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 63,6 |
| | 6,00 | 6 | 27,3 | 27,3 | 90,9 |
| | 7,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

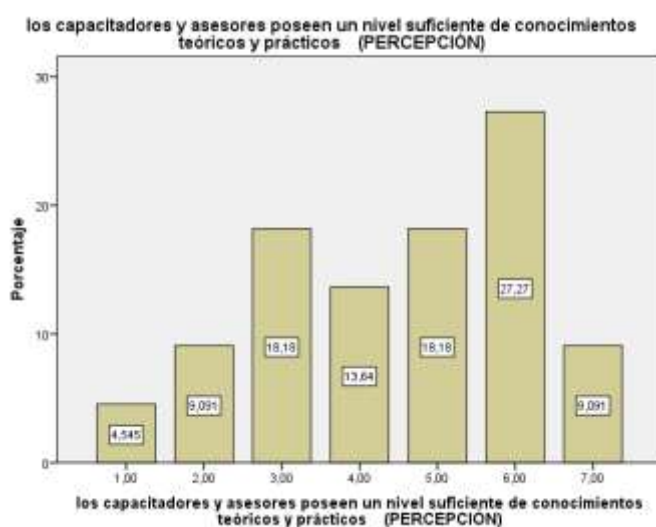


Figura 35: Nivel de Conocimiento Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valor porcentual equivalente a 18,18 % y 27,27% respectivamente generando un porcentaje total del 45,45%, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto al nivel de conocimientos teóricos y prácticos de los capacitadores y asesores no genera satisfacción a las mismas.

8.- Los capacitadores y asesores evidencian el proceso de enseñanza aprendizaje mediante evaluaciones (PERCEPCIÓN)

Los capacitadores y asesores evidencian el proceso de enseñanza aprendizaje mediante evaluaciones (PERCEPCIÓN)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 9,1 |
| | 3,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 13,6 |
| | 4,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 27,3 |
| | 5,00 | 6 | 27,3 | 27,3 | 54,5 |
| | 6,00 | 7 | 31,8 | 31,8 | 86,4 |
| | 7,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

Los capacitadores y asesores evidencian el proceso de enseñanza aprendizaje mediante evaluaciones (PERCEPCIÓN)

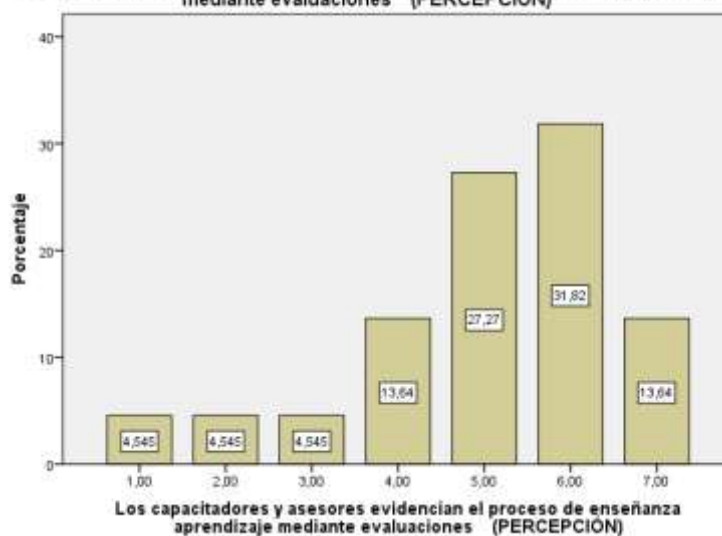


Figura 36: Evidencias del proceso de aprendizaje Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valor porcentual equivalente a 27,27 % y 31,82 % respectivamente generando un porcentaje total del 59,09 %, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a concluir las capacitaciones en el tiempo planificado no es lo suficientemente óptima como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

9.- Los capacitadores y asesores de la Fenodis comunican a las fundaciones cuándo terminará la realización de los servicios (PERCEPCIÓN)

| Los capacitadores y asesores de la Fenodis comunican a las fundaciones cuándo terminará la realización de los servicios (PERCEPCIÓN) | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 13,6 |
| | 3,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 22,7 |
| | 4,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 40,9 |
| | 5,00 | 6 | 27,3 | 27,3 | 68,2 |
| | 6,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 90,9 |
| | 7,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

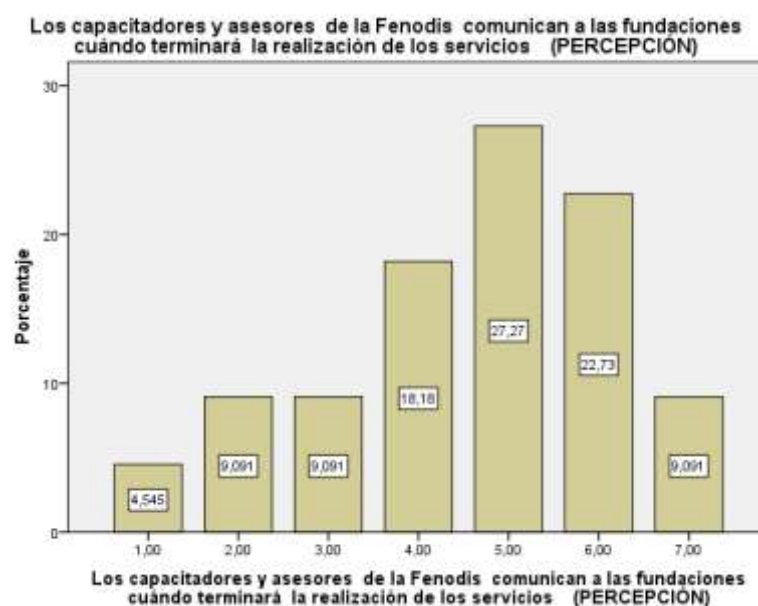


Figura 37: Comunicación de Culminación de Servicios Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: Se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valor porcentual equivalente a 27,27 % y 22,73% respectivamente generando un porcentaje total del 50%, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a la comunicación de los asesores y capacitaciones cuando terminara la realización de los servicios no es lo suficientemente óptima como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

10.-Los capacitadores de la FENODIS son personas reconocidas a nivel nacional e internacional (PERCEPCIÓN)

| Los capacitadores de la FENODIS son personas reconocidas a nivel nacional e internacional (PERCEPCIÓN) | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 9,1 |
| | 3,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 18,2 |
| | 4,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 36,4 |
| | 5,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 59,1 |
| | 6,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 81,8 |
| | 7,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |



Figura 38: Capacitadores Fenodis Reconocidas nacional e internacionalmente Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valor porcentual equivalente a 22,73 % y 22,73 % respectivamente generando un porcentaje total del 45,46 %, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a si los capacitadores son personas reconocidas a nivel nacional e internacional no genera satisfacción a las mismas.

11.- Los capacitadores y asesores de la FENODIS ofrecen sus servicios inmediatamente a las fundaciones (PERCEPCIÓN)

Los capacitadores y asesores de la FENODIS ofrecen sus servicios inmediatamente a las fundaciones (PERCEPCIÓN)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 3,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 13,6 |
| | 4,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 18,2 |
| | 5,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 40,9 |
| | 6,00 | 10 | 45,5 | 45,5 | 86,4 |
| | 7,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

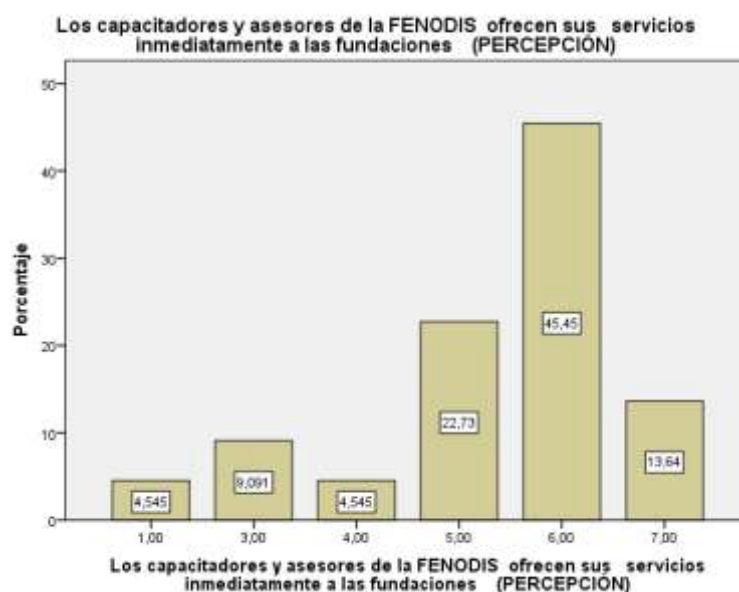


Figura 39: Servicios inmediatos Fenodis Percepción

Figura: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valor porcentual equivalente a 22,73 % y 45,45 % respectivamente generando un porcentaje total del 68,18 %, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a si los capacitadores y asesores ofrecen sus servicios inmediatamente a ellos no es lo suficientemente óptima como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

12.- Los capacitadores y asesores de la Fenodis están preparados para responder a diversas preguntas de las fundaciones (PERCEPCIÓN)

Los capacitadores y asesores de la Fenodis están preparados para responder a diversas preguntas de las fundaciones (PERCEPCIÓN)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 9,1 |
| | 3,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 18,2 |
| | 4,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 27,3 |
| | 5,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 45,5 |
| | 6,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 59,1 |
| | 7,00 | 9 | 40,9 | 40,9 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

Los capacitadores y asesores de la Fenodis están preparados para responder a diversas preguntas de las fundaciones (PERCEPCION)



Figura 40: Preparación preguntas Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que la opción más escogida por la muestra fue la número 7, con valor porcentual equivalente a 40,91 %, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a la preparación de capacitadores y asesores para responder a diversas preguntas no genera satisfacción a las mismas.

13.- Las capacitaciones y asesorías que le brinda la FENODIS son útiles para el desarrollo de su fundación (PERCEPCIÓN)

| Las capacitaciones y asesorías que le brinda la FENODIS son útiles para el desarrollo de su fundación (PERCEPCIÓN) | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 9,1 |
| | 3,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 18,2 |
| | 4,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 22,7 |
| | 5,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 45,5 |
| | 6,00 | 7 | 31,8 | 31,8 | 77,3 |
| | 7,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

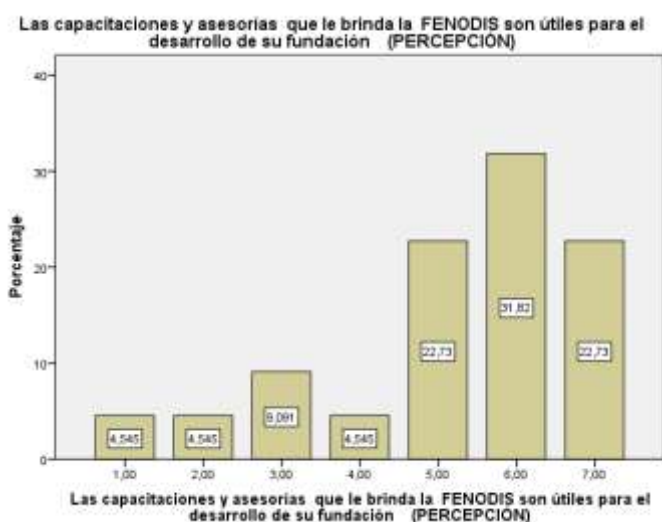


Figura 41: Capacitaciones Útiles de Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que la opción más escogida por la muestra fue la número 7, con valor porcentual equivalente a 31,82 %, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a la utilidad de las capacitaciones de la Fenodis para el desarrollo de las ellas no genera satisfacción a las mismas.

14.- Los capacitadores y asesores se encuentran permanentemente actualizados en sus conocimientos (PERCEPCIÓN)

Los capacitadores y asesores se encuentran permanentemente actualizados en sus conocimientos (PERCEPCIÓN)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 22,7 |
| | 3,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 36,4 |
| | 4,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 59,1 |
| | 5,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 81,8 |
| | 6,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 95,5 |
| | 7,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

Los capacitadores y asesores se encuentran permanentemente actualizados en sus conocimientos (PERCEPCIÓN)

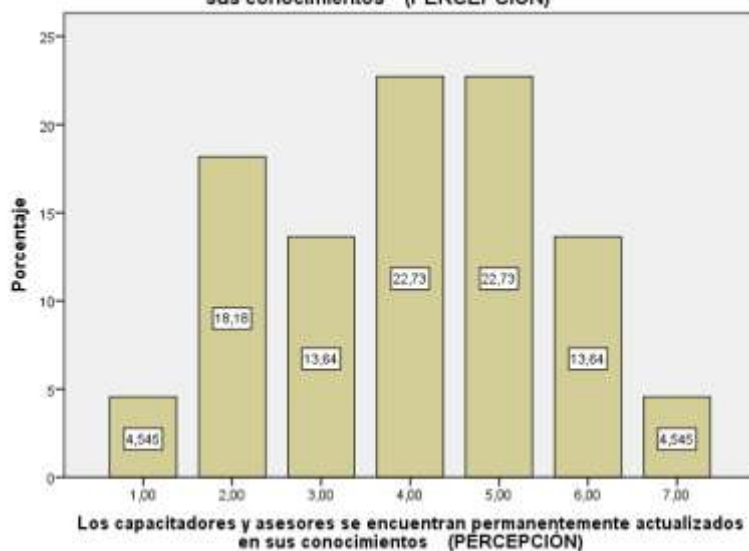


Figura 42: Capacitadores Actualizados Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valor porcentual equivalente a 22,73 % y 22,73 % respectivamente generando un porcentaje total del 45,46 %, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a si los capacitadores y asesores se encuentran permanentemente actualizados en sus conocimientos no genera satisfacción a las mismas.

15.- El comportamiento de los capacitadores y asesores de la Fenodis transmite confianza a las fundaciones (PERCEPCIÓN)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 13,6 |
| | 3,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 27,3 |
| | 4,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 36,4 |
| | 5,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 45,5 |
| | 6,00 | 6 | 27,3 | 27,3 | 72,7 |
| | 7,00 | 6 | 27,3 | 27,3 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |



Figura 43: Comportamiento confiable capacitadores Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valor porcentual equivalente a 27,27 % y 27,27 % respectivamente generando un porcentaje total del 54,54 %, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a si el comportamiento de los capacitadores y asesores transmite confianza no es lo suficientemente óptima como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

16.- Las Fundaciones se sienten conformes con la cuota de afiliación a la Fenodis (PERCEPCIÓN)

| Las Fundaciones se sienten conformes con la cuota de afiliación a la Fenodis (PERCEPCIÓN) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 27,3 |
| | 3,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 36,4 |
| | 4,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 59,1 |
| | 5,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 81,8 |
| | 6,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 90,9 |
| | 7,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

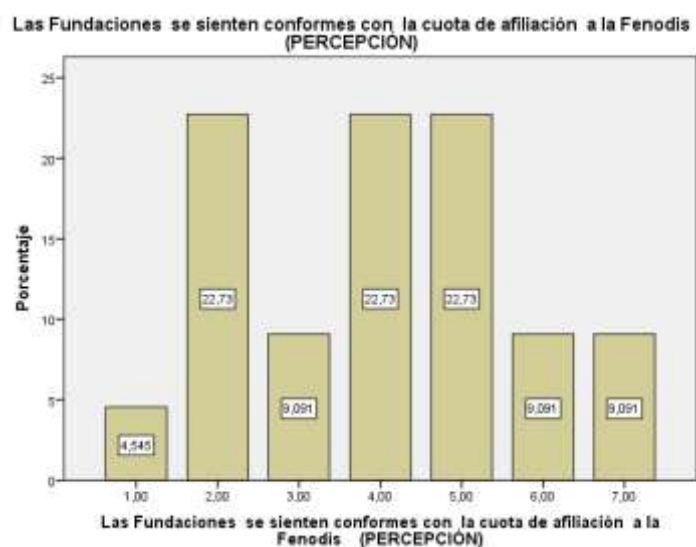


Figura 44: Conformidad con cuota de afiliación Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 2,5 y 6, con valor porcentual equivalente a 22,73 %, 22,73 % y 22,73 % respectivamente generando un porcentaje total del 68,19 %, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a la conformidad con la cuota de afiliación no es lo suficientemente óptima como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

17.-La Fenodis da a sus Fundaciones una atención individualizada (PERCEPCIÓN)

La Fenodis da a sus Fundaciones una atención individualizada (PERCEPCIÓN)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 3,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 9,1 |
| | 4,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 27,3 |
| | 5,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 40,9 |
| | 6,00 | 11 | 50,0 | 50,0 | 90,9 |
| | 7,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

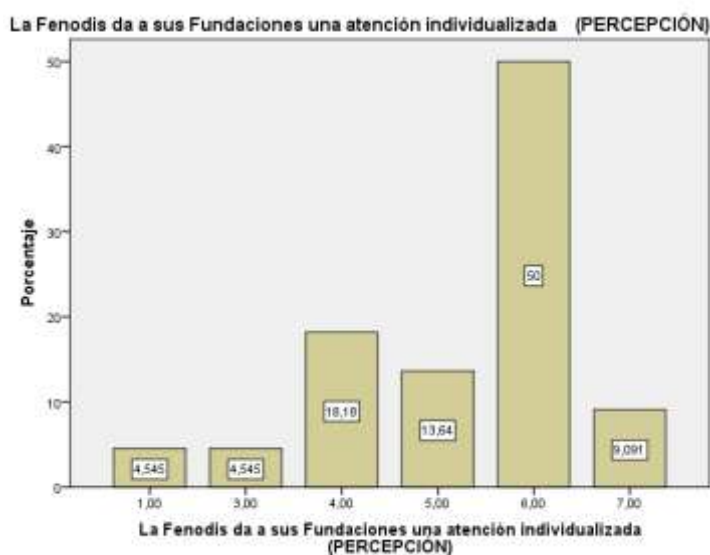


Figura 45: Atención Individualizada Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 4 y 6, con valor porcentual equivalente a 18,18 %, 50 % respectivamente generando un porcentaje total del 68,18 %, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a la atención individualizada que reciben no es lo suficientemente óptima como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

18.-Los capacitadores y asesores de la FENODIS practican valores y principios con las Fundaciones (PERCEPCIÓN)

Los capacitadores y asesores de la FENODIS practican valores y principios con las Fundaciones (PERCEPCIÓN)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 4,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 13,6 |
| | 5,00 | 9 | 40,9 | 40,9 | 54,5 |
| | 6,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 77,3 |
| | 7,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

Los capacitadores y asesores de la FENODIS practican valores y principios con las Fundaciones (PERCEPCION)

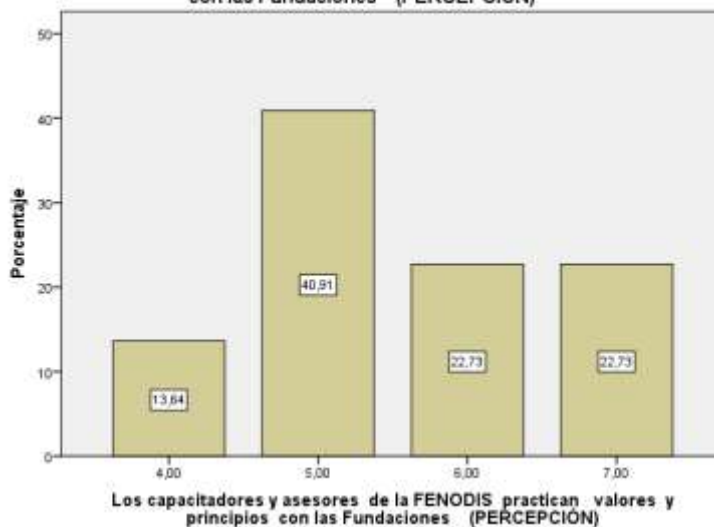


Figura 46: Valores y principios Capacitadores Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que la opción más escogida por la muestra fue la número 5, con valor porcentual equivalente a 40,91 %, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a la práctica de valores y principios de los capacitadores y asesores no genera satisfacción a las mismas.

19.- La Fenodis tiene horarios de trabajo convenientes para todas sus fundaciones (PERCEPCIÓN)

| La Fenodis tiene horarios de trabajo convenientes para todas sus fundaciones (PERCEPCIÓN) | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 1,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | 2,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 9,1 |
| | 3,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 22,7 |
| | 5,00 | 10 | 45,5 | 45,5 | 68,2 |
| | 6,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 86,4 |
| | 7,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |



Figura 47: Horarios de trabajo Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valor porcentual equivalente a 45,45 %, 18,18 % respectivamente generando un porcentaje total del 63,63 %, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a si la Fenodis tiene horarios de trabajo convenientes para la atención a ellas, no es lo suficientemente óptima como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

20.- La Fenodis tiene capacitadores que ofrecen una atención personalizada a las fundaciones (PERCEPCIÓN)

| La Fenodis tiene capacitadores que ofrecen una atención personalizada a las fundaciones (PERCEPCIÓN) | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | 2,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 13,6 |
| | 3,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 18,2 |
| | 4,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 36,4 |
| | 5,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 54,5 |
| | 6,00 | 6 | 27,3 | 27,3 | 81,8 |
| | 7,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |



Figura 48: Atención Personalizada Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 4, y 6 , con valor porcentual equivalente a 18,18 %, y 27,27 % respectivamente generando un porcentaje total del 45,45 %, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a la atención individualizada que reciben no genera satisfacción a las mismas.

21.-La Fenodis se preocupa por los mejores intereses de sus fundaciones (PERCEPCIÓN)

La Fenodis se preocupa por los mejores intereses de sus fundaciones (PERCEPCIÓN)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | 2,00 | 1 | 4,5 | 4,5 | 13,6 |
| | 4,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 31,8 |
| | 5,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 50,0 |
| | 6,00 | 7 | 31,8 | 31,8 | 81,8 |
| | 7,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |



Figura 49: Intereses de las Fundaciones Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 4 y 6 , con valor porcentual equivalente a 18,18 %, y 31,82 % respectivamente generando un porcentaje total del 50 %, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a la preocupación por mejorar los intereses de ellas no genera satisfacción a las mismas.

22.- La Fenodis comprende las necesidades específicas de sus Fundaciones (PERCEPCIÓN)

La Fenodis comprende las necesidades específicas de sus Fundaciones (PERCEPCIÓN)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | 3,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 18,2 |
| | 4,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 31,8 |
| | 5,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 45,5 |
| | 6,00 | 10 | 45,5 | 45,5 | 90,9 |
| | 7,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |



Figura 50: Necesidades Fundaciones Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 4, 5 y 6, con valor porcentual equivalente a 13,64 %, 13,64 %, y 45,45 %

respectivamente generando un porcentaje total del 72,73 %, esto quiere decir que la PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a la comprensión de Fenodis a las necesidades específicas de ellas no es lo suficientemente óptima como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

23.- Los capacitadores y los asesores motivan a las fundaciones para que exista un mejor aprendizaje (PERCEPCIÓN)

| Los capacitadores y los asesores motivan a las fundaciones para que exista un mejor aprendizaje (PERCEPCIÓN) | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 1,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | 4,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 18,2 |
| | 5,00 | 5 | 22,7 | 22,7 | 40,9 |
| | 6,00 | 10 | 45,5 | 45,5 | 86,4 |
| | 7,00 | 3 | 13,6 | 13,6 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |



Figura 51: Motivación para mejor aprendizaje Fenodis Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 5 y 6, con valor porcentual equivalente a 22,73 %, y 45,45 % respectivamente generando un porcentaje total del 68,18 %, esto quiere decir que la

PERCEPCION que tienen las fundaciones respecto a la motivación de los capacitadores y asesores para que exista un mejor aprendizaje no es lo suficientemente óptima como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

24.- Las estrategias metodológicas de los capacitadores y asesores son adecuadas (PERCEPCIÓN)

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 3,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | 4,00 | 8 | 36,4 | 36,4 | 45,5 |
| | 5,00 | 6 | 27,3 | 27,3 | 72,7 |
| | 6,00 | 4 | 18,2 | 18,2 | 90,9 |
| | 7,00 | 2 | 9,1 | 9,1 | 100,0 |
| Total | | 22 | 100,0 | 100,0 | |

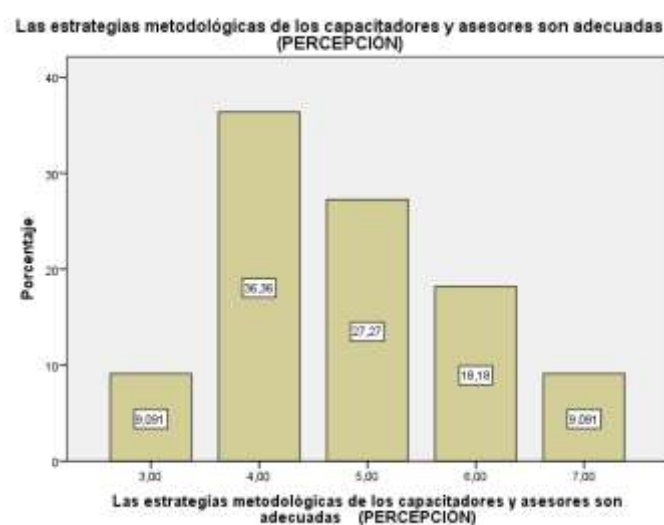


Figura 52: Estrategias Metodológicas Adecuadas Percepción

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: se puede observar que las opciones más escogidas por la muestra fueron la número 4 y 5, con valor porcentual equivalente a 36,36 % y 27,27 % respectivamente generando un porcentaje total del 63,63 %, esto quiere decir que la PERCEPCION

que tienen las fundaciones respecto a las estrategias metodológicas de los capacitadores y asesores son adecuadas no es lo suficientemente óptima como para mantener una satisfacción plena a las mismas.

25.- ¿De manera general cómo calificaría los servicios prestados por Fenodis?

| ¿De manera general cómo calificaría los servicios prestados por Fenodis | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Muy bueno | 5 | 22,7 | 22,7 | 22,7 |
| | Buena | 16 | 72,7 | 72,7 | 95,5 |
| | Mala | 1 | 4,5 | 4,5 | 100,0 |
| | Total | 22 | 100,0 | 100,0 | |

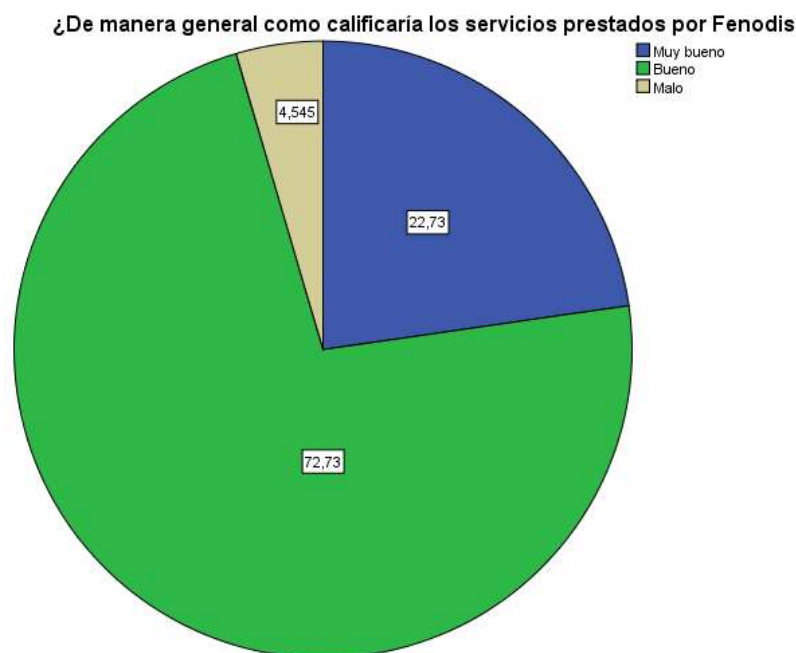


Figura 53: Calificación servicios Fenodis

Fuente: (Investigación de mercados, 2016)

Análisis: Como se puede observar un 72,73% afirma que de manera general los servicios prestados por la Fenodis es buena, un 22,73% afirman que es muy buena y

un 4,55% afirma que es mala, por lo que se puede considerar que las fundaciones afiliadas a la FENODIS no se encuentran totalmente satisfechas.

3.9 Validación del instrumento

3.9.1 Análisis de confiabilidad Servqual

Para efectuar la validación del instrumento se procedió a evaluar la consistencia interna de todas las variables en cuanto a las percepciones y expectativas del objeto de estudio, para ello se calcula el coeficiente de Alpha de Cronbach, obteniendo los siguientes resultados:

Alfa de Cronbach

Análisis de coeficiente

El alfa de Cronbach de todos los clientes de FENODIS, fue calculada a partir de las correlaciones de los ítems, es decir, se calculó el alfa de Cronbach estandarizado, donde se toman en cuenta las correlaciones lineales de las preguntas.

A continuación se presentan los resultados de los coeficientes de confiabilidad.

Escala: EXPECTATIVA

Tabla 3:

Alfa De Cronbach Expectativa Modelo Servqual

Resumen del procesamiento de los casos

| | | N | % |
|--------------|------------------------|----|-------|
| Casos | Válidos | 22 | 100,0 |
| | Excluidos ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 22 | 100,0 |

FUENTE: (Investigacion de Mercados, 2016)

Tabla 4:
Fiabilidad Expectativas Modelo Servqual

Estadísticos de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,848 | 24 |

Fuente: (Investigacion de Mercados, 2016)

Análisis: El resultado del cuestionario para las expectativas se obtuvo con el análisis del resultado de los 24 ítems, este fue de 0,848 donde se puede afirmar que los ítems están bien relacionados entre sí, dando un alto nivel de confiabilidad.

Escala: PERCEPCIONES

Tabla 5:
Alfa de Cronbach Percepciones Modelo Servqual

Resumen del procesamiento de los casos

| | | N | % |
|--------------|------------------------|----|-------|
| Casos | Válidos | 22 | 100,0 |
| | Excluidos ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 22 | 100,0 |

Fuente: (Investigacion de Mercados, 2016)

Tabla 6:
Fiabilidad Percepciones Modelo Servqual

Estadísticos de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,965 | 24 |

Fuente: (Investigacion de Mercados, 2016)

Análisis: El resultado obtenido a partir del análisis del cuestionario de los 24 ítems en relación a las percepciones es de 0,965 en el coeficiente alfa de Cronbach, logrando un alto nivel de confiabilidad.

3.10 Análisis Kano

El análisis Kano utiliza la segunda parte del cuestionario, el cual está compuesto de dos preguntas por cada uno de los atributos a medir. La primera es llamada funcional, mide la respuesta de los encuestados si tuvieran el atributo en cuestión, es decir la reacción de que el servicio satisfaga sus requerimientos. La segunda pregunta es llamada disfuncional, mide la respuesta de los encuestados si no tuvieran el atributo que se está midiendo.

Las respuestas del cuestionario para Kano son las siguientes:

1. Me agrada: Expresa la actitud al escoger el atributo de una forma convincente y clara.
2. Es de esperar: Expresa la actitud de que el atributo debe estar presente y lo decepcionará si no es así.
3. No me importa: Indica las actitudes cuando no tienen ninguna relación con el atributo, es decir, no les importa si está presente o no.
4. Lo acepto: Significa que puede no afectarle en su satisfacción si encuentra o no encuentra presente el atributo en el servicio que está buscando.
5. Me desagrada: Expresa una actitud del encuestado de desagrado si encuentra presente el atributo o si no lo está.

Para el análisis de la matriz de Kano, basaremos el estudio en 6 atributos que muestran la siguiente tabla:

Tabla 7:

Atributos Modelo Kano

| | |
|---|-------------------------|
| A | ATRACTIVO |
| L | UNIDIMENSIONAL (LINEAL) |
| O | DEBERIA (OBLIGATORIO) |
| C | CUESTIONABLE |
| I | FRUSTRANTE (INVERSO) |
| I | INDIFERENTE |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

3.10.1 Clasificación de respuestas cruzadas de kano

Tabla 8:
Cruces Funcionales y Disfuncionales Modelo Kano

| DISFUNCIONALES | | | | | |
|-------------------|-------------------|-------------|----------------|----------------|--------------|
| PREGUNTAS | 1.- MUY | 2.- | 3.- ME DA | 4.-LO | 5.- MUY |
| FUNCIONAL | SATISFECHO | DEBE | IGUAL | TOLERARÍ | INSATISFECHO |
| ES | | RIA | | A | |
| | | SER | | | |
| | | ASI | | | |
| 1.- MUY | CUESTIONABLE | ATRA | ATRATIV | ATRATIV | LINEAL |
| SATISFECH | | CTIV | A | A | |
| O | | A | | | |
| 2.- | FRUSTRANTE | INDIF | INDIFERE | INDIFERE | DEBERIA |
| DEBERIA | | EREN | NTE | NTE | |
| SER ASI | | TE | | | |
| 3.- ME DA | FRUSTRANTE | INDIF | INDIFERE | INDIFERE | DEBERIA |
| IGUAL | | EREN | NTE | NTE | |
| | | TE | | | |
| 4.-LO | FRUSTRANTE | INDIF | INDIFERE | INDIFERE | DEBERIA |
| TOLERARÍA | | EREN | NTE | NTE | |
| | | TE | | | |
| 5.- MUY | FRUSTRANTE | FRUS | FRUSTRA | FRUSTRA | CUESTIONABLE |
| INSATISFEC | | TRAN | NTE | NTE | |
| HO | | TE | | | |

Fuente: (Marketing estrategico, Best R.J., 2011)

3.10.2 Resultados de preguntas funcionales

Tabla 9:
Resultados Preguntas Funcionales

| | F1 | F2 | F3 | F4 | F5 | F6 | F7 | F8 | F9 | F10 | F11 |
|-------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|
| ENCUESTA 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| ENCUESTA 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| ENCUESTA 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| ENCUESTA 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 |
| ENCUESTA 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| ENCUESTA 6 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | 2 |
| ENCUESTA 7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| ENCUESTA 8 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| ENCUESTA 9 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| ENCUESTA 10 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 |
| ENCUESTA 11 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| ENCUESTA 12 | 1 | 2 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 | 4 | 1 | 1 | 1 |
| ENCUESTA 13 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| ENCUESTA 14 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| ENCUESTA 15 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| ENCUESTA 16 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 |
| ENCUESTA 17 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| ENCUESTA 18 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| ENCUESTA 19 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| ENCUESTA 20 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| ENCUESTA 21 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 |
| ENCUESTA 22 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

3.10.3 Resultados de preguntas disfuncionales

Tabla 10:
Resultados Preguntas Disfuncionales

| | D1 | D2 | D3 | D4 | D5 | D6 | D7 | D8 | D9 | D10 | D11 |
|--------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|
| ENCUESTA 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| ENCUESTA 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| ENCUESTA 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| ENCUESTA 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| ENCUESTA 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| ENCUESTA 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| ENCUESTA 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| ENCUESTA 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| ENCUESTA 9 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| ENCUESTA 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 2 | 4 |
| ENCUESTA 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| ENCUESTA 12 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| ENCUESTA 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| ENCUESTA 14 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| ENCUESTA 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 |
| ENCUESTA 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |

| | | | | | | | | | | | |
|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ENCUESTA | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 |
| 17 | | | | | | | | | | | |
| ENCUESTA | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 |
| 18 | | | | | | | | | | | |
| ENCUESTA | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 |
| 19 | | | | | | | | | | | |
| ENCUESTA | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 20 | | | | | | | | | | | |
| ENCUESTA | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 21 | | | | | | | | | | | |
| ENCUESTA | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 22 | | | | | | | | | | | |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

3.10.4 Conteo de respuestas

MAPA PARCIAL DE RESULTADOS CLASIFICADOS POR CADA ATRIBUTO

Tabla 11:

Mapa Ubicación de resultados por Atributo Modelo Kano

| ATRIBUTO | Capacitadores calificados y de experiencia | | | | | |
|-----------------------|--|---------------|---------------|-----------|--------------|-----------------------|
| PREGUNTAS FUNCIONALES | PREGUNTAS DISFUNCIONALES | | | | | ATRACTIVO |
| | Me agrada | Es de esperar | No me importa | Lo acepto | Me desagrada | |
| Me agrada | | 1 | | | 16 | DEBERIA (OBLIGATORIO) |
| Es de esperar | | | | | 5 | CUESTIONABLE |
| Lo acepto | | | | | | INDIFER |

| | | | | | | | |
|--------------|--|--|--|--|--|--|------|
| | | | | | | | ENTE |
| Me desagrada | | | | | | | |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

| | |
|----------|--|
| ATRIBUTO | Claridad y entendimiento de las capacitaciones |
|----------|--|

| PREGUNTAS FUNCIONALES | PREGUNTAS DISFUNCIONALES | | | | | |
|-----------------------|--------------------------|---------------|---------------|-----------|--------------|-------------------------|
| | Me agrada | Es de esperar | No me importa | Lo acepto | Me desagrada | |
| Me agrada | | | | | 16 | ATRACTIVO |
| Es de esperar | | 2 | | | 4 | UNIDIMENSIONAL (LINEAL) |
| No me importa | | | | | | DEBERIA (OBLIGATORIO) |
| Lo acepto | | | | | | CUESTIONABLE |
| Me desagrada | | | | | | FRUSTRANTE (INVERSO) |
| | | | | | | INDIFERENTE |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

| | |
|----------|-----------------------------------|
| ATRIBUTO | Limpieza y comodidad de las aulas |
|----------|-----------------------------------|

| PREGUNTAS FUNCIONALES | PREGUNTAS DISFUNCIONALES | | | | | |
|-----------------------|--------------------------|---------------|---------------|-----------|--------------|----------------|
| | Me agrada | Es de esperar | No me importa | Lo acepto | Me desagrada | |
| | | | | | | ATRACTIVO |
| | | | | | | UNIDIMENSIONAL |

| | | | | | | | |
|---------------|---|---|---|---|----|--|--------------------------|
| | a | r | a | o | da | | AL (LINEAL) |
| Me agrada | | | | | 15 | | DEBERIA (OBLIGATORIO) |
| Es de esperar | | | | | 6 | | CUESTIONABLE |
| No me importa | | | | | | | FRUSTRANTE (INVERSO) |
| Lo acepto | | | | | 1 | | INDIFERENTE |
| Me desagrada | | | | | | | |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

| | |
|----------|-----------------------------------|
| ATRIBUTO | Equipamiento de la Fenodis |
|----------|-----------------------------------|

| | | | | | | | |
|-----------------------|--------------------------|---------------|---------------|-----------|--------------|--|----------------------------|
| PREGUNTAS FUNCIONALES | PREGUNTAS DISFUNCIONALES | | | | | | ATRACTIVO |
| | Me agrada | Es de esperar | No me importa | Lo acepto | Me desagrada | | UNIDIMENSIONAL (LINEAL) |
| Me agrada | | | | 2 | 13 | | DEBERIA (OBLIGATORIO) |
| Es de esperar | | | | 1 | 4 | | CUESTIONABLE |
| No me importa | | | | | | | FRUSTRANTE (INVERSO) |

| | | | | | | |
|--------------|--|--|--|---|---|-------------|
| Lo acepto | | | | | | INDIFERENTE |
| Me desagrada | | | | 1 | 1 | |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

| | |
|----------|-------------------------------------|
| ATRIBUTO | Motivación a las fundaciones |
|----------|-------------------------------------|

| PREGUNTAS FUNCIONALES | PREGUNTAS DISFUNCIONALES | | | | | ATRACTIVO |
|-----------------------|--------------------------|---------------|---------------|-----------|--------------|-----------------------|
| | Me agrada | Es de esperar | No me importa | Lo acepto | Me desagrada | |
| Me agrada | | | | | 12 | DEBERIA (OBLIGATORIO) |
| Es de esperar | | | | 4 | 6 | CUESTIONABLE |
| No me importa | | | | | | FRUSTRANTE (INVERSO) |
| Lo acepto | | | | | | INDIFERENTE |
| Me desagrada | | | | | | |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

| | |
|----------|--------------------------------|
| ATRIBUTO | Amabilidad y buen trato |
|----------|--------------------------------|

| PREGUNTAS FUNCIONALES | PREGUNTAS DISFUNCIONALES | | | | | ATRACTIVO |
|-----------------------|--------------------------|---------------|---------------|-----------|--------------|-----------|
| | Me agrada | Es de esperar | No me importa | Lo acepto | Me desagrada | |
| | | | | | | |

| | | | | | | |
|---------------|--|--|--|--|----|-----------------------|
| | | | | | | (LINEAL) |
| Me agrada | | | | | 18 | DEBERIA (OBLIGATORIO) |
| Es de esperar | | | | | 4 | CUESTIONABLE |
| No me importa | | | | | | FRUSTRANTE (INVERSO) |
| Lo acepto | | | | | | INDIFERENTE |
| Me desagrada | | | | | | |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

| | |
|----------|----------------------------|
| ATRIBUTO | Información Externa |
|----------|----------------------------|

| | | | | | | |
|-----------------------|--------------------------|---------------|---------------|-----------|--------------|-------------------------|
| PREGUNTAS FUNCIONALES | PREGUNTAS DISFUNCIONALES | | | | | ATRACTIVO |
| | Me agrada | Es de esperar | No me importa | Lo acepto | Me desagrada | UNIDIMENSIONAL (LINEAL) |
| Me agrada | | | 2 | 7 | 7 | DEBERIA (OBLIGATORIO) |
| Es de esperar | | | | | 6 | CUESTIONABLE |
| No me importa | | | | | | FRUSTRANTE (INVERSO) |

| | | | | | | |
|--------------|--|--|--|--|--|-------------|
| Lo acepto | | | | | | INDIFERENTE |
| Me desagrada | | | | | | |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

| | |
|----------|--|
| ATRIBUTO | Temas de desarrollo institucional |
|----------|--|

| PREGUNTAS FUNCIONALES | PREGUNTAS DISFUNCIONALES | | | | | |
|-----------------------|--------------------------|---------------|---------------|-----------|--------------|-------------------------|
| | Me agrada | Es de esperar | No me importa | Lo acepto | Me desagrada | |
| Me agrada | 2 | | | 2 | 6 | ATRACTIVO |
| Es de esperar | 1 | | 1 | 2 | 6 | UNIDIMENSIONAL (LINEAL) |
| No me importa | | | | | | DEBERIA (OBLIGATORIO) |
| Lo acepto | | | | 1 | | CUESTIONABLE |
| Me desagrada | | | | 1 | | FRUSTRANTE (INVERSO) |
| | | | | | | INDIFERENTE |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

| | |
|----------|---------------------------|
| ATRIBUTO | Temas Terapéuticos |
|----------|---------------------------|

| | | |
|-----------------------|--------------------------|-----------|
| PREGUNTAS FUNCIONALES | PREGUNTAS DISFUNCIONALES | ATRACTIVO |
|-----------------------|--------------------------|-----------|

| | Me agrad a | Es de espera r | No me import a | Lo acept o | Me desagra da | |
|---------------|------------------|----------------------|----------------------|------------------|---------------------|------------------------------------|
| Me agrada | | | | 1 | 17 | UNIDIM ENSION AL (LINEAL) |
| Es de esperar | | | 1 | 1 | 2 | DEBERIA (OBLIGA TORIO) |
| No me importa | | | | | | CUESTIO NABLE |
| Lo acepto | | | | | | FRUSTR ANTE (INVERS O) |
| Me desagrada | | | | | | INDIFER ENTE |

Fuente: (Vasco &
Velastegui, 2016)

| ATRIBUTO | Página web |
|----------|------------|
|----------|------------|

| PREGUNTAS FUNCIONALES | PREGUNTAS DISFUNCIONALES | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|----------------------|----------------------|------------------|---------------------|------------------------------------|
| | Me agrad a | Es de espera r | No me import a | Lo acept o | Me desagra da | |
| Me agrada | | 2 | 1 | 6 | 7 | ATRACTI VO |
| Es de esperar | | | | | 3 | UNIDIM ENSION AL (LINEAL) |
| No me importa | | | | | | DEBERIA (OBLIGA TORIO) |
| | | | | | | CUESTIO NABLE |
| | | | | | | FRUSTR |

| | | | | | | |
|--------------|--|--|--|--|---|----------------|
| | | | | | | ANTE (INVERSO) |
| Lo acepto | | | | | 2 | INDIFERENTE |
| Me desagrada | | | | | 1 | |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

| ATRIBUTO | Necesidad |
|----------|-----------|
|----------|-----------|

| PREGUNTAS FUNCIONALES | PREGUNTAS DISFUNCIONALES | | | | | |
|-----------------------|--------------------------|---------------|---------------|-----------|--------------|-----------------------|
| | Me agrada | Es de esperar | No me importa | Lo acepto | Me desagrada | |
| Me agrada | | | 2 | 7 | 7 | DEBERIA (OBLIGATORIO) |
| Es de esperar | | | 1 | 2 | 2 | CUESTIONABLE |
| No me importa | | | | 1 | | FRUSTRANTE (INVERSO) |
| Lo acepto | | | | | | INDIFERENTE |
| Me desagrada | | | | | | |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

3.11 Validación del instrumento

3.11.1 Análisis de confiabilidad Kano

Alfa de Cronbach

Análisis de coeficiente

Escala: FUNCIONALES

Tabla 12:

Alfa de Cronbach funcionales Modelo Kano

| Resumen del procesamiento de los casos | | | |
|--|-----------|----------------|-------|
| | | N | % |
| Casos | Válidos | 22 | 100,0 |
| | Excluidos | 0 | ,0 |
| | Total | 22 | 100,0 |
| Estadísticos de fiabilidad | | | |
| Alfa de Cronbach | | N de elementos | |
| ,727 | | 11 | |

Fuente: (Investigacion de Mercados, 2016)

Análisis: Con los resultados obtenidos para las preguntas funcionales se puede establecer que se posee un instrumento confiable para la investigación, con un valor de 0,727.

Escala: DISFUNCIONALES

Tabla 13:

Alfa de Cronbach disfuncionales Modelo Kano

| Resumen del procesamiento de los casos | | | |
|--|---------|----|-------|
| | | N | % |
| Casos | Válidos | 22 | 100,0 |

| | | |
|-----------|----|-------|
| Excluidos | 0 | ,0 |
| Total | 22 | 100,0 |

Fuente: (Investigacion de Mercados, 2016)

Tabla 14:
fiabilidad Modelo Kano

| Estadísticos de fiabilidad | |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,764 | 11 |

Fuente: (Investigacion de Mercados, 2016)

Análisis: Con los resultados obtenidos para las preguntas disfuncionales se puede establecer que se posee un instrumento confiable para la investigación, con un valor de 0,764.

CAPITULO IV

MARCO EMPÍRICO

4.1 Análisis y síntesis de la información modelo Servqual

4.1.1 Estadísticos descriptivos

Con este análisis se logra obtener cuales son las medias de las variables de cada una de las dimensiones con respecto a las expectativas y percepciones consideradas en el modelo servqual que conforman el servicio ofrecido por parte de FENODIS.

Además se detalla a continuación el mínimo y máximo que puede adoptar la variable considerando la media obtenida y la desviación típica.

Tabla 15:
Estadísticos Descriptivos

Estadísticos descriptivos

| | N | Míni mo | Máxi mo | Medi a | Desv. Típ. |
|---|---|------------|------------|-----------|---------------|
| La Fenodis tiene equipos modernos para las capacitaciones y asesorías(internet, laptop, infocus, otros) (EXPECTATIVA) | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,68 | ,56790 |
| | 2 | | | 18 | |
| Las instalaciones donde realiza las capacitaciones la Fenodis son visualmente atractivas(limpieza, ventilación, entorno e iluminación) (EXPECTATIVA) | 2 | 4,00 | 7,00 | 5,31 | ,94548 |
| | 2 | | | 82 | |
| Cuando la Fenodis establece una capacitación en un cierto tiempo la realiza (EXPECTATIVA) | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,09 | ,52636 |
| | 2 | | | 09 | |
| Cuando una fundación tiene problemas la Fenodis brinda su apoyo inmediato (EXPECTATIVA) | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,63 | ,58109 |
| | 2 | | | 64 | |
| La Fenodis realiza bien sus capacitaciones y asesorías a la primera vez (EXPECTATIVA) | 2 | 3,00 | 7,00 | 5,00 | 1,2344 |
| | 2 | | | 00 | 3 |

| | | | | | |
|--|---|------|------|------|--------|
| La Fenodis concluye sus capacitaciones y asesorías en el tiempo planificado (EXPECTATIVA) | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,31 | ,77989 |
| | 2 | | | 82 | |
| los capacitadores y asesores poseen un nivel suficiente de conocimientos teóricos y prácticos (EXPECTATIVA) | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,13 | ,46756 |
| | 2 | | | 64 | |
| Los capacitadores y asesores evidencian el proceso de enseñanza aprendizaje mediante evaluaciones (EXPECTATIVA) | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,31 | ,64633 |
| | 2 | | | 82 | |
| Los capacitadores y asesores de la Fenodis comunican a las fundaciones cuándo terminará la realización de los servicios (EXPECTATIVA) | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,27 | ,63109 |
| | 2 | | | 27 | |
| Los capacitadores de la FENODIS son personas reconocidas a nivel nacional e internacional (EXPECTATIVA) | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,00 | ,53452 |
| | 2 | | | 00 | |
| Los capacitadores y asesores de la FENODIS ofrecen sus servicios inmediatamente a las | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,45 | ,67098 |
| | 2 | | | 45 | |

fundaciones

(EXPECTATIVA)

| | | | | | |
|---|---|------|------|------|--------|
| Los capacitadores y asesores de la Fenodis están preparados para responder a diversas preguntas de las fundaciones | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,72 | ,55048 |
| | 2 | | | 73 | |

(EXPECTATIVA)

| | | | | | |
|--|---|------|------|------|--------|
| Las capacitaciones y asesorías que le brinda la FENODIS son útiles para el desarrollo de su fundación | 2 | 4,00 | 7,00 | 5,63 | ,65795 |
| | 2 | | | 64 | |

(EXPECTATIVA)

| | | | | | |
|---|---|------|------|------|--------|
| Los capacitadores y asesores se encuentran permanentemente actualizados en sus conocimientos | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,72 | ,55048 |
| | 2 | | | 73 | |

(EXPECTATIVA)

| | | | | | |
|--|---|------|------|------|--------|
| El comportamiento de los capacitadores y asesores de la Fenodis transmite confianza a las fundaciones | 2 | 4,00 | 7,00 | 5,77 | ,68534 |
| | 2 | | | 27 | |

(EXPECTATIVA)

| | | | | | |
|---|---|------|------|------|--------|
| Las Fundaciones se sienten conformes con la cuota de afiliación a la Fenodis | 2 | 6,00 | 7,00 | 6,81 | ,39477 |
| | 2 | | | 82 | |

(EXPECTATIVA)

| | | | | | |
|----------------------------------|---|------|------|------|--------|
| La Fenodis da a sus | 2 | 4,00 | 7,00 | 5,77 | ,92231 |
| Fundaciones una | 2 | | | 27 | |
| atención individualizada | | | | | |
| (EXPECTATIVA) | | | | | |
| Los capacitadores y | 2 | 4,00 | 7,00 | 5,54 | ,85786 |
| asesores de la FENODIS | 2 | | | 55 | |
| practican valores y | | | | | |
| principios con las | | | | | |
| Fundaciones | | | | | |
| (EXPECTATIVA) | | | | | |
| La Fenodis tiene | 2 | 5,00 | 7,00 | 5,95 | ,57547 |
| horarios de trabajo | 2 | | | 45 | |
| convenientes para todas | | | | | |
| sus fundaciones | | | | | |
| (EXPECTATIVA) | | | | | |
| La Fenodis tiene | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,54 | ,73855 |
| capacitadores que | 2 | | | 55 | |
| ofrecen una atención | | | | | |
| personalizada a las | | | | | |
| fundaciones | | | | | |
| (EXPECTATIVA) | | | | | |
| La Fenodis se preocupa | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,18 | ,66450 |
| por los mejores intereses | 2 | | | 18 | |
| de sus fundaciones | | | | | |
| (EXPECTATIVA) | | | | | |
| La Fenodis comprende | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,45 | ,73855 |
| las necesidades | 2 | | | 45 | |
| específicas de sus | | | | | |
| Fundaciones | | | | | |
| (EXPECTATIVA) | | | | | |
| Los capacitadores y los | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,81 | ,50108 |
| asesores motivan a las | 2 | | | 82 | |

**fundaciones para que
exista un mejor
aprendizaje
(EXPECTATIVA)**

| | | | | | |
|--|---|------|------|------|--------|
| Las estrategias metodológicas de los capacitadores y asesores son adecuadas | 2 | 5,00 | 7,00 | 6,81 | ,50108 |
| (EXPECTATIVA) | 2 | | | 82 | |

| | | | | | |
|---|---|------|------|------|--------|
| La Fenodis tiene equipos modernos para las capacitaciones y asesorías(internet, laptop, infocus, otros) | 2 | 1,00 | 7,00 | 5,04 | 1,5576 |
| (PERCEPCIÓN) | 2 | | | 55 | 9 |

| | | | | | |
|---|---|------|------|------|--------|
| Las instalaciones donde realiza las capacitaciones la Fenodis son visualmente atractivas(limpieza, ventilación, entorno e iluminación) | 2 | 1,00 | 7,00 | 4,95 | 1,6176 |
| (PERCEPCIÓN) | 2 | | | 45 | 8 |

| | | | | | |
|--|---|------|------|------|--------|
| Cuando la Fenodis establece una capacitación en un cierto tiempo la realiza | 2 | 1,00 | 7,00 | 4,86 | 1,6415 |
| (PERCEPCIÓN) | 2 | | | 36 | 9 |

| | | | | | |
|--|---|------|------|------|--------|
| Cuando una fundación tiene problemas la Fenodis brinda su apoyo inmediato | 2 | 1,00 | 7,00 | 5,09 | 1,6592 |
| (PERCEPCIÓN) | 2 | | | 09 | 9 |

| | | | | | |
|---|---|------|------|------|--------|
| La Fenodis realiza bien sus capacitaciones y asesorías a la primera vez (PERCEPCIÓN) | 2 | 1,00 | 7,00 | 4,36 | 1,5597 |
| | 2 | | | 36 | 8 |
| La Fenodis concluye sus capacitaciones y asesorías en el tiempo planificado (PERCEPCIÓN) | 2 | 1,00 | 7,00 | 5,04 | 1,6176 |
| | 2 | | | 55 | 8 |
| los capacitadores y asesores poseen un nivel suficiente de conocimientos teóricos y prácticos (PERCEPCIÓN) | 2 | 1,00 | 7,00 | 4,50 | 1,7113 |
| | 2 | | | 00 | 1 |
| Los capacitadores y asesores evidencian el proceso de enseñanza aprendizaje mediante evaluaciones (PERCEPCIÓN) | 2 | 1,00 | 7,00 | 5,04 | 1,5576 |
| | 2 | | | 55 | 9 |
| Los capacitadores y asesores de la Fenodis comunican a las fundaciones cuándo terminará la realización de los servicios (PERCEPCIÓN) | 2 | 1,00 | 7,00 | 4,59 | 1,6230 |
| | 2 | | | 09 | 2 |
| Los capacitadores de la FENODIS son personas reconocidas a nivel nacional e internacional (PERCEPCIÓN) | 2 | 1,00 | 7,00 | 4,90 | 1,6592 |
| | 2 | | | 91 | 9 |

| | | | | | |
|---|---|------|------|------|--------|
| Los capacitadores y asesores de la FENODIS ofrecen sus servicios inmediatamente a las fundaciones (PERCEPCIÓN) | 2 | 1,00 | 7,00 | 5,31 | 1,4601 |
| | 2 | | | 82 | 5 |

| | | | | | |
|--|---|------|------|------|--------|
| Los capacitadores y asesores de la Fenodis están preparados para responder a diversas preguntas de las fundaciones (PERCEPCIÓN) | 2 | 1,00 | 7,00 | 5,36 | 1,8399 |
| | 2 | | | 36 | 1 |

| | | | | | |
|---|---|------|------|------|--------|
| Las capacitaciones y asesorías que le brinda la FENODIS son útiles para el desarrollo de su fundación (PERCEPCIÓN) | 2 | 1,00 | 7,00 | 5,22 | 1,6883 |
| | 2 | | | 73 | 9 |

| | | | | | |
|--|---|------|------|------|--------|
| Los capacitadores y asesores se encuentran permanentemente actualizados en sus conocimientos (PERCEPCIÓN) | 2 | 1,00 | 7,00 | 4,00 | 1,6035 |
| | 2 | | | 00 | 7 |

| | | | | | |
|---|---|------|------|------|--------|
| El comportamiento de los capacitadores y asesores de la Fenodis transmite confianza a las fundaciones (PERCEPCIÓN) | 2 | 1,00 | 7,00 | 5,00 | 1,9272 |
| | 2 | | | 00 | 5 |

| | | | | | |
|--|---|------|------|------|--------|
| Las Fundaciones se sienten conformes con la cuota de afiliación a la Fenodis | 2 | 1,00 | 7,00 | 4,00 | 1,7182 |
| (PERCEPCIÓN) | 2 | | | 00 | 5 |
| La Fenodis da a sus Fundaciones una atención individualizada | 2 | 1,00 | 7,00 | 5,22 | 1,4119 |
| (PERCEPCIÓN) | 2 | | | 73 | 2 |
| Los capacitadores y asesores de la FENODIS practican valores y principios con las Fundaciones | 2 | 4,00 | 7,00 | 5,54 | 1,0107 |
| (PERCEPCIÓN) | 2 | | | 55 | 6 |
| La Fenodis tiene horarios de trabajo convenientes para todas sus fundaciones | 2 | 1,00 | 7,00 | 4,86 | 1,5825 |
| (PERCEPCIÓN) | 2 | | | 36 | 1 |
| La Fenodis tiene capacitadores que ofrecen una atención personalizada a las fundaciones | 2 | 1,00 | 7,00 | 4,86 | 1,8334 |
| (PERCEPCIÓN) | 2 | | | 36 | 3 |
| La Fenodis se preocupa por los mejores intereses de sus fundaciones | 2 | 1,00 | 7,00 | 5,00 | 1,7994 |
| (PERCEPCIÓN) | 2 | | | 00 | 7 |

| | | | | | |
|---|---|------|------|------|--------|
| La Fenodis comprende las necesidades específicas de sus Fundaciones (PERCEPCIÓN) | 2 | 1,00 | 7,00 | 4,95 | 1,7037 |
| Los capacitadores y los asesores motivan a las fundaciones para que exista un mejor aprendizaje (PERCEPCIÓN) | 2 | 1,00 | 7,00 | 5,27 | 1,6089 |
| Las estrategias metodológicas de los capacitadores y asesores son adecuadas (PERCEPCIÓN) | 2 | 3,00 | 7,00 | 4,81 | 1,1396 |
| N válido (según lista) | 2 | | | 82 | 1 |
| | 2 | | | | |

Fuente: (Investigacion de Mercados, 2016)

4.1.2 Análisis de Gaps o brechas entre expectativas y percepciones

Como se puede observar, de 24 ítems, 21 brechas resultaron negativas, es decir que las fundaciones se sienten insatisfechas con lo que reciben de parte de Fenodis. El ítem con la mayor brecha, corresponde a la pregunta 16 la cual pertenece a la dimensión de Seguridad.

Tabla 16:
Análisis Gaps Expectativas y Percepciones

| | | EXPECTATIVA | PERCEPCION | Brech |
|-----------|--|--------------------|-------------------|--------------|
| | | | ES | a |
| P1 | La Fenodis tiene equipos modernos para las | 6,68 | 5,05 | -1,64 |

| | | | | |
|-----------|--|------|------|-------|
| | capacitaciones y asesorías(internet, laptop, infocus, otros | | | |
| P2 | Las instalaciones donde realiza las capacitaciones la Fenodis son visualmente atractivas(limpieza, ventilación, entorno e iluminación) | 5,32 | 4,95 | -0,36 |
| P3 | Cuando la Fenodis establece una capacitación en un cierto tiempo la realiza | 6,09 | 4,86 | -1,23 |
| P4 | Cuando una fundación tiene problemas la Fenodis brinda su apoyo inmediato | 6,64 | 5,09 | -1,55 |
| P5 | La Fenodis realiza bien sus capacitaciones y asesorías a la primera vez | 5,00 | 4,36 | -0,64 |
| P6 | La Fenodis concluye sus capacitaciones y asesorías en el tiempo planificado | 6,32 | 5,05 | -1,27 |
| P7 | los capacitadores y asesores poseen un | 6,14 | 4,50 | -1,64 |

| | | | | |
|------------|---|------|------|-------|
| | nivel suficiente de conocimientos teóricos y prácticos | | | |
| P8 | Los capacitadores y asesores evidencian el proceso de enseñanza aprendizaje mediante evaluaciones | 6,32 | 5,05 | -1,27 |
| P9 | Los capacitadores y asesores de la Fenodis comunican a las fundaciones cuándo terminará la realización de los servicios | 6,27 | 4,59 | -1,68 |
| P10 | Los capacitadores de la FENODIS son personas reconocidas a nivel nacional e internacional | 6,00 | 4,91 | -1,09 |
| P11 | Los capacitadores y asesores de la FENODIS ofrecen sus servicios inmediatamente a las fundaciones | 6,45 | 5,32 | -1,14 |
| P12 | Los capacitadores y asesores de la Fenodis están preparados para responder a diversas | 6,73 | 5,36 | -1,36 |

preguntas de las
fundaciones

| | | | | |
|------------|---|------|------|-------|
| P13 | Las capacitaciones y asesorías que le brinda la FENODIS son útiles para el desarrollo de su fundación | 5,64 | 5,23 | -0,41 |
| P14 | Los capacitadores y asesores se encuentran permanentemente actualizados en sus conocimientos | 6,73 | 4,00 | -2,73 |
| P15 | El comportamiento de los capacitadores y asesores de la Fenodis transmite confianza a las fundaciones | 5,77 | 5,00 | -0,77 |
| P16 | Las Fundaciones se sienten conformes con la cuota de afiliación a la Fenodis | 6,82 | 4,00 | -2,82 |
| P17 | La Fenodis da a sus Fundaciones una atención individualizada | 5,77 | 5,23 | -0,55 |
| P18 | Los capacitadores y asesores de la FENODIS | 5,55 | 5,55 | 0,00 |

| | | | | |
|------------|---|------|------|-------|
| | practican valores y principios con las Fundaciones | | | |
| P19 | La Fenodis tiene horarios de trabajo convenientes para todas sus fundaciones | 5,95 | 4,86 | -1,09 |
| P20 | La Fenodis tiene capacitadores que ofrecen una atención personalizada a las fundaciones | 6,55 | 4,86 | -1,68 |
| P21 | La Fenodis se preocupa por los mejores intereses de sus fundaciones | 6,18 | 5,00 | -1,18 |
| P22 | La Fenodis comprende las necesidades específicas de sus Fundaciones | 6,45 | 4,95 | -1,50 |
| P23 | Los capacitadores y los asesores motivan a las fundaciones para que exista un mejor aprendizaje | 6,82 | 5,27 | -1,55 |
| P24 | Las estrategias metodológicas de los capacitadores y asesores son adecuadas | 6,82 | 4,82 | -2,00 |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

4.1.3 Análisis comparativo entre expectativas y percepciones

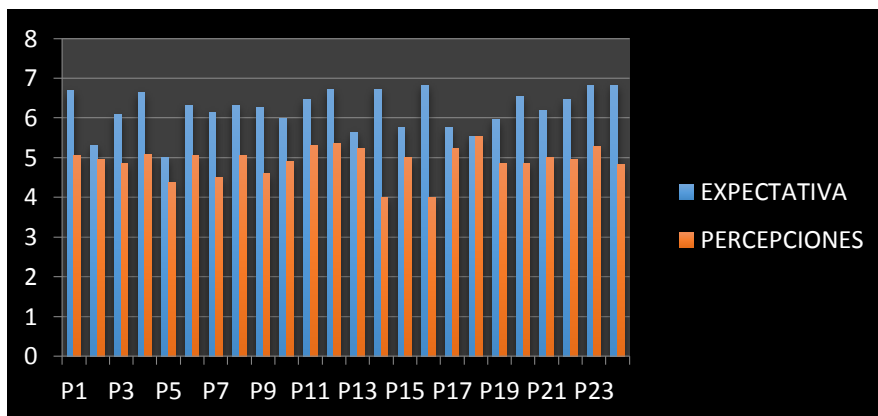


Figura 54: Análisis comparativo entre expectativas y percepciones

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

Análisis: Se puede observar la comparación entre la expectativa y percepción en donde la expectativa supera a la percepción.

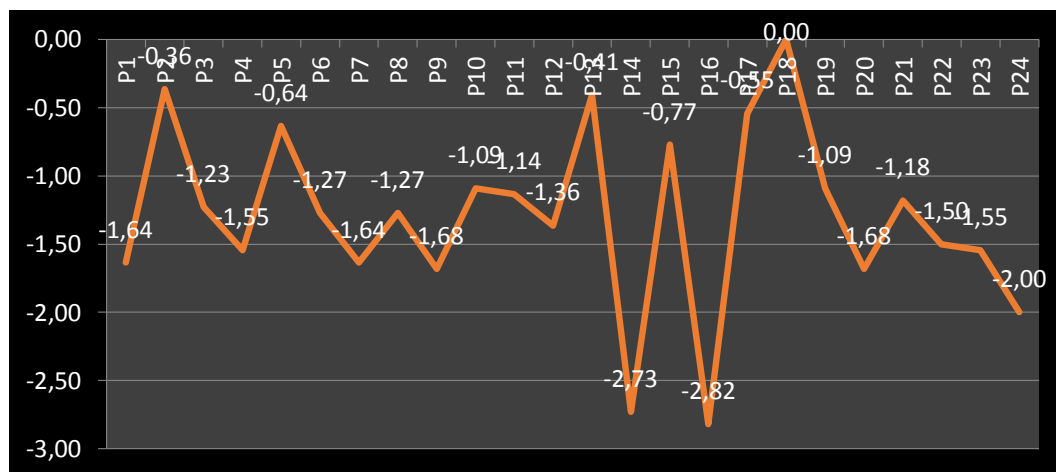


Figura 55: Análisis gráfico de insatisfacción

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

Análisis: Como se puede observar en el gráfico las preguntas que generan mayor nivel de insatisfacción son la 14 y 16 debido a que son las brechas más altas.

4.1.4 Análisis de dimensiones entre expectativas y percepciones.

DIMENSIÓN TANGIBLE

Tabla 17:
Análisis dimensión Tangible Modelo Kano

| | P1 | P2 |
|----------------------|-------|-------|
| EXPECTATIVA | 6,68 | 5,32 |
| PERCEPCIONES | 5,05 | 4,95 |
| Brecha | -1,64 | -0,36 |
| PROMEDIO EXPE | 6,00 | |
| PROMEDIO PER | 5,00 | |
| TOTAL | -1,00 | |
| DIMENSIÓN | | |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

DIMENSIÓN FIABILIDAD

Tabla 18:
Análisis dimensión Fiabilidad Modelo Kano

| | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 |
|----------------------|------|-------|------|------|------|------|
| EXPECTATIVA | 6,09 | 6,64 | 5,00 | 6,32 | 6,14 | 6,32 |
| PERCEPCIONES | 4,86 | 5,09 | 4,36 | 5,05 | 4,50 | 5,05 |
| Brecha | - | -1,55 | - | - | - | - |
| | 1,23 | | 0,64 | 1,27 | 1,64 | 1,27 |
| PROMEDIO EXPE | 6,08 | | | | | |

| | |
|------------------------|------|
| PROMEDIO PER | 4,82 |
| TOTAL DIMENSIÓN | - |
| | 1,27 |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA

Tabla 19:

Análisis dimensión Capacidad de Respuesta Modelo Kano

| | P9 | P10 | P11 | P12 |
|------------------------|-----------|------------|------------|------------|
| EXPECTATIVA | 6,27 | 6,00 | 6,45 | 6,73 |
| PERCEPCIONES | 4,59 | 4,91 | 5,32 | 5,36 |
| Brecha | -1,68 | -1,09 | -1,14 | -1,36 |
| PROMEDIO EXPE | 6,36 | | | |
| PROMEDIO PER | 5,05 | | | |
| TOTAL DIMENSIÓN | -1,32 | | | |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

DIMENSIÓN SEGURIDAD

Tabla 20:

Análisis dimensión Seguridad Modelo Kano

| | P13 | P14 | P15 | P16 |
|---------------------|------------|------------|------------|------------|
| EXPECTATIVA | 5,64 | 6,73 | 5,77 | 6,82 |
| PERCEPCIONES | 5,23 | 4,00 | 5,00 | 4,00 |
| Brecha | -0,41 | -2,73 | -0,77 | -2,82 |

| | |
|----------------------|-------|
| PROMEDIO EXPE | 6,24 |
| PROMEDIO PER | 4,56 |
| TOTAL | -1,68 |
| DIMENSIÓN | |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

DIMENSIÓN EMPATÍA

Tabla 21:
Análisis dimensión Empatía Modelo Kano

| | P17 | P18 | P19 | P20 | P21 | P22 | P23 | P24 |
|---------------------|-------|------|-------|------|------|------|-------|-------|
| EXPECTATIVA | 5,77 | 5,55 | 5,95 | 6,55 | 6,18 | 6,45 | 6,82 | 6,82 |
| PERCEPCIONES | 5,23 | 5,55 | 4,86 | 4,86 | 5,00 | 4,95 | 5,27 | 4,82 |
| Brecha | -0,55 | 0,00 | -1,09 | - | - | - | -1,55 | -2,00 |
| | | | | 1,68 | 1,18 | 1,50 | | |
| PROMEDIO | 6,26 | | | | | | | |
| EXPE | | | | | | | | |
| PROMEDIO | 5,07 | | | | | | | |
| PER | | | | | | | | |
| TOTAL | -1,19 | | | | | | | |
| DIMENSIÓN | | | | | | | | |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

TABLA RESUMEN DE DIMENSIONES

Tabla 22:
Resumen de Dimensiones

| DIMENSIÓN | PUNTAJES OBTENIDOS | | |
|-----------|--------------------|----------|--------|
| | PROMEDIO | PROMEDIO | BRECHA |
| | | | |

| | EXPE | PER | |
|-----------------------------------|-------------|------------|-------|
| TANGIBLE | 6,00 | 5,00 | -1,00 |
| FIABILIDAD | 6,08 | 4,82 | -1,27 |
| CAPACIDAD DE RESPUESTA | 6,36 | 5,05 | -1,32 |
| SEGURIDAD | 6,24 | 4,56 | -1,68 |
| EMPATÍA | 6,26 | 5,07 | -1,19 |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

Dimensión de TANGIBILIDAD

La dimensión de tangibilidad obtuvo la brecha más baja, con un valor de -1.

Dimensión de FIABILIDAD

La dimensión de Fiabilidad arrojó un resultado de -1,27.

Dimensión de CAPACIDAD DE RESPUESTA

El resultado del análisis de la brecha para la dimensión Capacidad de respuesta es -1,32.

Dimensión de SEGURIDAD

La dimensión de seguridad obtuvo la brecha más alta, con un valor de -1,68.

Dimensión de EMPATIA

La dimensión de empatía obtuvo una de las brechas más bajas, con un valor de -1,19.

4.2 Análisis y síntesis de la información modelo Kano

4.2.1 Tabla de kano de respuestas categorizadas

En esta tabla se detalla el conteo general de cada pregunta referente a cada atributo.

Tabla 23:
Tabla Respuestas Kano Categorizada

| N | CARACTERISTICA | ATRACTIVO | LINEAL | OBLIGATORIO | INDIFERENTE | FRUSTRANTE | CUESTIONABLE |
|----|--|-----------|--------|-------------|-------------|------------|--------------|
| 1 | Capacitadores calificados y de experiencia | 1 | 16 | 5 | | | |
| 2 | Claridad y entendimiento de las capacitaciones | | 16 | 4 | 2 | | |
| 3 | Limpieza y comodidad de las aulas | | 15 | 7 | | | |
| 4 | Equipamiento de la Fenodis | 2 | 13 | 4 | 1 | 1 | 1 |
| 5 | Motivación a las fundaciones | | 12 | 6 | 4 | | |
| 6 | Amabilidad y buen trato | | 18 | 4 | | | |
| 7 | Información externa | 9 | 7 | 6 | | | |
| 8 | Temas de desarrollo institucional | 2 | 6 | 6 | 4 | 1 | 2 |
| 9 | Temas Terapéuticos | 1 | 17 | 2 | 2 | | |
| 10 | Necesidad | 9 | 7 | 5 | | | 1 |
| 11 | Página web | 9 | 7 | 2 | 4 | | |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

4.2.2 Tabla de kano de respuesta en porcentajes

En esta tabla se detalla el conteo general de cada pregunta referente a cada atributo en porcentajes.

Tabla 24:
Tabla de kano respuesta en porcentaje

| N | CARACTERISTICA | A | L | O | I | F | C | CATEGORÍA |
|----|--|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|-----------|
| 1 | Capacitadores calificados y de experiencia | 4,55 % | 72,7 3% | 22,7 3% | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | L |
| 2 | Claridad y entendimiento de las capacitaciones | 0,00 % | 72,7 3% | 18,1 8% | 9,09 % | 0,00 % | 0,00 % | L |
| 3 | Limpieza y comodidad de las aulas | 0,00 % | 68,1 8% | 31,8 2% | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | L |
| 4 | Equipamiento de la Fenodis | 9,09 % | 59,0 9% | 18,1 8% | 4,55 % | 4,55 % | 4,55 % | L |
| 5 | Motivación a las fundaciones | 0,00 % | 54,5 5% | 27,2 7% | 18,1 8% | 0,00 % | 0,00 % | L |
| 6 | Amabilidad y buen trato | 0,00 % | 81,8 2% | 18,1 8% | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | L |
| 7 | Información externa | 40,9 1% | 31,8 2% | 27,2 7% | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | A |
| 8 | Temas de desarrollo institucional | 9,09 % | 27,2 7% | 27,2 7% | 18,1 8% | 4,55 % | 9,09 % | O |
| 9 | Temas Terapéuticos | 4,55 % | 77,2 7% | 9,09 % | 9,09 % | 0,00 % | 0,00 % | L |
| 10 | Necesidad | 40,9 1% | 31,8 2% | 22,7 3% | 0,00 % | 0,00 % | 4,55 % | A |
| 11 | Página web | 40,9 1% | 31,8 2% | 9,09 % | 18,1 8% | 0,00 % | 0,00 % | A |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

4.2.3 Cálculo de los coeficientes de satisfacción e insatisfacción.

Valorar el potencial de satisfacción e insatisfacción del servicio

Para el cálculo de los niveles de satisfacción e insatisfacción se realiza el cálculo de los coeficientes mediante las siguientes formulas:

Grado de satisfacción (CS):

$$\frac{(\text{Atractivos} + \text{Unidimensionales}) * 100}{\text{Atractivos} + \text{Unidimensionales} + \text{Obligatorios} + \text{Indiferentes}}$$

Grado de insatisfacción (DS):

$$\frac{(\text{Obligatorios} + \text{Unidimensionales} (-1)) * 100}{\text{Atractivos} + \text{Unidimensionales} + \text{Obligatorios} + \text{Indiferentes}}$$

TABLA DE KANO NIVELES DE SATISFACCIÓN E INSATISFACCIÓN POR ATRIBUTO

Tabla 25:

Tabla de Kano Niveles De Satisfacción E Insatisfacción Por Atributo

| N | CARACTERISTICA | SATISFACCION | INSATISFACCIÓN | CATEGORIA |
|---|--|--------------|----------------|-----------|
| 1 | Capacitadores calificados y de experiencia | 77,27 | -95,45 | L |
| 2 | Claridad y entendimiento de las capacitaciones | 72,73 | -90,91 | L |
| 3 | Limpieza y comodidad de las aulas | 68,18 | -100,00 | L |
| 4 | Equipamiento de la Fenodis | 71,43 | -85,71 | L |
| 5 | Motivación a las fundaciones | 54,55 | -81,82 | L |
| 6 | Amabilidad y buen trato | 81,82 | -100,00 | L |

| | | | | |
|-----------|--|-------|--------|---|
| 7 | Información externa | 72,73 | -59,09 | A |
| 8 | Temas de desarrollo institucional | 42,11 | -68,42 | O |
| 9 | Temas Terapéuticos | 81,82 | -86,36 | L |
| 10 | Necesidad | 76,19 | -57,14 | A |
| 11 | Página web | 72,73 | -40,91 | A |

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

Modelo kano visualizado

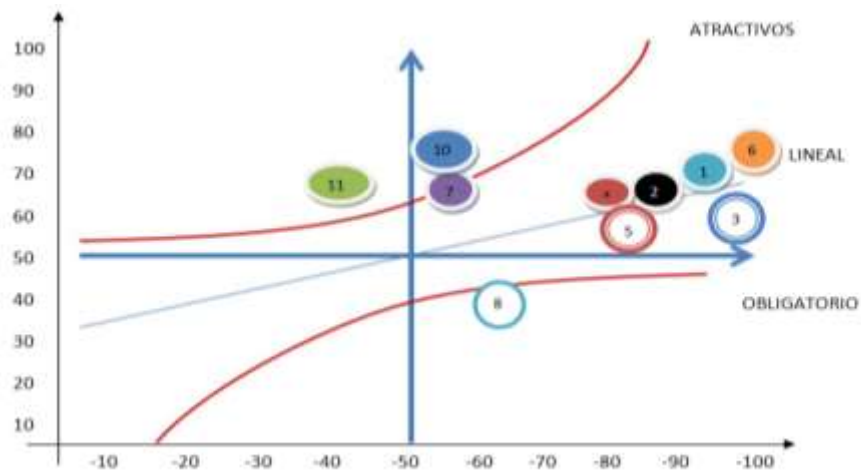


Figura 56: Modelo Kano gráficamente

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

4.2.4 Análisis de coeficientes de niveles de satisfacción e insatisfacción por atributo

Para el análisis se considera contrastar tanto los niveles de satisfacción que puede generar un atributo, o en su ausencia los niveles de insatisfacción.



Figura 57: Análisis de coeficientes de niveles de satisfacción e insatisfacción por atributo

Fuente: (Vasco & Velastegui, 2016)

Análisis: Como se puede apreciar existen 2 atributos que contribuyen a un mayor nivel de satisfacción, con 81,82 puntos cada uno son la amabilidad y buen trato que FENODIS tenga con las fundaciones y al poseer en sus capacitaciones los temas terapéuticos, mientras que si Fenodis no mantiene estándares de limpieza y comodidad en las aulas, y un trato amable se generaría un alto nivel de insatisfacción.

4.2.5 Resultado del modelo kano

Como resultado del modelo Kano se ha logrado obtener aquellos atributos que deben encontrarse de manera obligatoria en el servicio de FENODIS, como también aquellos que generaran mayores niveles de satisfacción para los afiliados como atributos atractivos.

Atributos Obligatorios

Se llega al resultado que FENODIS obligatoriamente debe mantener temas de desarrollo Institucional, elaboración y diseños de proyectos, elaboración de planes estratégicos.

Atributos lineales

Se determinó mediante la aplicación que los atributos de FENODIS para mantenerse competitivo sin que su presencia cause niveles de insatisfacción son los siguientes:

1. Capacitadores calificados y de experiencia
2. Claridad y entendimiento de las capacitaciones
3. Limpieza y comodidad de las aulas
4. Equipamiento de la Fenodis
5. Motivación a las fundaciones
6. Amabilidad y buen trato
7. Temas Terapéuticos

Atributos de atracción

Como finalidad de la aplicación del modelo Kano, se obtuvo los atributos atractivos que generarán mayores niveles de satisfacción y se detalla a continuación:

1. Información externa sobre concursos o eventos que realice la FENODIS
2. Necesidad de la fundación antes de planificar una capacitación
3. Página web principal de FENODIS

4.3 Redacción de informe final de resultados

4.3.1 Introducción

Hoy en día el saber cuál es la percepción que tienen los clientes de algún servicio en relación a sus expectativas es muy importante, para conocer el nivel de satisfacción en cuanto a la calidad de servicio que se recibe, es por esto que la actual investigación busca reconocer los elementos concluyentes en cuanto al servicio recibido por parte de la Federación FENODIS hacia los fundaciones para personas con capacidades especiales que se encuentran afiliadas.

Es por esto que al finalizar la investigación se puede observar que la calidad de servicio que presta la FENODIS no cumple con las expectativas de las fundaciones, cada dimensión permite evaluar las deficiencias que se presentan para poner mayor énfasis en las brechas negativas de mayor valor. Un buen servicio de calidad en una fundación en cuanto a Tangibilidad debe tener instalaciones completas en donde cuente con equipos modernos para las capacitaciones y asesorías (internet, laptop, infocus, otros), además las instalaciones donde realiza las capacitaciones deben ser visualmente atractivas (limpieza, ventilación, entorno e iluminación).

El servicio brindado por la dimensión de fiabilidad debe ser cumplida por parte de la FENODIS en donde los capacitadores deben poseer un alto grado de conocimiento y brinden una atención personalizada a las fundaciones, además de que la FENODIS debe cumplir con la planificación de las capacitaciones en el tiempo establecido brindando una solución pronta a los problemas que se les presente.

La dimensión de capacidad de respuesta es una de las brechas más altas en donde hay que poner mayor atención ya que se debe mejorar la comunicación que tiene la FENODIS con las fundaciones para que estén bien informadas en cuanto a los servicios brindados, donde los capacitadores deben estar bien preparados para responder a diversas preguntas de las fundaciones.

La dimensión de seguridad debe ser un aspecto muy importante ya que pertenece a la brecha más alta, las capacitaciones y asesorías deben ser útiles para el desarrollo de las fundaciones, donde los capacitadores y asesores deberán estar permanentemente actualizados en sus conocimientos, de esta manera se logrará transmitir confianza hacia las fundaciones sintiéndose conformes con la cuota de afiliación a la FENODIS.

La dimensión de empatía se debe mejorar para lograr mayor satisfacción en donde la atención debe ser personalizada, los capacitadores deben ser amables, practicar valores y principios con las fundaciones, en cuanto a la planificación de capacitaciones la FENODIS debe establecer horarios de trabajo convenientes para todas sus fundaciones y preocuparse por los mejores intereses comprendiendo las

necesidades específicas de las mismas, de esta manera se motivará a las fundaciones a utilizar los servicios para que exista un mejor aprendizaje aplicando buenas estrategias metodológicas de los capacitadores y asesores.

En cuanto al modelo Kano se pudo analizar los niveles de satisfacción e insatisfacción por atributo, donde se pudo apreciar que existen 2 atributos que contribuyen a un mayor nivel de satisfacción a las fundaciones, los cuales son la amabilidad y buen trato, además de que un factor muy importante sería el poseer en sus capacitaciones temas terapéuticos y de discapacidad, mientras que si FENODIS no mantiene estándares de limpieza y comodidad en las aulas, y un trato amable hacia las fundaciones se generará un alto nivel de insatisfacción.

4.3.2 Limitaciones de la investigación

El presente trabajo de investigación se lo aplicó a 22 fundaciones pertenecientes únicamente al Núcleo Pichincha dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

Las limitaciones que se encontraron con respecto a los modelos Servqual y Kano es que en el análisis de resultados nos dan respuestas limitantes ya que se conoce los servicios que generan insatisfacción más no sus causas.

Otra limitación fue el tiempo de respuesta de las encuestas debido a que no se contaba con datos actualizados de cada fundación.

Adicional se presentó una limitación en la disponibilidad de tiempo por parte de los Directores y Representante legales de las fundaciones para dar respuesta a las encuestas.

4.3.3 Contribuciones

La presente investigación contribuirá a la mejora de los servicios que brinda la FENODIS, donde se deberán poner mayor interés para que puedan brindar a las fundaciones un servicio de calidad y éstas se encuentren totalmente satisfechas de esta manera harán uso de los servicios y contribuirá a su crecimiento.

4.3.4 Comprobación de hipótesis

El estudio planteaba 5 hipótesis:

1. Las principales causas que generan insatisfacción son a) Tiempo de respuesta b) personal capacitado c) diversidad en temas de capacitación.

Se rechaza la hipótesis ya que en los resultados obtenidos, las tres principales causas de insatisfacción son a) Falta de actualización y conocimientos de los asesores y capacitadores y FENODIS b) Inconformidad con la cuota de afiliación debido a los servicios recibidos c) Falta de estrategias metodológicas y temas de enseñanza relacionados a la discapacidad.

2. Las fundaciones afiliadas a la FENODIS, califican a los servicios prestados por la FENODIS como muy bueno.

Se rechaza la hipótesis ya que las fundaciones califican al servicio recibido por parte de FENODIS como bueno, es por esto que FENODIS necesita mejorar el servicio para que este sea calificado como excelente y pueda brindar total satisfacción a sus afiliados.

3. La FENODIS implementa estrategias de mejora en sus servicios y estas son a) página web propia de la federación, b) atención personalizada por parte FENODIS.

Se acepta la hipótesis ya que se deberá implementar una página web propia de FENODIS y tener una atención personalizada para mejorar sus servicios.

4. Existe complementariedad entre los resultados obtenidos del método SERVQUAL y el análisis KANO.

Se acepta la hipótesis ya que sí existe complementariedad entre los resultados obtenidos del método SERVQUAL y el análisis KANO.

5. El nivel de satisfacción no supera al nivel de insatisfacción en el método SERVQUAL y KANO.

Se acepta la hipótesis debido a que el nivel de insatisfacción supera al nivel de satisfacción en el método SERVQUAL y KANO.

CAPITULO V

5.1 CONCLUSIONES

- El resultado del análisis del modelo servqual en la dimensión seguridad obtuvo la brecha más alta con un valor de -1.68, obteniendo insatisfacción en las fundaciones.
- El resultado del análisis del modelo kano en el atributo atractivo establece un promedio del 40,91%, donde engloba a las preguntas 7,10 y 11, las cuales reflejan que a las fundaciones les daría mayor satisfacción que existieran varios canales de información sobre concursos o eventos, que FENODIS analice la necesidad de su fundación antes de planificar una capacitación y que cree una página web donde puedan difundir información general de los servicios que presta.
- El resultado del análisis del modelo kano en el atributo lineal establece un promedio del 69,48 %, donde engloba a las preguntas 1,2,3,4,5,6 y 9, las cuales reflejan que para mantenerse competitivo sin que su presencia cause niveles de insatisfacción se espera tener capacitadores calificados y de experiencia, claridad y entendimiento de las capacitaciones, limpieza y comodidad de las aulas, equipamiento de la FENODIS, motivación a las fundaciones ,amabilidad y buen trato y sobre todo Temas Terapéuticos.

- El resultado del análisis del modelo kano en el atributo obligatorio establece un promedio del 27,27 %, donde engloba a la pregunta 8 y obligatoriamente deben mantener temas de desarrollo Institucional, elaboración y diseños de proyectos, elaboración de planes estratégicos.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda crear una página web propia de FENODIS donde se expongan detalladamente las capacitaciones, asesorías e información en cuanto a talleres, eventos, programas y temas que sean de utilidad e interés para las fundaciones.
- Se recomienda que en la página web exista un blog de sugerencias donde las fundaciones expongan sus necesidades y requerimientos y estos sean revisados periódicamente.
- Se recomienda crear un grupo de atención al cliente en donde estén periódicamente comunicándose con las fundaciones para conocer sus necesidades y estar permanentemente actualizados.
- Se recomienda realizar una investigación de mercados de los servicios que requieren los afiliados para verificar las necesidades puntuales de cada fundación una vez al año.
- Se recomienda a FENODIS realizar una invitación personalizada, comprometiendo la asistencia de todas las fundaciones afiliadas a participar en eventos talleres o programas con el propósito de que las fundaciones estén integradas y puedan compartir sus experiencias.

Bibliografía

- Agencia Nacional de Discapacidades. (s.f.). Recuperado el Enero de 2016, de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/Agenda-Nacional-para-Discapacidades.pdf>
- Berger, B. (1991). The culture of entrepreneurship. En B. Berger, *The culture of entrepreneurship*. San Francisco.
- Christopher Lovelock, J. W. (2009). Marketing de servicios: personas, tecnología y estrategia. En J. W. Christopher Lovelock, *Marketing de servicios: personas, tecnología y estrategia*. Pearson. Obtenido de Marketing de servicios: personas, tecnología y estrategia.
- CONADIS. (2005). Plan Nacional de Discapacidades. En CONADIS. Quito.
- CONADIS. (5 de Agosto de 2013-2017). *Agencia Nacional para la Igualdad en Discapacidades*. Obtenido de Agencia Nacional para la Igualdad en Discapacidades: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/Agenda-Nacional-para-Discapacidades.pdf>
- Correa, X. T. (8 de Septiembre de 2014). *Federaciones Nacionales de y para la Discapacidad*. Obtenido de Federaciones Nacionales de y para la Discapacidad: <http://fenedif.org/biblioteca/nuestro-compromiso-2014.pdf>
- F, D. R. (5 de Octubre de 2001). *Análisis de la situación de las discapacidades en el Ecuador*. Obtenido de Análisis de la situación de las discapacidades en el Ecuador: http://icevi.org/latin_america/publications/quito_conference/analisis_de_la_situacion_de_las_.htm
- F, D. R. (5 de octubre de 2001). *ANÁLISIS DE LA SITUACION DE LAS DISCAPACIDADES EN EL ECUADOR*. Obtenido de ANÁLISIS DE LA SITUACION DE LAS DISCAPACIDADES EN EL ECUADOR: http://icevi.org/latin_america/publications/quito_conference/analisis_de_la_situacion_de_las_.htm
- Gestiopolis. (6 de Noviembre de 2012). *Modelo Kano de satisfacción del cliente*. Obtenido de Modelo Kano de satisfacción del cliente: <http://www.gestiopolis.com/modelo-kano-de-satisfaccion-del-cliente/>
- Hayes. (1999). *Some applications of behavioral research*.
- Investigación de Mercados*. (2016). QUITO: SPSS.
- Investigación de mercados. (2016). *Investigación de campo*. Quito: spp.
- Jin, & Julie. (2000). *An exploratory study of a multi-expectation framework for services*.
- Kotler. (2013). Fundamentos del Marketing. En Kotler, *Fundamentos del Marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2013). Fundamentos del Marketing. En P. Kotler, *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson Educación.

- Lilian Mera. (febrero 2008). *Ong's Afiliadas*. Quito: discapacidadesecuador. org.
- MALHOTRA. (2004). En MALHOTRA, *Investigación de Mercados*. Mexico: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Malhotra, N. (2004). Investigación de Mercado. En N. Malhotra, *Investigación de Mercado*. México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- Manage, 1. (5 de mayo de 2015). *Modelo De Satisfacción Al Cliente Kano*. Obtenido de Modelo De Satisfacción Al Cliente Kano: http://www.12manage.com/methods_kano_customer_satisfaction_model_es.html
- Marketing estrategico, Best R.J. (2011). Isbn 9788483223420.
- Méndez, C. (2004). *Metodología de la Investigación*. México: Mac Graw-Hil.
- Mèxico, I. (2010). *Instituto Tecnologico de Sonora*. Obtenido de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no59/consultoria/servqual.pdf>
- Ochoa, L. M. (23 de Enero de 2003). *Fundacion Tutelar de la Roja*. Obtenido de Fundacion Tutelar de la Roja: <http://www.fundaciontutelardelarioja.org/entrada.htm>
- ONU. (2006). Convención sobre los Derechos de las personas con discapacidad. En ONU, *Convención sobre los Derechos de las personas con discapacidad*. Quito.
- Parasuraman, Z. (1988). Descripción de la metodología del Servqual. En Z. Parasuraman, *Descripción de la metodología del Servqual*.
- Planificacion*. (09 de 2014). Recuperado el 01 de 2016, de Planificacion: <http://www.planificacion.gob.ec/wp->
- Pontón, H. (11 de Septiembre de 2009). *Medición De La Satisfacción Del Cliente Como Parte De La Calidad De Servicio*. Obtenido de Medición De La Satisfacción Del Cliente Como Parte De La Calidad De Servicio: <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/coeptum/article/viewArticle/240/597>
- Quezada, C. P. (Enero 2009). Santiago de Chile: MMIX, Carlos Toro Quezada.
- Rahman, Z., & Bhattachryya. (2004). *Sources of first mover advantages in emerging markets*.
- Rosander, A. (1992). La búsqueda en la Calidad de los Servicios. En A. Rosander, *La búsqueda en la Calidad de los Servicios*. Diaz de Santos.
- Ruiz, O. C. (2001). *Gestión de la calidad del servicio*. Obtenido de www.5campus.com/leccion/calidadserv.
- Schiffman, L. G. (2010). Comportamiento del consumidor. En L. G. Schiffman, *Comportamiento del consumidor*. Pearson.
- SENPLADES. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir. En SENPLADES, *Plan Nacional del Buen Vivir*.

- Senplades. (julio de 6 de 2013-2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de Plan Nacional del Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Shen, Than, & Xie. (2000). *Level performance of services and overall customer satisfaction*.
- Thompson, I. (17 de Agosto de 2006). *Marketing Estrategico* . Obtenido de Marketing Estrategico : <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>
- Torre, D. I. (1981). *Metodología de la Investigación*. México: Mac Graw-Hil.
- Vasco, M., & Velastegui, V. (2016). Quito.
- Zeithaml. (1984). *Satisfacción al cliente*.