

3 METODOLOGÍA

En este capítulo se busca definir la metodología que se usará para obtener la información necesaria para llevar a cabo el plan de negocios de exportación. Se utilizará el proceso de investigación propuesto por Gilbert A. & Churchill G. en su libro Marketing Research (2003).

Se compone de siete etapas:

- Formulación del problema
- Determinación del diseño de investigación
- Determinación del método de recopilación de datos
- Diseño de los formularios de recopilación de datos
- Diseño de la muestra y recopilación de datos
- Análisis e interpretación de los datos
- Preparación del informe de investigación

3.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La empresa Tequila Arenal desea saber si la exportación del Tequila Caballito a Francia representa una solución viable de diversificación.

3.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Según Gilbert A. & Churchill G. (2003), existen tres tipos de investigación:

Investigación exploratoria: diseño de investigación que hace hincapié en obtener ideas y percepciones, resulta particularmente útil para dividir una declaración del problema de manera amplia y vaga en declaraciones de subproblemas más precisos y pequeños.

Investigación descriptiva: diseño de investigación que se enfoca en determinar la frecuencia con que ocurre algo o la relación de dos variables.

Investigación causal: diseño de investigación que concede mayor énfasis a determinar relaciones causa-efecto.

Para cumplir con los objetivos específicos, se comienza con una investigación exploratoria ya que el Tequila Arenal no cuenta con experiencia en el mercado francés del tequila. También, se efectúa una investigación descriptiva en cuanto al análisis de la empresa, a la presentación del Tequila Caballito y en la realización del plan operativo del capítulo 4.

3.3 MÉTODO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Según Gilbert A. & Churchill G. (2003), existen dos tipos de datos, los secundarios y los primarios, los cuales se dividen a su vez en externos e internos.

Datos secundarios: datos estadísticos que no fueron recopilados para el estudio en proceso, sino con otro fin.

Datos primarios: información recopilada específicamente para el proyecto de investigación.

Datos externos: los que se originan fuera de la organización para la cual se emprende la investigación.

Datos internos: los que se originan en la organización para la cual se realiza la investigación.

3.3.1 Fuentes secundarias

Se utilizan fuentes secundarias externas e internas. Se recurre a las externas para obtener información sobre las características de Francia, las que más fueron utilizadas son:

- Bancomext: sirvió para obtener información sobre los procedimientos para la exportación a la Unión Europea, sobre el mercado de los alimentos procesados, el transporte y la cultura de negocios francesa.
- Secretaría de Economía Mexicana: para encontrar los términos del TLCUEM.
- CIA World Factbook: se utilizó esta fuente para obtener los datos económicos acerca de Francia.
- Rayon Boissons: proporcionó información sobre el mercado francés de las bebidas alcohólicas.
- Secretaría de Asuntos Exteriores francesa: consultado para identificar la distribución del consumo doméstico francés.
- Consejo de Regulación del Tequila: consultado para cuantificar el mercado del tequila en Francia y las exportaciones realizadas hacia dicho país.

Se utilizaron también datos secundarios internos que provienen de Tequila Arenal, la cual proporcionó información sobre la empresa, tales como la misión y los valores, los procesos de producción y acerca de los productos fabricados.

3.3.2 Fuentes primarias

Por otra parte, se utilizaron fuentes primarias; internas en cuanto a las entrevistas que se realizaron directamente a personas de la empresa Tequila Arenal así como la visita de la planta en Arenal, Jalisco; y externa, a través de la entrevista con el Ingeniero José Sánchez Gavito Díaz, miembro activo del comité de verificación del CRT.

A partir de las fuentes primarias internas se obtuvo información sobre la organización del negocio, su historia, las ventas de la empresa, la forma de comercialización de los productos y el funcionamiento de la fábrica.

El Ingeniero José Sánchez indicó el marco legal del tequila. Es decir, las normas y organizaciones (Norma Oficial Mexicana, Denominación de Origen y el Consejo Regulador del Tequila) que lo rigen.

3.4 FORMULARIO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

No se realizó un cuestionario destinado a los consumidores franceses. Sin embargo, se realizaron entrevistas al Sr. Coronel, Director General y Director del área internacional de Tequila Arenal, así como al Ingeniero José Sánchez.

3.4.1 Variables de investigación

Durante la entrevista con el Sr. Coronel, se buscó recopilar información sobre la empresa y el producto a exportar, el Tequila Caballito. Se determinaron distintas variables con el fin de elaborar el plan de exportación:

- Historia del negocio
- Forma de Organización

- Participación en el mercado internacional
- Aclaraciones sobre el Tequila Caballito
- Información sobre el cuerpo directivo (miembros de este, área internacional, consejo de administración, alianzas estratégicas).
- Procesos de producción (costos de producción, control de calidad, previsión de ventas).
- Riesgos internos de la empresa.
- Planes de contingencia
- Seguros

Durante la entrevista con el Ingeniero José Sánchez, se buscó obtener datos sobre la regulación del tequila, así como:

- Papel del Consejo Regulador del Tequila
- Atribución y funcionamiento de la Denominación de Origen
- Normas que rigen la producción y elaboración de los tequilas

3.5 MUESTREO Y RECOPIACIÓN DE DATOS

Ya que no se realizó un cuestionario, no tuvimos que definir la muestra.

3.6 ANÁLISIS DE DATOS

Después de recopilar la información necesaria para realizar el estudio, se codificó según los requisitos del plan de exportación. Luego fue analizada para comprobar el objetivo general, es decir que si el proyecto de exportar el Tequila Caballito a Francia es viable, así como para determinar conclusiones y recomendaciones apropiadas.

3.7 INFORMES DE INVESTIGACIÓN

El informe de investigación se presenta en el capítulo 4, consiste en la realización del plan de exportación.