

Capítulo III

"METODOLOGÍA"

II METODOLOGÍA

Este capítulo es de gran importancia para el desarrollo de esta investigación ya que se describirá la manera de alcanzar los objetivos planteados en esta tesis, mostrando los pasos que se realizarán para la recolección de datos que llevará a los resultados presentados en el siguiente capítulo.

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2002), los pasos para realizar la metodología son los que se muestran en la tabla 3.1.

Tabla 3.1 “Pasos de la Metodología”

- | | | |
|--|---|------------------------|
| 1. Identificar el Problema de Investigación: | -Objetivo General | -Objetivos Específicos |
| 2. Tipo de Investigación | -Exploratoria | -Descriptiva |
| | -Correlacional | -Causal |
| 3. Establecer Hipótesis de Investigación | | |
| 4. Diseño de Investigación | No experimental: Transversal / Longitudinal | |
| | Experimento | |
| 5. Selección de la Muestra | Probabilística: sistemática- aleatoria- racimos- estratificada | |
| | No probabilística: cualitativa-cuotas-sujetos-tipo- expertos- voluntarios | |
| | Estudio de caso | |
| 6. Recolección de Datos | Cualitativos: entrevistas- unidad de análisis- recolección- confiabilidad- validez. | |
| | Cuatitativo: medición- Instrumento | |
| 7. Análisis de Datos | | |
| 8. Presentación de Reporte de Investigación | | |

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista, 2002, p1

Sin embargo, Kinnear y Taylor (1993) mencionan los pasos para realizar el proceso de investigación que son los que aparecen en la tabla 3.2.

Tabla 3.2 "*Pasos del Proceso de Investigación*"

Pasos del Proceso de Investigación
1. Establecer las Necesidades de Información
2. Especificar los Objetivos de la investigación y las necesidades de Información
3. Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de Datos
4. Desarrollar el procedimiento de recolección de Datos
5. Diseñar la Muestra
6. Recolectar los Datos
7. Procesar los Datos
8. Analizar los Datos
9. Presentar los resultados de la Investigación

Fuente: Kinner y Taylor, 1993, pp. 62-63

Hay que señalar que para esta investigación se tomarán en cuenta ambos métodos para la realización de la metodología.

3.1 Tipo de investigación

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2002) existen cuatro tipos de investigación para realizar una tesis, los cuales son:

- Estudios Exploratorios
- Estudios Descriptivos
- Estudios Correlacionales
- Estudios Explicativos

También mencionan que los estudios exploratorios sirven para investigar sobre un tema en el cuál no se tiene mucho conocimiento y así obtener información de éste. Los descriptivos “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández et al, 2002, p115, 117)

Este estudio comenzará siendo exploratorio ya que a través de la investigación que se realice se conocerá más acerca del tema, y después será descriptivo ya que se realizará una recolección de datos para medir la aceptación y factibilidad de crear un negocio, y se describirán los componentes del pan de negocios.

3.2 Hipótesis de investigación

Para Hernández et al (2002) las hipótesis sirven para saber lo que buscamos o tratamos de probar, son explicaciones que se hacen acerca de algún fenómeno.

Sin embargo, para esta investigación no aplica la hipótesis ya que no se trata de probar algo, ni explicar algún fenómeno sino que solo se trata de elaborar un Plan de Negocios que nos lleve a alcanzar los objetivos planteados.

3.3 Fuentes de Datos

Existen tres tipos básicos de fuentes de Información: primarias, secundarias y terciarias. En las primarias se proporcionan datos de primera mano, las secundarias pueden ser resúmenes, compilaciones, etc. de fuentes primarias; y las terciarias son documentos que procesan información de segunda mano. (Hernández et al, 2002)

Para Kinnear y Taylor (1993) existen cuatro fuentes básicas de datos, las cuales son: encuestados, situaciones análogas, experimentación y datos secundarios.

Existen dos tipos generales de datos: datos primarios y secundarios, los primeros se recolectan específicamente con el fin de satisfacer las necesidades inmediatas de la investigación, y los segundos son aquellos que se han publicado con anterioridad y recolectado con propósitos diferentes de los de satisfacer las necesidades específicas de la investigación inmediata.

Los datos secundarios pueden clasificarse en: fuentes internas, las cuales “se encuentran dentro de la organización” y las fuentes externas que “proviene de un conjunto de fuentes, tales como publicaciones gubernamentales, datos de asociaciones comerciales, libros, boletines, informes y periódicos” (kinnear, et al, 1993)

Para este proyecto se utilizarán datos primarios como: encuestas, entrevistas a expertos como: Centro de Estudios de Estética y Cosmetología Albada, Clínica Puebla de los Ángeles, Hostería Las Quintas, Day Spa Visage; datos secundarios, como: libros de planes de negocios y spas , artículos en internet sobre planes de negocios y spas, y del instituto nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

3.4 Diseño de investigación

El diseño de investigación es el plan para responder a los objetivos de la investigación. De acuerdo con Hernández, et al (2002), existen dos clasificaciones para el diseño de investigación las cuales son: Investigación experimental y no experimental.

La investigación realizada para este estudio será no experimental transversal ya que no se manipularán las variables y además se recolectarán datos en un solo momento del tiempo.

3.5 Selección de la muestra

En la mayoría de los estudios se utilizan muestras, y para ello hay que definir la unidad de análisis. Existen dos tipos de muestras las probabilísticas y no probabilísticas, en la primera la probabilidad no tiene nada que ver en la elección de los elementos de la muestra y en la segunda es en base a la probabilidad y todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos. El estudio de caso se utiliza para cuando se va a generar una nueva teoría. (Hernández et al, 2002)

Para Kinnear et al, (1993) un muestreo probabilístico es en el cual “cada elemento de la población tiene una oportunidad conocida de ser seleccionado” y el no probabilístico “la selección de elementos se basa parcialmente en el criterio del investigador”. Dentro de los no probabilísticos se incluyen: muestras por conveniencia, por juicios, y por cuotas; las primeras se seleccionan de acuerdo con la conveniencia del investigador, las segundas por la opinión del mismo, y por cuotas se emplean con base en la distribución de la población definida a través de las características de control.

Para este estudio se utilizará el muestreo por conveniencia, debido a que por la facilidad de disponibilidad se encuestará a personal administrativo de la Volkswagen y Adams, así como señoras que se encuentren en centros comerciales y estudiantes de la Universidad de las Américas de Puebla que cumplan con las características de nuestro mercado meta (clase media-alta y alta).

Para realizar el cálculo de la muestra se tomó en cuenta la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 (p)(q)}{e^2}$$

Donde:

Z=Nivel de confianza

p=.5

q=.5

e= porcentaje de error

Obteniendo una muestra de 350 encuestas con un nivel de confianza de 1.96 y un porcentaje de error del 5.24% con lo cuál podemos determinar que existe confiabilidad de la misma.

3.6 Recolección de datos

La recolección de datos es el siguiente paso que se realizó en base al enfoque elegido. De acuerdo con Hernández et al (2002), la recolección de datos requiere de las siguientes actividades: La selección del instrumento o método de recolección, la aplicación del mismo y preparar las observaciones, registros y mediciones obtenidas para que se analicen.

Es necesario que el instrumento o método de recolección cumpla con dos requisitos importantes, los cuáles son: confiabilidad y validez, refiriéndose a la primera como el grado en que la aplicación repetida del mismo arroja resultados iguales y la validez al grado en que dicho instrumento mide en realidad la variable que pretende medir. Hernández et al (2002).

Menciona también algunos pasos del procedimiento para construir el instrumento de medición los cuales son: listar las variables, revisar su definición conceptual y comprender su significado, revisar cómo han sido definidas operacionalmente, elegir el instrumento de medición que haya sido favorecido por la comparación y adaptarlo al contexto de la investigación, indicar el nivel de medición, indicar cómo se habrán de codificar los datos.

Para esta investigación se elaboró un instrumento de medición que se muestra en la parte de anexos (**Anexo 1**) el cual se aplicó a 30 personas en un muestreo no probabilístico

de conveniencia como prueba piloto, para saber si las instrucciones del mismo se comprendían correctamente y funcionaba de manera adecuada según los criterios de confiabilidad y validez.

Esta prueba piloto sirvió para elaborar el cuestionario definitivo (**Anexo 2**) el cual fue aplicado a 350 personas incluyendo las 30 personas de la prueba piloto, y fue un muestreo no probabilístico de conveniencia aplicado a personal administrativo de Volkswagen, Adams, los centros comerciales Plaza Dorada y Galería Las Ánimas, y estudiantes de la Universidad de las Américas.

Este cuestionario fue diseñado tomando en cuenta las variables que den los resultados que necesitaban para cumplir con los objetivos de la investigación, y fue elaborado con preguntas cerradas de tipo dicotómico, escala Likert y codificación de escalas.

3.7 Análisis de datos

El cuestionario final (**Anexo 2**) fue codificado de acuerdo a un libro de códigos y se capturaron las respuestas obtenidas en el paquete Excel a través de distribuciones de frecuencias para obtener los resultados que ayudarán a elaborar el plan de negocios y cumplir con los objetivos planteados en esta investigación.

3.8 Reporte de resultados

En el siguiente capítulo se presentarán los resultados de la investigación.