



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología empleada para el presente estudio será la que se propone en la obra “Metodología para la investigación en Marketing y dirección de empresas” del compilador Francisco Sarabia, dónde el autor Waldo Pérez subraya la importancia del estudio de casos y su utilidad; estrategia de investigación fácil de entender y a su vez, difícil de utilizar.

Se consideró adecuado aplicar la *Metodología de Casos* ya que brinda la facilidad de diseñar un estudio a la medida de las circunstancias y se recaban los elementos y evidencias más idóneos para la situación concreta que esta viviendo la empresa (Sarabia, 2000).

La empresa en estudio Artesanías Navideñas Selectas (ANS), dedicada a la manufactura de esferas de navidad de vidrio soplado, enfrenta una problemática, por la falta de calidad en liderazgo, clientes, planeación, procesos, recursos humanos, sistema informativo, impacto a la comunidad y al medio ambiente.

El problema de investigación que se detecta en la empresa en estudio Artesanías Navideñas Selectas (ANS), es la carencia de un sistema de calidad en la administración, lo cual provoca la falta de control en sus inventarios tanto de materia prima como de productos terminados; afectaciones en el proceso de producción, provocado por la falta de cumplimiento de sus proveedores y por retrasos en los envíos de nuevos pedidos de las mercancías requeridas; variaciones en los estándares de calidad del producto; incumplimiento de las fechas de entrega de los pedidos de los clientes, que en ocasiones llegan a estar incompletos por falta de inventario. Por inadecuado control de productos,



tienen excedentes de ciertos modelos y otras ocasiones carecen de otros. Esto a su vez provoca aumento de costos, por estancamiento de productos que no están demandados por el cliente y que permanecen ahí, ocupando espacio y financiamiento de mercancía prioritaria. A consecuencia de lo anterior el proceso logístico de la empresa se ve alterado lo cual genera insatisfacción de algunos de sus clientes.

El rumbo que se busca en esta Investigación para la resolución de la problemática expuesta anteriormente tiene como Objetivo General “Elaborar una propuesta para la implementación de un Plan de Calidad Total a la empresa Artesanías Navideñas Selectas (ANS), que permita incrementar la ventaja competitiva y la mejora continua de la misma”, además enfocarse en el cumplimiento de los siguientes Objetivos Específicos: **a)** realizar un diagnóstico de la empresa basado en el Premio Nacional de Calidad, **b)** desarrollar una propuesta para poner en marcha un sistema de calidad total para la empresa y **c)** desarrollar alternativas para mejorar la calidad total de la empresa, en los criterios de liderazgo, planeación estratégica, cliente, recursos humanos, en los procesos, en la información y análisis e impacto social.

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según Waldo Pérez, la dificultad de la aplicación de la Metodología de Casos radica en que no existen reglas fijas ni recetas universales, por lo que la mejor forma que se puede encontrar para tener una guía adecuada en este tipo de estudios es utilizando el sentido común, sin olvidar la importancia que tienen elementos como la experiencia, la creatividad y la intuición (Sarabia, 2000, p. 228).

A pesar de la existencia de diversos métodos y técnicas de investigación estadística altamente sofisticados, en los últimos años ha resurgido un interés por esta metodología por las posibilidades que representa en cuanto a la explicación de nuevos fenómenos y elaboración de teorías que poseen elementos intangibles y subjetivos (ibidem).



Otra ventaja que ofrece la metodología de casos es el uso de diversas “fuentes de evidencia” cuantitativas y cualitativas, además de múltiples técnicas de análisis y análisis de amplios periodos (Sarabia, 2000).

3.2.1 Fundamentos del Estudio de Casos

La “Metodología de casos” o “Estudio de casos” es un análisis intensivo de ejemplos seleccionados de forma que se obtenga una comprensión del fenómeno a estudiar, a la vez que sea útil para plantear teorías y modelos que sirvan de guía para investigaciones posteriores. Destacan tres aspectos: *a*) el contraste de hipótesis queda en segundo plano; *b*) la intensidad del estudio debe permitir información suficiente para poder caracterizar el caso y *c*) debe ser un estudio que permita interpretaciones integrales (Ghuri et al. 1995 cfr. Sarabia, 2000).

Es una investigación empírica que conlleva los siguientes distintivos: *a*) se indaga sobre un fenómeno contemporáneo en su entorno real, *b*) las fronteras entre el fenómeno y su contexto no son evidentes con claridad y *c*) se usan múltiples fuentes de datos (Yin 1989 cfr. Sarabia, 2000). De acuerdo con Pérez W., la investigación que se realiza es caracterizada por su propósito, su aportación teórica y el tipo de diseño (Sarabia, 2000).

El tipo de investigación que se utilizará para la obtención de la información necesaria para el presente estudio será el *descriptivo*, el cual se considera adecuado ya que este nota el comportamiento de la empresa que se analiza y describe los aspectos que ayudan para la solución del problema e identificar los elementos y variables clave que inciden con más fuerza en ANS (ibidem).

3.3 HIPÓTESIS

Según Pérez W., en la Metodología de Casos no se permite contrastar hipótesis, pero no se descarta la aplicación posterior de otros métodos y técnicas ya que complementa la



consecuente verificación estadística del modelo emergente. Así, los resultados de la investigación serán el punto de partida de otro análisis orientado hacia el contraste de hipótesis. El estudio de casos no es adecuado para el contraste de hipótesis, ofrece sus mejores resultados en la generación de teorías (Sarabia, 2000).

Existen diversos tipos de hipótesis que se pueden establecer en la metodología, las cuales son: las *hipótesis de investigación* que son proposiciones tentativas que tienen que ver con las posibles relaciones entre 2 variables o más; *hipótesis correlacionales* las cuales especifican las relaciones existentes entre dos variables o más; *hipótesis nulas* que solo sirven para refutar o negar lo que afirma la hipótesis de investigación; *hipótesis alternativas* que muestran posibilidades alternas ante las hipótesis de investigación y nula, es decir una explicación distinta e *hipótesis estadísticas* las cuales responden exclusivamente a un enfoque cuantitativo (Hernández *et.al* 2003).

Para los objetivos de nuestro proyecto de tesis no se trabajarán con hipótesis *nulas*, solo de *investigación*. De acuerdo con la revisión de la literatura usada para la realización del Marco Teórico, se establece la siguiente hipótesis de investigación:

A mayor calidad en el sistema, mayor ventaja competitiva.

3.4 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Waldo Pérez indica que existen cuatro Diseños de Estudios de Casos, de acuerdo con el número de casos analizados y según cada caso pueda descomponerse o no en subunidades de análisis (Sarabia, 2000).

Menciona un diseño *Tipo I*: cuando se analiza un único caso no susceptible de descomposición en subunidades, *Tipo II*: para referirse a un único caso pero que consta de distintas subunidades de análisis. El diseño *Tipo III* contempla múltiples casos si no se



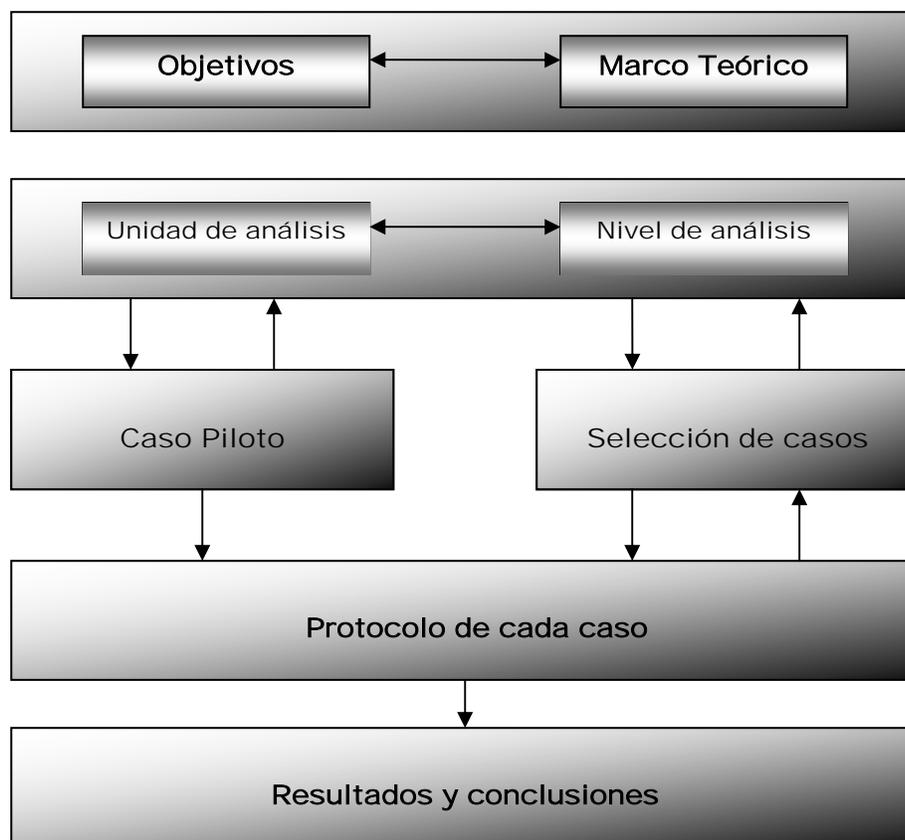
identifican subunidades y *Tipo IV* considera múltiples casos y si se reconocen distintas subunidades de análisis (Yin 1998 cfr. Sarabia, 2000).

Para los objetivos de la presente tesis, se consideró adecuado ubicar el estudio en el *Tipo II*, ya que la investigación es únicamente para el caso de la empresa Artesanías Navideñas Selectas además de se detectarán las diferentes subunidades.

3.5 DISEÑO E IMPLANTACIÓN DEL ESTUDIO DE CASOS

El autor Pérez W. explica que el Estudio de Casos permite una amplia discrecionalidad en todos los aspectos que conlleva la investigación, tanto en la parte de selección de los casos como el uso de las fuentes de evidencia y técnicas de análisis, de manera que se requiere establecer un diseño coherente que señale de forma clara las directrices del estudio y evite que un elevado número de opciones lleven a la arbitrariedad en la toma de decisiones y a la baja calidad en la investigación.

Cada estudio es único y se debe adaptar a las características del fenómeno que se pretende analizar. A continuación se muestra un plan que incluye las etapas en la Metodología de Casos:

**Figura 2: Etapas en el Estudio de los Casos.**

Fuente: Sarabia, 2000, Cap.9, p. 231.

3.6 SELECCIÓN DE LA MUESTRA

3.6.1 Unidad de análisis

La correcta especificación de la unidad de análisis debe ser sensible a las particularidades del objetivo de la investigación. La condición que la unidad debe cumplir es la nítida demarcación del fenómeno a investigar, buscando que queden establecidos los límites (Sarabia, 2000).



De acuerdo a la literatura revisada, se resolvió que la *Unidad de Análisis* en esta metodología es la empresa “Artesanías Navideñas Selectas” (ANS).

3.6.2 Niveles de análisis

Los *Niveles de Análisis* que se decidieron estudiar en este proyecto de tesis con respecto a ANS son los que especifica el Premio Nacional de Calidad, el cual se basa en la Filosofía de Deming:

- Liderazgo
- Clientes
- Planeación Estratégica
- Recursos Humanos
- Procesos
- Sistema Informativo
- Resultados
- Impacto Social y Medio Ambiente

3.6.3 La Selección de Casos

Siguiendo con el orden que expone el autor Waldo Pérez en su obra, una vez que ya se definió la Unidad de Análisis, se precisa seleccionar el caso o casos a estudiar; esta labor exige determinar 1) cuántos casos se necesitan para el análisis y 2) los criterios de elección o requisitos a cumplir (Sarabia, 2000).

Respecto al número de casos, la primera cuestión es si interesa estudiar un único (*Tipos I y II*) o varios casos (*Tipos III y IV*) (idem). De acuerdo al marco de circunstancias en que se ha planteado el presente proyecto de tesis, se consideró el *Tipo II* (anteriormente explicado), ya que se opta por un estudio “simple”, el que aplica exclusivamente a Artesanías Navideñas Selectas, con la imposibilidad de analizar más casos, acción condicionada por la escasez de tiempo y recursos disponibles.

Se decidió hacer un diagnóstico único para la empresa Artesanías Navideñas Selectas por la disponibilidad de ella en cuanto a proporcionar la información pertinente



para su estudio, además de considerarlo un caso peculiar por sus diversas características tales como número de años en el mercado, tipo de producto que ofrecen considerado 100% artesanal, impacto en la zona, etc., sin olvidar las condicionantes de tiempo.

3.6.4 El Caso Piloto

Hay veces, según Pérez W., en que se requiere de información de campo que no se encuentra disponible en las etapas anteriores, por lo que conviene realizar un estudio piloto que proporcione elementos de juicio sobre aspectos importantes y ayude a refinar los procedimientos a seguir (Sarabia, 2000). Para los fines del presente estudio *no se seleccionará* un caso piloto ya que se considera que toda la información y detalles que brinda ANS son adecuados y disponen de profundidad y detalles justos, además de que se tiene la disponibilidad de obtenerlos por parte de las personas implicadas (dueños).

3.7 RECOLECCIÓN DE DATOS

3.7.1 El Protocolo de cada Caso.

Waldo Pérez indica que en el momento de realizar el estudio para el caso se necesita protocolizar los instrumentos, procedimientos a ejecutar y tareas especificadas. Es un documento en que se materializa el diseño de investigación y contiene reglas y especificaciones particulares que se deben seguir (ibidem).

Como se ha manejado anteriormente que es un estudio único y exclusivo de y para la empresa ANS, no es necesario establecer un protocolo, pero si se respetan las partes relevantes que contiene este mismo y que son de vital importancia, las cuales son:

❖ *Fuentes de evidencia y procedimientos de recolección de datos:*



Los cuales han sido determinados anteriormente: se utilizará la entrevista de respuestas abiertas que serán realizadas a las personas implicadas como son los gerentes y el supervisor del proceso productivo.

❖ *Análisis de la evidencia del caso:*

Se consideró que el análisis de los datos que se obtengan serán examinados de tal forma que ubiquen hacia el cumplimiento de los objetivos enunciados en la presente investigación. Según Pérez W., esta parte es la menos codificada y más difícil del proceso (Sarabia, 2000, p. 236).

3.7.2 Entrevistas cualitativas.

Para poder recolectar la información necesaria que será de utilidad para el proceso del presente estudio, se usará la *entrevista cualitativa* ya que es flexible y abierta, una conversación que se tendrá con los gerentes de la empresa y supervisores de producción, se hará un diálogo en el que se buscará la fluidez ; las *preguntas* que contendrán estas entrevistas serán *estructurales*, donde se solicitará respuesta a los diferentes aspectos de interés para este estudio en categorías para así obtener la perspectiva indicada. Para estos objetivos se recurrirá a las herramientas de “video” y “fotografías” para registrar la información que se espera obtener (Hernández *et.al* 2003).

3.7.3 Observación Cualitativa.

Este estudio también se apoyará de la técnica *observación directa* parte que se considera de medular importancia para la realización del Capítulo IV y V. Empleando esta técnica se buscará explorar, describir actividades y patrones desarrollados, procesos, interrelaciones entre los empleados, eventos de significativa incidencia, ambiente y la subcultura en la que está interactuando Artesanías Navideñas Selectas (*ibidem*).



3.8 RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Parte en la que se alojarán la información obtenida, la cual servirá para darle forma a la propuesta; datos que se verán reflejados a partir del Capítulo V y VI.