

## **CAPITULO IV**

### **Metodología**

#### **4.1 Introducción**

Para llevar a cabo el proceso de investigación se utilizará la metodología de Schiffman y Kanuk (2001), descrita en la figura 4.1. Usaremos esta metodología debido a que es la que mejor se acopla al trabajo de investigación dado que se manejan dos enfoques diferentes paralelamente, además de que es la más completa.

#### **4.2 Desarrollar objetivos**

##### **4.2.1 Objetivo general**

Realizar un estudio de factibilidad preliminar para la implantación de un sistema de ventas y promoción por Internet.

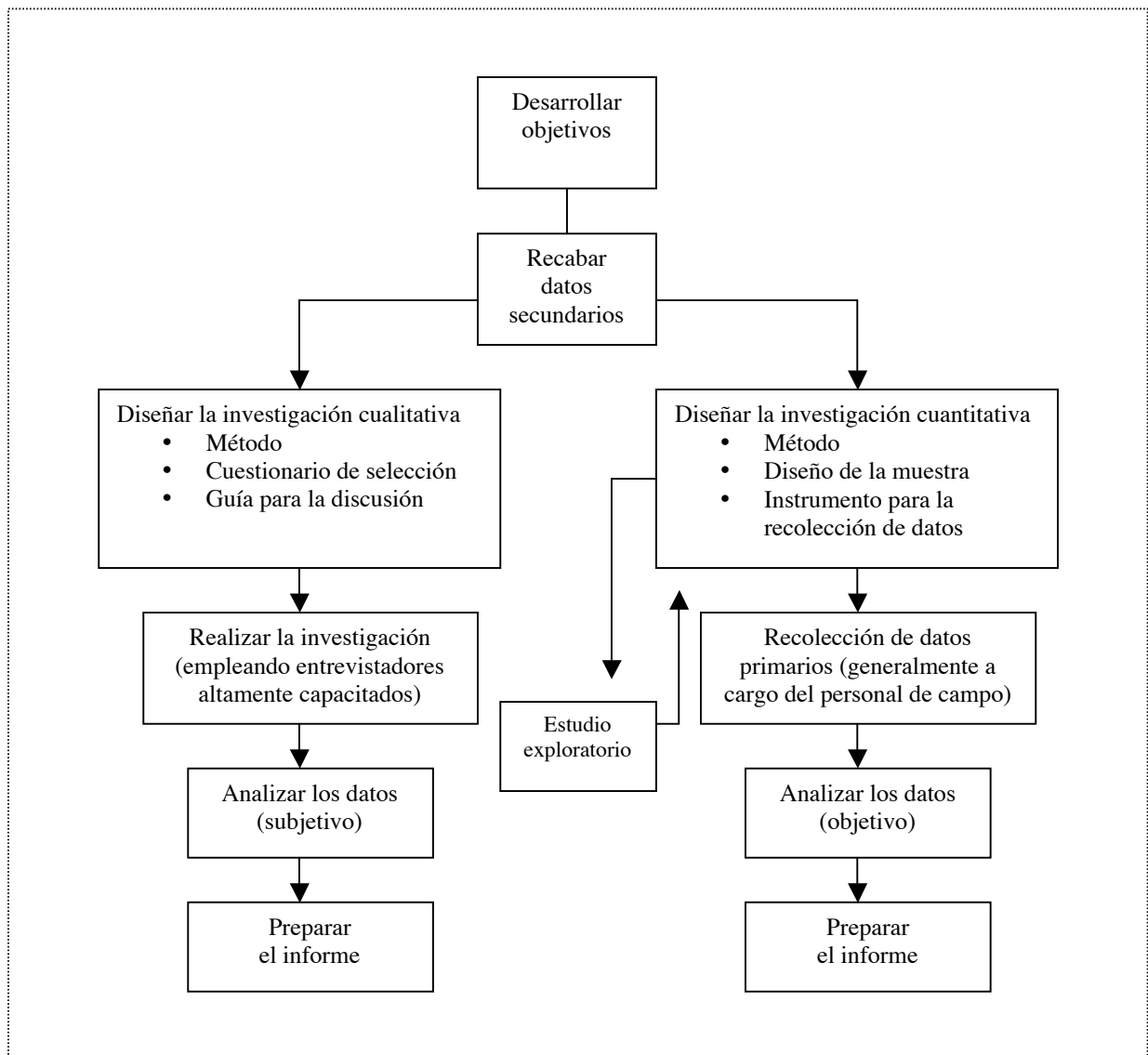
##### **4.2.2 Objetivos específicos**

- Evaluar si la empresa cuenta con los recursos:
  - técnicos
  - operacionales
  - organizacionales

- económicos
- Verificar si el desarrollo del proyecto cumple con los objetivos de la empresa.

Figura 4.1

El proceso de investigación acerca del consumidor



Fuente: Schiffman y Kanuk, 2001, p. 18

### **4.3 Recabar datos secundarios**

Una parte de los datos secundarios están descritos dentro del capítulo dos, que es el marco teórico, el cual incluye citas de libros y artículos acerca de los temas que están relacionados con el presente trabajo de investigación.

La otra parte son los datos descritos a continuación, los cuales forman parte de la introducción a las entrevistas que se proporcionará a los directivos y jefes de área, tanto en la investigación cualitativa como en la primera parte de la investigación cuantitativa.

Métodos sugeridos para promocionar y dar a conocer el nuevo sistema:

- Impresión de la página de Internet en las bolsas de entrega de pedido, así como en facturas y notas de remisión.
- Presencia en buscadores de Internet.
- Presencia en páginas de Internet regionales de las zonas meta.

Los beneficios que se esperan obtener son:

- Acceso a muchos clientes potenciales.
- Hacerse de una presencia en el medio.
- Reducción de costos mediante procesos más seguros.

Requisitos:

- Computadoras
- Empleados capacitados
- Red interna
- Correo electrónico
- Web host y un ISP: empresas dedicadas a vender espacios en Internet para el almacenamiento de páginas
- Web site
- Recepción de pagos electrónicos a través de terminal punto de venta
- Sistemas de inventario, sistema de clientes.
- Medios de distribución: vehículos y personal para distribución.

Elementos con que cuenta la empresa:

- Computadoras
- Red interna
- Correo electrónico
- Sistemas de inventario, sistema de clientes.
- Medios de distribución: vehículos y personal para distribución.

Costos:

- Recepción de pagos electrónicos a través de terminal punto de venta

Se obtuvo la cotización de éste servicio con el banco BBVA Bancomer, ya que es con el que trabaja la empresa:

- Comisión por afiliación: \$345.00
- Facturación mínima mensual: \$15,000.00
- Tasa de descuento: 4.8%

- Webhosting

**Cotización [www.mexwebhosting.com](http://www.mexwebhosting.com)**

- Plan grande: \$ 18,200.00 anual

Incluye:

- Número ilimitado de productos
- Número ilimitado de transacciones
- Espacio en disco 300MB
- Carrito de compras
- Tráfico mensual 15GB
- 100 cuentas de correo
  - Instalación: \$ 1,700.00
  - Registro de dominio .com.mx: \$800.00 por 2 años

#### **4.4 Diseñar la investigación cualitativa**

El estudio se iniciará de forma cualitativa porque “se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación” (Hernández, Fernández y Baptista, 2002, p. 6). Esta parte de la investigación nos servirá para desarrollar el aspecto cuantitativo de la misma, es decir, los resultados que se obtengan de este paso nos ayudarán a la formulación de los instrumentos futuros.

La investigación será exploratoria ya que ésta se utiliza cuando se va a evaluar un problema del cual se tiene dudas, debido a que no se ha abordado anteriormente (Idem). En Papelería

Torres nunca se ha realizado un estudio de esta naturaleza, por lo cual no se cuenta con datos relativos a la investigación.

El estudio exploratorio nos servirá para “familiarizarnos con un fenómeno relativamente desconocido” (Ibídem, p.116), en este caso, la aplicación de mercadotecnia por Internet en un negocio de papelería en México.

Aunque probablemente se hayan realizado estudios similares en otras papelerías o negocios del ramo, cada empresa es diferente e individual, por lo que estos estudios solo servirían como una referencia, más no como una base.

#### **a) Método**

Se realizará una entrevista al señor Alfonso Torres, quien es el director general de la empresa, con el propósito de conocer detalles específicos acerca del funcionamiento de ésta. Esta entrevista se le aplicará al director general ya que es el que mejor enterado está del funcionamiento de la empresa, además de que es quien mayores facilidades nos brinda.

Algunas de las respuestas que se obtengan servirán de apoyo para la formulación de preguntas más específicas para realizar los instrumentos de la parte cuantitativa de la investigación.

#### **b) Cuestionario de selección**

La población, en este caso únicamente es el director de la empresa por lo que se realizará un censo.

El método de recolección de datos que se eligió es una entrevista de tipo personal con preguntas abiertas, la cual consta de diez preguntas, que abarcan los aspectos más importantes de la empresa relacionados con la investigación. Se le proporcionará una serie de datos al director con el propósito de que sirva como una introducción para hacer más ágil la entrevista.

### **c) Guía para la discusión**

A continuación se presentará la guía junto con los propósitos de cada pregunta:

Entrevista con el director para conocer algunos aspectos de la empresa más específicos.

1.- ¿A qué mercado se considera que sería factible llegar con el proyecto?

Esta pregunta nos sirve para conocer los posibles alcances de la empresa y saber si el mercado se ampliaría o no.

2.- ¿En caso de llegar a estas localidades, cuánto considera que se incrementarían las ventas?

Es necesario tener una estimación acerca del posible porcentaje de incremento de las ventas de la empresa para saber si sería conveniente llevar a cabo el proyecto.



3.- ¿En qué se basa para considerar este aumento?

Esta pregunta sirve para conocer las razones de la respuesta pasada y cerciorarnos de la seriedad de ésta.

4.- ¿Considera que el personal y equipo con el que cuenta la empresa para tomar y surtir pedidos es suficiente en caso de presentarse este incremento?

Esta pregunta es necesaria para saber si la empresa requeriría equipo o personal adicional.

5.- ¿Cómo son los costos relacionados con los fletes?

Se necesita saber acerca del costo del flete para considerarlo dentro de los costos de la empresa.

6.- ¿Aceptan tarjeta de crédito?

Esta pregunta es necesaria para saber si se tendría que hacer una modificación en el sistema de cobro.

7.- ¿Qué formas de pago aceptan en las ventas que no son al menudeo?

Es necesario conocer otras opciones de forma de cobro para tomarlas en cuenta al momento de llevar a cabo el proyecto.

8.- ¿Estaría dispuesto a utilizar un sistema de cobro por medio de tarjeta de crédito?

Se pretende saber con esta pregunta si el director estaría abierto a otra forma de pago para considerarla dentro del proyecto.

9.- ¿Cuál es la venta mínima para la entrega de pedidos?

Se necesita establecer una venta mínima para las ventas por Internet, por lo que es necesario conocer si ya existe alguna.

10.- ¿El precio en Internet sería el mismo?

Esta pregunta tiene el propósito de conocer si habría algún cambio en los precios para saber si cambiarían los costos de la empresa y hacer una estimación de los posibles resultados del proyecto.

#### **4.4.1 Realizar la investigación**

La entrevista la realizaremos nosotros personalmente en las instalaciones de la empresa basándonos en la guía anteriormente descrita, y con la finalidad de que los resultados que

se obtengan sean más confiables y así mismo, si es necesario recurrir a datos internos de la empresa, se haga de manera rápida y nos puedan ser proporcionados en el momento.

#### **4.4.2 Análisis de datos**

Los resultados obtenidos se presentarán en el capítulo V.

#### **4.4.3 Preparar el informe**

Estos datos serán presentados en el capítulo V.

#### **4.5 Diseñar la investigación cuantitativa**

Utilizaremos este tipo de investigación para poder generalizar los resultados de una manera más amplia (Hernández, Fernández y Baptista, 2002). Se medirán aspectos tecnológicos, organizacionales, económicos y operacionales, los cuales son los requeridos en un estudio de factibilidad (O'Brien, 2001).

La investigación será descriptiva ya que se busca especificar las características y perfiles del grupo que conforman los miembros de la empresa. Se evaluarán y medirán datos y componentes de la empresa (Hernández, Fernández y Baptista, 2002.)

#### **a) Método**

La investigación cuantitativa se dividirá en dos partes.

Primero se realizará una entrevista a directivos y jefes de departamento de la empresa con el fin de obtener datos que nos sean de utilidad para evaluar los elementos con los que cuenta la empresa para una posible aplicación del proyecto de mercadotecnia por Internet desde el punto de vista de los jefes de la empresa.

Esta entrevista abarca los cuatro aspectos de un estudio de factibilidad, los cuales son económico, técnico, organizacional y operacional. Antes de aplicar la entrevista, se les proporcionará a los entrevistados una serie de datos que consideramos son necesarios para el mejor entendimiento de las preguntas y que las respuestas estén fundamentadas y no se pierda tiempo explicando aspectos relacionados con el proyecto.

Posteriormente se aplicará un cuestionario a los empleados restantes de la empresa, con el propósito de conocer su opinión ya que también es importante saber lo que piensan los empleados que se encuentran en la parte inferior de la empresa.

Este cuestionario se realizará con la finalidad de conocer cómo ven los empleados la empresa en los aspectos operacional y técnico, ya que ellos tienen una perspectiva diferente a la de los directivos y gerentes, así como para conocer si estarían dispuestos a colaborar en el proyecto propuesto.

### **b) Diseño de la muestra**

Población:

La población está compuesta por todos los miembros que conforman la empresa. La muestra será por conveniencia, ya que el director no será considerado dentro de esta parte de la investigación dado que el ya fue tomado en cuenta en la primera parte. Como ya se mencionó anteriormente, la investigación se dividirá en dos partes con dos tipos diferentes de instrumento.

Dado que la entrevista que se hará a los directivos y jefes de área se realizará de forma personal, se les proporcionará la misma introducción que se le dio al director general con el propósito de hacerla más ágil.

### **c) Instrumento para la recolección de datos**

La primera herramienta de recolección de datos constará de diez preguntas abiertas, la cual se aplicará a los directivos y jefes de área, los cuales son:

- Director general adjunto: Alberto Torres Cerezo
- Gerente de recursos humanos: José Luis Rodríguez
- Jefe de mostrador: Joel Briones
- Jefe de almacén: Ignacio García
- Jefe de sistemas: Hugo Mazaba

Antes de realizar la entrevista se les dio una introducción sobre ésta a los entrevistados, con el fin de que conocieran en qué consiste el proyecto, y pudieran responder de mejor manera. La introducción a la entrevista se menciona en el punto 4.3.

Se describe a continuación la entrevista con el propósito de cada pregunta respectivamente.

#### Entrevista

1.- ¿Considera usted que la empresa esta preparada económicamente para la implantación del sistema de ventas y promoción planeado?

Con esta pregunta se pretende conocer la capacidad de la empresa en caso de requerirse

capital para considerar si es factible la implantación del sistema.

2.- ¿Cree usted que los beneficios serían mayores que los costos si el sistema planeado funciona como se espera?

Esta pregunta es para conocer la opinión de los entrevistados acerca de los resultados que podrían obtenerse del sistema y hacerse una idea desde el principio de los resultados del proyecto.

3.- ¿Considera factible la adquisición del equipo en caso de ser necesario?

Esta pregunta tiene como propósito ver la perspectiva que tienen del equipo con el que cuenta la empresa y si consideran que sería bueno ampliarlo.

4.- ¿Estaría dispuesto a utilizar un sistema de cobro por medio de tarjeta de crédito?

Se pretende saber con esta pregunta si los entrevistados están abiertos a otra forma de pago para considerarla dentro del proyecto.

5.- ¿Considera usted que los miembros de la empresa están preparados y aceptarían la introducción de este nuevo sistema?

Esta pregunta es para conocer la opinión de los entrevistados acerca de los demás empleados para ubicar que grado de conocimientos tienen y si están abiertos a cambios.

6.- En su opinión, ¿se utilizan los sistemas de clientes y de inventarios?

Esta pregunta es para conocer si consideran que se usan los sistemas con los que cuenta la empresa con el propósito de conocer la importancia de estos actualmente.

7.- ¿Cree usted que los clientes utilizarían el sistema propuesto?

Se pretende conocer su opinión en base al conocimiento de sus clientes para saber algunos alcances del proyecto.

8.- ¿Considera usted que el sistema propuesto va de acuerdo con los objetivos de la empresa?

Esta pregunta busca conocer que tanto se identifica la empresa con el proyecto.

9.- ¿Cuál considera que sería el método apropiado para darse a conocer en Internet dentro del nuevo mercado meta?

Esta pregunta es para conocer que método publicitario preferirían los miembros de la empresa dentro de las opciones que existen.



10.- ¿Considera usted que el plan previsto sería viable y tendría éxito?

Esta es una pregunta de opinión general, y para obtener recomendaciones.

La segunda herramienta de recolección de datos constará de diez preguntas cerradas, la cual se aplicará a los miembros restantes de la empresa. Esta herramienta está basada en el método Likert, el cual “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los sujetos” (Ídem, p. 368).

Basándonos en la dirección de cada pregunta, el valor que se asignará a todas las respuestas es el siguiente:

5. Definitivamente sí

4. Probablemente sí

3. Indeciso

2. Probablemente no

1. Definitivamente no

Se describe a continuación el cuestionario con el propósito de cada pregunta respectivamente.

### Cuestionario

Conteste el siguiente cuestionario respondiendo únicamente las respuestas que apliquen a su área.

1.- ¿En qué área trabaja?

Agente de ventas

Mostrador

Almacén

Telemarketing

Esta pregunta se realiza para conocer en que área laboran y así nosotros saber qué preguntas les corresponden.

2.- Se está realizando un estudio para analizar la factibilidad de la implantación de un sistema de ventas y promoción por Internet, el cual incluiría fijación de precios, promoción, publicidad y ventas, ¿le han preguntado los clientes sobre la disponibilidad de una página de Internet?

Definitivamente sí

Probablemente sí

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

Esta pregunta se realiza para saber si los clientes les han comentado o preguntado algo acerca del tema.

3.- En caso de que se instalara el sistema y funcionara correctamente, se registraría un incremento de entre 20% y 25% en las ventas, ¿considera que el personal de la empresa es el suficiente en caso de darse este crecimiento?

Definitivamente sí

Probablemente sí

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

Este cuestionario se aplicará a todos los empleados de la empresa, y ellos sabrán mejor si son suficientes.

Empleados de almacén pasar a la pregunta 10.

4.- Si es que dentro de su área de trabajo se realiza alguna de actividad de mercadotecnia como promoción, ventas o distribución de productos, ¿se considera capacitado(a) para trabajar con un sistema de ventas y promoción por Internet y con los programas computacionales ya existentes?

Definitivamente sí

Probablemente sí

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

Necesitamos saber que tan capacitados están para así nosotros proponer o no cursos y capacitación y de que tipo.

5.- En caso de concretarse el proyecto, el equipo de trabajo que se necesitaría es: computadoras, red interna y vehículos de ventas y distribución, ¿considera que cuenta con el equipo necesario para realizar sus labores?

Definitivamente sí

Probablemente sí

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

Esta pregunta es con el propósito de conocer su opinión respecto al equipo con el que laboran y así conocer una opinión diferente a los jefes.

6.- Los sistemas con los que cuenta la empresa serían de gran utilidad para el sistema de ventas y promoción por Internet, ¿utiliza los sistemas de clientes e inventarios?

Definitivamente sí

Probablemente sí

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

Esta pregunta es para conocer si son aprovechados los sistemas existentes y si no lo son, proponer soluciones.

7.- ¿Cree que estos sistemas son eficientes?

Definitivamente sí

Probablemente sí

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

Ligada con la pregunta anterior, es para saber la razón por la cual si o no lo utilizan.

8.- ¿Cree que estos sistemas se aprovechan?

Definitivamente sí

Probablemente sí

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

Esta es con el mismo propósito de la anterior.

Agentes de venta pasar a la pregunta 10.

9.- La empresa no cuenta con un sistema de cobro por medio de tarjeta de crédito, ¿considera que la instalación de un sistema de pago por medio de tarjeta de crédito para vender a través de Internet sería útil?

Definitivamente sí

Probablemente sí

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

Los empleados conocen las necesidades y gustos de los clientes, por lo que ellos podrían saber si preferirían un sistema así.

10.- En caso de llevar a cabo el proyecto, se necesitaría la cooperación de toda la gente que labora en la empresa, tanto en cursos como en capacitaciones, ¿estaría dispuesto(a) a utilizar un sistema de ventas y promoción por Internet?

Definitivamente sí

Probablemente sí

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

Necesitamos conocer su disposición para así saber a que atendernos y que piensan del sistema.

#### **4.5.1 Recolección de datos primarios**

Para llevar a cabo la recolección de los datos primarios se acudirá personalmente a Papelería Torres, tanto para realizar las entrevistas como para la aplicación de los cuestionarios.

#### **4.5.2 Analizar los datos**

Una vez obtenidas las respuestas de ambas partes de la investigación cuantitativa, se procede a realizar un análisis para así poder sacar conclusiones, lo cual se realizará en el capítulo V.

#### **4.5.3 Preparar el informe**

Estos datos serán presentados en el capítulo VI.

### **4.6 Conclusiones**

En la metodología se desarrollaron los instrumentos y se explicaron los métodos que fueron y serán utilizados para recabar la información necesaria para llevar a cabo el estudio de



factibilidad.

Por medio de diferentes tipos de herramienta de recolección de información se tomó en cuenta las opiniones de todos los miembros que conforman la empresa, dividiéndolos en tres grupos, ya que cada uno de ellos tiene un punto de vista diferente, además de que dependiendo de su posición, se obtuvo información distinta a la de los demás empleados.

A través de la metodología se abarcaron los cuatro enfoques de un estudio de factibilidad.

Por medio de las diferentes preguntas aplicadas se logró obtener información acerca del aspecto operacional, técnico, organizacional y económico de la empresa en la actualidad, desde el punto de vista de todos sus miembros.