

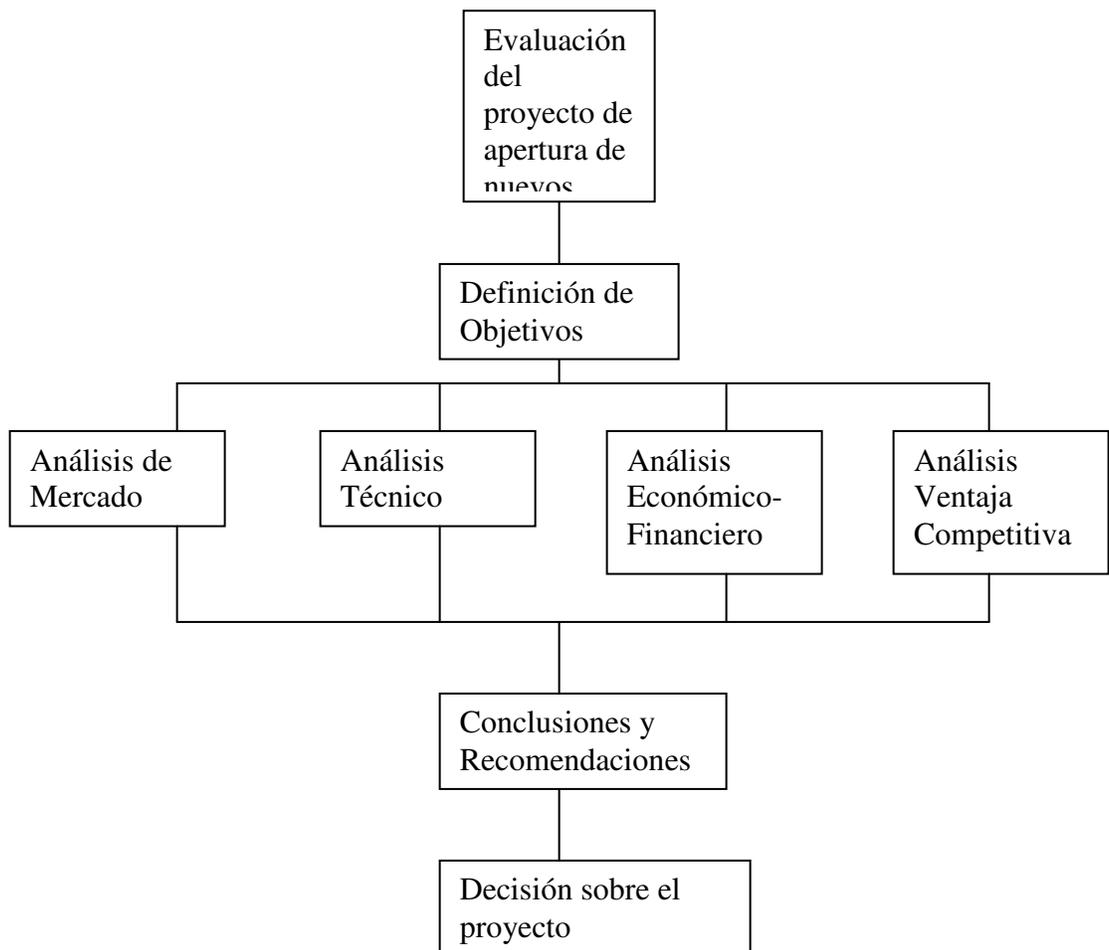
Capítulo III

Metodología

En el presente capítulo se desarrolla la metodología a seguir con la finalidad de recabar la información necesaria para cumplir con los objetivos específicos y por lo tanto con el objetivo general del presente trabajo de tesis.

3.1 Estructura de la metodología

La estructura de la metodología del presente trabajo de tesis es la siguiente:



Como es observado en el cuadro previamente expuesto los estudios que sustentan la toma de decisión y que conforman el proyecto de tesis aquí presentado son: el análisis de mercado, análisis técnico, el análisis económico-financiero y un análisis de las ventajas competitivas

3.2 Objetivos de la Investigación de Mercados.

Los objetivos que se buscan alcanzar con la investigación de mercados son los siguientes:

- Conocer el comportamiento del Mercado:
 - Oferta.
 - Demanda.
 - Problemas de Comercialización.
 - Necesidades de los consumidores.
 - Gustos y preferencias.
 - Calidad en el servicio.
- Identificar posibles competidores.
- Identificar ventajas competitivas.

3.3 Determinación del diseño de la investigación y las fuentes de Información.

Un diseño de investigación es el plan básico que guía las fases de recolección y análisis de datos para el proyecto de investigación. Es la estructura que especifica el tipo de información a recolectar, las fuentes de datos y los procedimientos y análisis de la recolección de datos.

Las dos fuentes de información que se emplearon fueron las siguientes.

- Datos Primarios: Información recopilada directamente de la investigación de mercado requerida para el trabajo en específico, misma que se logró mediante la aplicación de encuestas.
- Datos secundarios: Es aquella información que fue proporcionada por Multiservice Express de Puebla, S.A. de C.V., y aunque no fue recopilada para esta investigación en específico si es de gran utilidad para el desarrollo de la misma. También se hace uso de información puesta a disposición por algunos organismos públicos como lo son: INEGI, Secretarías de Estado, etc.

3.3.1 Desarrollo del procedimiento de recolección de datos.

Es a través de este punto por medio del que se obtiene la información requerida para llevar a cabo dicha investigación. Para lo cual se realiza la aplicación del cuestionario diseñado (Ver anexo 1).

3.3.1.1 Justificación del Cuestionario

El punto central de la justificación del cuestionario radica en conocer a que objetivos de la investigación va dirigida la pregunta, es así que tenemos que para cada uno de los objetivos establecidos se desarrollaron una o varias preguntas que se presentan a continuación en una tabla que los relaciona.

Objetivo	Preguntas
Identificar el comportamiento del mercado	3,4,5,6,8,9,11
Identificar posibles competidores	1,2,7
Identificar Ventajas Competitivas	10

Fuente: Elaboración Propia.

3.3.1.2 Diseño de la Muestra

Como lo menciona Kinnear Thomas y Tylor James (2000) el primer punto en el diseño de la muestra se relaciona con quién o qué debe incluirse en la muestra, es decir, que se requiere de una definición precisa de la población de la cual va a extraerse la muestra; el segundo hace referencia a los métodos empleados para seleccionar la muestra (probabilísticas y no probabilísticas); por último el tamaño de la muestra.

- Definir la muestra.
 - Elementos: Clientes de los centros de servicio establecidos.
 - Alcance: Puebla, Puebla.
 - Tiempo: Febrero y Marzo de 2003.
- Procedimiento del muestreo
 - No probabilístico: Debido a que sólo será aplicada a clientes de los centros de servicio.
- Tamaño de la muestra
 - Proporciona la cantidad de encuestados necesarios para que la muestra sea representativa de la población, y la formula es:

$$n = \frac{\text{varianza}}{(e/z)^2 + \text{varianza}/N}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

z: nivel de confianza

N: Población Total.

e: error de la muestra

Es así que sustituyendo en la formula tenemos:

Varianza = .25

e = 0.07

z = 1.93

N = 500,000

n = 190

3.4 Recolección de datos.

En el caso específico del presente estudio se hará uso de cuestionarios impresos, mismos que se aplicaran a clientes de la empresa, y en algunos casos se recurrirá a su aplicación vía telefónica.

3.5 Procesamiento y análisis de datos recolectados.

Se hará uso de herramientas de cómputo para el almacenamiento así como el procesamiento de los datos.

El procesamiento de los datos consistirá en la captura de la información obtenida en hojas de Excel para su representación gráfica, con lo que el análisis de los mismos será más sencillo e ilustrativo.

3.6 Presentación de los Resultados de la investigación.

En este caso se muestra de manera gráfica y textual los resultados obtenidos en el capítulo denominado “Estudio de Mercado”.

3.7 Estudio Técnico

Es intención de este estudio determinar cuál será el mobiliario y equipo necesario para realizar la apertura de un nuevo centro de servicio.

3.8 Estudio Económico-Financiero.

En este estudio se tiene como intención la estimación del rendimiento del proyecto mediante las siguientes técnicas:

- Valor presente neto
- Método de Recuperación
- Punto de equilibrio

Además del análisis de la situación actual de las finanzas del organismo operador de los centros de servicio, esto a través del empleo de razones financieras.