



CAPITULO III

Metodología

En este capítulo se señala el método de investigación aplicado para la realización de esta tesis.

Para la realización de la presente investigación se eligieron por conveniencia 12 restaurantes ubicados en la colonia La Paz de la Ciudad de Puebla como lugar para la realización de un cuestionario. Se contactó con el personal encargado del área de compras o en su defecto con la persona encargada de realizar las compras.

Cabe mencionar que para el presente estudio se hizo uso de la estadística descriptiva, que tal y como lo menciona Ruíz (2000) se refiere a la utilización de



números para describir hechos y consiste en organizar, resumir, simplificar, en términos generales, información que a menudo resulta ser compleja.

3.2 Tipo de investigación

De acuerdo al enfoque y nivel de conocimiento esta es una investigación de tipo descriptiva ya que se analizó una realidad: los restaurantes ubicados en la zona delimitada para este estudio y sus procesos de compras. Durante la investigación se describieron las características de los procesos ocupados en cada restaurante.

Conforme al diseño y grado de intervención, la investigación ahora presentada es de tipo no experimental. Los resultados obtenidos se midieron sin una intervención directa en el ambiente, ni en las variables.

Con respecto al análisis de datos esta es una investigación cualitativa pues describe sucesos tales como los procesos de compra y su aplicación, se realizó una recolección de datos no precisamente numéricos sino de grado de aplicación y gestión.



3.2 Sujetos de estudio

Para esta investigación el participante fue específicamente aquel encargado del área de compras o en su defecto la persona que realice las compras. Para la recolección de datos necesaria para la presente, se eligieron 12 restaurantes con características similares. Los criterios fueron:

1. Ubicación. En su totalidad todos se encuentran en la colonia La Paz de la ciudad de Puebla. Teniendo como limitantes geográficas las calles de Teziutlán sur y Teziutlán norte.
2. Mercado meta. Todos están enfocados a un comensal con un nivel socio económico que va de medio alto a alto.
3. Segmento. La cocina internacional es la constante que determina a estos restaurantes.
4. Aforo. La capacidad de todos los restaurantes es similar, esto ha sido tomado en cuenta por que influye directamente con el volumen de las compras a realizar.



3.3 Tamaño de la muestra

La muestra se refiere a un número limitado de sujetos seleccionado de un grupo o población grandes, que sirve para realizar pruebas además del tratamiento estadístico de los datos. La muestra tiene la característica de ser representativa del grupo entero. Por otra parte, el muestro consiste en establecer generalizaciones con respecto a un grupo total de elementos sin tener que examinarlos uno a uno. (Ruíz, 2000).

La muestra cuya selección fue de conveniencia para el presente estudio; estuvo representada por 12 personas, cada una encargada del las compras en los distintos restaurantes. Todos fueron evaluados con un cuestionario para conocer sus procesos y métodos que aplican en la realización de la compra de insumos para sus establecimientos.

Los restaurantes y sus características se muestran en la tabla 3.1 en la siguiente página.



3.5 Instrumento

El instrumento de evaluación ocupado fue el cuestionario. El diseño de dicho cuestionario consta de 17 preguntas tanto abiertas, que permiten al cuestionado responder de manera independiente, como de preguntas de opción múltiple en las que las respuestas aparecen a la vista del examinado.

La aplicación del cuestionario fue directamente a la persona a cargo de las compras del restaurante. El instrumento se dividió en tres factores de importancia:

- Percepción de la necesidad de un puesto especializado en compras.
- Nivel de complejidad del proceso de compras utilizado.
- Relación entre establecimiento y proveedor.



3.6 Procedimiento

En esta investigación se realizó una prueba piloto (véase anexo 1) en el restaurante “Ilargi” con la finalidad de conocer el grado de comprensión del cuestionado en relación a los cuestionamientos plasmados en el instrumento. Como resultado las preguntas siguientes fueron modificadas:

¿Cuál es el nombre de su puesto de trabajo? Fue cambiada por: ¿cuál es su puesto de trabajo? Esto por el motivo de que el cuestionado en primera instancia colocó su nombre personal como respuesta.

La siguiente pregunta modificada fue: ¿Cuáles son sus responsabilidades en este puesto? Se consideró más importante para el presente estudio, cambiarla por la siguiente pregunta: ¿Cuáles y en qué orden de importancia son sus responsabilidades en este puesto?

Se identificó un problema en la respuesta a la pregunta ¿Son las compras realizadas con uno o más proveedores? Al ser las dos posibles respuestas si o no. Esto fue cambiado por: uno o varios.

Se consideró necesario agregar la pregunta ¿Cuáles son sus principales políticas de compra?

A su vez, se solicitó rellenar una tabla sobre proveedores y producto que surte ese proveedor.



El cuestionario final (véase anexo 2) se aplicó con éxito en los 12 establecimientos seleccionados.

En relación con el tiempo de estudio la aplicación del primer cuestionario fue llevada a cabo el día 12 de marzo de 2008 en las instalaciones del restaurante “Ilargi”. Una vez corregido se desarrolló el cuestionario final, aplicándolo en los demás restaurantes en la semana del día 13 de marzo al 20 del mismo mes de 2008.