CAPITULO IV

METODOLOGIA

La metodología de una investigación de mercado es la más adecuada para el desarrollo de esta investigación debido a que el propósito de la misma es recolectar datos sobre las percepciones de los consumidores respecto a un determinado producto, marca o servicio, para apoyar la toma de decisiones y desarrollar nuevos conocimientos. Por lo tanto, se sigue el proceso de seis pasos planteado por Malhotra (2004):

Paso 1: Definición del problema

Paso 2: Desarrollo de un enfoque para el problema

Paso 3: Formulación del diseño de la investigación

1. Definición de la información necesitada
2. Análisis de datos secundarios
3. Investigación cualitativa
4. Métodos para recolectar datos cuantitativos
5. Procedimientos de medidas y escalas
6. Diseño del cuestionario
7. Proceso de muestreo y tamaño de la muestra

8. Plan de análisis de datos

Paso 4: Trabajo de campo o recolección de datos

Paso 5: Preparación de datos y análisis

Paso 6: Preparación de reporte y presentación

4.1 Tipo de investigación

Danhke (1989, citado por Hernández et al., 2003), divide los tipos de investigación en cuatro: *exploratorios*, *descriptivos*, *correlacionales* y *explicativos*.

De esta manera, para lograr el objetivo principal de la investigación, se comenzará con una investigación *exploratoria*, pues se desconocen las percepciones de los turistas japoneses respecto a México.

4.2 Fuentes de datos

4.2.1 Fuentes de datos primarios

De acuerdo con Malhotra (2004), los datos primarios son originados por el investigador para el propósito específico de dirigir el problema. La recolección de datos primarios abarca los seis pasos del proceso de investigación de mercados (p. 102). Por lo tanto, la presente investigación considera un cuestionario estructurado como principal fuente primaria.

4.2.2 Fuentes de datos secundarios

Los datos secundarios son los que ya han sido recolectados para otros propósitos. Estos datos pueden ser localizados rápidamente y sin costo. Las fuentes secundarias a considerar durante el desarrollo de la investigación son:

- Estadísticas de la Secretaría de Turismo (SECTUR) y el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), para obtener datos de los turistas japoneses que arriben a territorio nacional.
- Artículos referentes al tema de la investigación, principalmente aquellos cuyo enfoque es el estudio del comportamiento del consumidor japonés, así como revistas con artículos especializados en el turismo y patrones de consumo en el mismo.

4.3 Diseño de la investigación

De acuerdo con Hernández et al. (2003), los diseños de investigación se pueden clasificar de dos maneras: *experimental* y *no-experimental*. La investigación que se llevará a cabo se puede definir como *no-experimental*, ya que se observan fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos; es decir, el cuestionario no va a influir en la respuesta del encuestado.

De igual manera, este trabajo se define como transversal o transeccional, ya que se recolectarán datos en un solo momento o tiempo único, con el propósito de describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

4.4 Selección de la muestra

Una muestra es un subgrupo de la población seleccionada para participar en el estudio. Las características de la muestra, llamadas estadística, se usan para hacer inferencias sobre los parámetros de la población (Malhotra, 2004, p.314).

De acuerdo con Hernández et al. (2003), las muestras se categorizan en dos tipos: *probabilísticas* y *no probabilísticas*. En las primeras, todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos; mientras que en las segundas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino del juicio personal del investigador (p.305). De acuerdo con la definición anterior, el muestreo de la presente investigación es *no probabilístico*, ya que la elección de los elementos de la muestra sigue criterios convenientes para el investigador. Específicamente se utilizó el muestreo por conveniencia, puesto que los encuestados se seleccionan en el lugar y tiempo elegidos por el entrevistador (Malhotra, 2004).

4.4.1 Sujetos de estudio

Hombres y mujeres japoneses de 20 a 35 años de edad; que estaban hospedados en hoteles para japoneses y/o se encontraban estudiando en escuelas de español de la ciudad de México, además de los visitantes que se encontraban en la ciudad de Puebla durante el periodo del 18 al 27 de marzo de 2009.

4.5 Recolección de datos

Hernández et al. (2003), mencionan que la etapa de recolección de datos implica tres actividades muy relacionadas entre sí:

1. Seleccionar un instrumento o método de recolección de los datos entre los disponibles en el área de estudio de la investigación, o bien, desarrollar uno. Asimismo, este instrumento debe ser válido y confiable, de lo contrario no se pueden hacer suposiciones en base a sus resultados.
2. Aplicar ese instrumento o método para recolectar datos.
3. Preparar observaciones, registros, y mediciones obtenidas para que se analicen correctamente.

La validez es un concepto del cual pueden presentarse tres tipos de evidencia: 1. Evidencia relacionada con el contenido, 2. Evidencia relacionada con el criterio y 3. Evidencia relacionada con el constructo. Asimismo, esta etapa puede desarrollarse bajo dos diferentes enfoques: *cualitativo* y *cuantitativo*.

La presente investigación se desarrollará bajo el enfoque cuantitativo, ya que los datos proporcionados por los miembros de la muestra se cuantificarán para obtener información relevante para la investigación.

4.5.1 Instrumento de medición

Como se mencionó anteriormente, se diseñó un cuestionario estructurado basado en el instrumento diseñado por Echtner y Ritchie (1993), que fue traducido al idioma inglés considerando que es el segundo idioma de importancia en Japón y por ende, la mayoría de los visitantes está familiarizada con él.

El cuestionario se divide en tres secciones. La primera de ellas trata sobre la experiencia en general que los visitantes han tenido en México, incluyendo los motivos por los cuales los visitantes decidieron venir, cuantas veces han hecho este viaje y con quiénes han visitado el país, qué ciudades han recorrido, así como los medios por los cuáles se enteraron de México. La segunda sección tiene como objetivo dar a conocer las impresiones que se tienen sobre México describiendo componentes únicos de su imagen. Se incluyen dos preguntas abiertas, una de ellas sobre las palabras ó imágenes que vienen a la mente cuando los visitantes piensan en México, y la otra pide que indiquen su lugar favorito en el país. Posteriormente, se enumera una serie de atributos para que los visitantes expresen su acuerdo o desacuerdo con ellos a través de una escala de Likert. Esta escala mide actitudes o predisposiciones individuales en contextos sociales particulares. Se le conoce también como escala sumada debido a que la puntuación de cada unidad de análisis se obtiene mediante la sumatoria de las respuestas obtenidas en cada ítem. La escala se construye en función de una serie de ítems que reflejan una actitud positiva o negativa acerca de un estímulo o referente (Ávila, 2006). Por último, se pregunta acerca de las probabilidades que

hay en cuanto a si tienen la intención de visitar México nuevamente en el futuro, y si recomendarían visitar el país si alguien les pide un consejo.

La tercera y última sección recopila el perfil demográfico de los visitantes, incluyendo género, edad, ciudad y provincia de donde provienen, ocupación y estado civil.

4.6 Procedimiento

Inicialmente se realizó una prueba piloto vía correo electrónico; donde se obtuvieron solamente 5 respuestas. Posteriormente, se eliminaron algunos reactivos y se realizaron las correcciones pertinentes para mejorar el instrumento. Debido a la baja respuesta por Internet, se decidió aplicar el cuestionario de manera personal, en las ciudades de México y Puebla. En la ciudad de México, la aplicación de los cuestionarios se llevó a cabo en dos hoteles para japoneses, así como en dos escuelas de español para extranjeros dirigidas especialmente a alumnos japoneses. En la ciudad de Puebla, el cuestionario se aplicó en el zócalo y dos escuelas donde se encuentran de intercambio estudiantes japoneses.

Por limitaciones de tiempo, se obtuvieron sólo 53 cuestionarios. Se tiene en cuenta que la validez del estudio puede quedar en duda por el tamaño de la muestra. Posteriormente, los resultados se concentraron en el paquete Excel de Microsoft y se analizaron en el Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versión 17.