



CAPÍTULO III
- METODOLOGÍA -



3. METODOLOGÍA

La investigación descriptiva es muy importante para llevar a cabo nuestro plan de negocios de exportación y tener una alta probabilidad de éxito, señala el libro Introducción a la investigación de mercados de exportación. Sin lugar a duda juega un papel principal en la elaboración de nuestro proyecto. Aquí la investigación nos debe arrojar información útil para saber quienes serán principalmente los clientes finales, en donde comprarán y debido a que comprarán. Es así que de esto depende gran parte de nuestra penetración al mercado.

3.1 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Describe a los mercados, a los consumidores y el producto. Asimismo analiza las características socio-demográficas del mercado meta.

3.1.1 Definición del Problema

El principal problema u oportunidad que tendríamos que evaluar es la factibilidad de exportar artesanías guerrerenses a Texas.

3.1.2 Desarrollo y acercamiento al problema

Aquí los objetivos de la investigación deben concordar con las necesidades que tengamos de información. Por otro lado gran parte de nuestros objetivos específicos son iguales a los generales que son:



El objetivo general es realizar un estudio que pueda permitirnos exportar artesanías de Guerrero hacia Texas mediante conocimientos amplios de entornos culturales, económicos y políticos. Los cuales ayudarán a nuestra empresa a incursionar exitosamente en estos mercados. Por medio de este objetivo nos basamos para poder implementar todos los conocimientos de logística y de mercado para obtener una información acertada sobre lo que queremos conocer para incursionar en el mercado anglosajón.

3.1.3 Diseño de la investigación

Detalla los procedimientos necesarios para obtener la información requerida. El diseño de investigación que vamos a llevar a cabo es la descriptiva, ya que nos ayudará a aclarar y delimitar más nuestro mercado meta, además nos respaldará para recolectar información de fuentes secundarias para poder tomar una decisión de cómo resolver ese problema y tratar de minimizarlo.

3.1.4 Fuentes de información

Los tipos de adquisición de información y datos se obtienen de dos maneras diferentes, estas son información primaria e información secundaria, de la cual usaremos solamente la información secundaria como base debido a las circunstancias geográficas y políticas. Es una serie de datos en la cual se estarán notificando continuamente las demandas por parte de nuestra zona consumidora, que es lo que piden, que tipo de características requieren de un producto así como su comportamiento a la hora de comprar.



Se hará un análisis por medio de investigaciones demográficas y sociales, pero esto solo será un recurso que se usará para reforzar nuestros conocimientos, la misión es obtener la mayor cantidad de datos para convertirlos en conocimiento y posteriormente en valor productivo para nuestras exportaciones. De lo que se tratan los datos secundarios es de tener información ya publicada y usada para propósitos diferentes al nuestro. Pueden tratarse de igual manera de datos que se encuentran dentro y fuera de la empresa. La información interna trata sobre datos financieros y estadísticas. La externa es la obtenida en libros y revistas.

3.1.5 Variables de información

Para obtener la mayor cantidad de información posible se recurrió a una serie de teorías y variables de recolección de datos las cuales están fuertemente vinculadas con nuestro objetivo principal:

- Ü Información económica, geográfica, política, social y cultural de Texas, EEUU
- Ü Perfil del consumidor, segmentación y análisis F.O.D.A.
- Ü Análisis del poder de compra del mercado meta

3.1.6 Recolección de Datos

Se recopiló la información por medio de revistas digitales, portales de gobierno y la guía del exportador de Bancomext. De esta manera se obtuvieron análisis socio-demográficos y económicos de Texas, para tener una idea sobre el poder adquisitivo de la población estadounidense. Toda la información se organizó y se evaluó detalladamente para comprobar nuestra información previa al estudio.