# CAPITULO 3

## 3.1 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.

### 3.1.1 Definición del Problema.

La elaboración de un Plan de Negocios de Exportación para comercializar el mezcal “La Feria” en un mercado internacional, especificamente el mercado brasileño, es solo una de las muchas formas que una empresa tiene para poder expander sus ventas y su mercado. Pero, a diferencia del mercado local, los mercados internacionales son muy cambiantes, y en ellos se tiene que tener las características esenciales para poder lograr un éxito en el mismo, el cual es lograr una introdución satisfactoria del producto, lo que conllevará un aumento en el nivel de ventas y en la presencia de la empresa en otros mercados.

La principal problemática detectada en la elaboración de este Plan de Negocios de Exportación es determinar la viabilidad de la empresa para poder incursionar en mercados internacionales altamente competitivos y exigentes, no solo en la calidad del producto, si no tambien en sus características esenciales como el sabor, bouquet, originalidad en su envase y presentación, etc. Ya que la determinación de dicha viabilidad le garantizará a la organización un mayor éxito internacional, una mayor presencia en otros mercados, un aumento en sus ventas y por lo consecuente, una mayor retribución económica.

### 3.1.2 Objetivos general y específico de la investigación.

- *Objetivo General:*

El objetivo general de este trabajo de investigación recepcional es el analizar y determinar la factibilidad de la elaboración e implementación de un proyecto de exportación para el mezcal “La Feria”, para poder establecer una base metodológica que sirva como guía para comercializar este producto en mercados internacionales, específicamente en el mercado de Brasil, considerando en este

las posibles variables que puedan afectar o repercutir en el éxito o fracaso del mismo.

- *Objetivos específicos:*

1. Elaborar un Proyecto de exportación para el mezcal “La Feria”, para que este pueda ser dado a conocer y comercializado en mercados internacionales, específicamente en el mercado del Brasil.

2. Implementar o aplicar dicho Proyecto de exportación para poder comercializar el mezcal “La Feria”.

### 3.1.3 Fuentes.

Las fuentes de las que se obtuvo la información para elaborar este Plan de Negocios de Exportación son varias, entre ellas podemos citar las fuentas literarias con la que se elaboró el Marco Teórico y en la que se baso la parte metodológica del proyecto en si, y la observación directa en la empresa para comprobar los datos obtenidos.

La revisión de la literatura consiste en detectar, obteneer y consultar la bibliografía y otros materiales que sean útiles para los propósitos del estudio, de donde se tiene que extraer y recopilar la información relevante y necesaria que atañe a nuestro problema de investigación. Esta revisión debe de ser selectiva. En esta, se distinguen tres tipos básicos de fuentes de información para llevar al cabo la revisión de la literatura:

1. ***Fuentes primarias (directas):*** constituyen el objetivos de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano.

2. ***Fuentes secundarias:*** son compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas en un área de conocimiento en particular (son listados de fuentes primarias), es decir, reprocesan información de primera mano.

3. ***Fuentes terciarias:*** se trata de documentos que compendian nombres y títulos de revistas y otras publicaciones periódicas, así como nombres de boletines, conferencias y simposios, sitios web, empresas y asociaciones industriales y de diversos servicios, etc. Son útiles para detectar fuentes no documentales.

Por su parte, la observación directa consiste en corroborar de manera directa los datos obtenidos y arrojados, es decir, se realiza una investigación de campo para obtener información o corroborar la ya existente. [1]

### 3.1.4 Diseño de la investigación.

Una vez que decidimos el enfoque que habrá de adoptarse para la investigación (cuantitativo, cualitativo o mixto) y definido el alcance inicial del estudio, el investigador debe concebir la manera práctica y concreta de responder a las preguntas de investigación, y cubrir sus objetivos o intereses. Esto implica seleccionar o desarrollar uno o más diseños de investigación y aplicarlos al contexto particular del estudio. El término diseño, se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea. El diseño señala lo que se debe de hacer para alcanzar sus objetivos de estudio y para contestar las interrogantes de conocimiento que se ha planteado.

En el caso del enfoque cuantitativo, el investigador utiliza su diseño para analizar la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto en particular o para aportar evidencia respecto de los lineamientos de la investigación.

---

[1] Hernández Sampieri, Roberto, Metodología de la Investigación, McGraw - Hill, México D.F., 2003.

En el caso del enfoque cualitativo, se puede o no preconcebir un diseño de investigación, aunque es recomendable hacerlo. En este enfoque, la implementación de unos o más diseños se vuelve más flexible.

En la literatura sobre la investigación es posible encontrar diferentes clasificaciones de los tipos de diseño, los cuales son: investigación experimental y la investigación no experimental, la primera se divide en preexperimentos, experimentos puros y cuasiexperimentos. La investigación no experimental se divide en diseños transeccionales o transversales, y diseños longitudinales. [2]

### 3.1.5 Tipo de investigación.

El presente trabajo de investigación, esta basado en los tipos de estudio descriptivo, exploratorios y correlacionales. Estos se explican a continuación:

- ***Estudios Descriptivos:***

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades o características importantes de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar, desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se seleccionan una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga (en el trabajo se investigan los diversos factores que causan o se derivan de las crisis económicas).

Los estudios descriptivos miden de manera más bien independiente los conceptos o variables a los que se refiere. Aunque desde luego, pueden integrar las mediciones de cada una de dichas variables para decir cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno de interés, su objetivo no es indicar cómo se relacionan las

[2] Hernández Sampieri, Roberto, Metodología de la Investigación, McGraw - Hill, México D.F., 2003.

variables medidas. Así como los estudios exploratorios se interesan fundamentalmente en descubrir, los descriptivos se centran en medir con la mayor precisión posible.

La investigación descriptiva requiere considerable conocimiento del área que se investiga para formular las preguntas específicas que busca responder. La descripción puede ser más o menos profunda, pero en cualquier caso se basa en la medición de uno o más atributos del fenómeno descrito. Los estudios descriptivos pueden ofrecer la posibilidad de predicciones aunque sean rudimentarias. En el presente proyecto se trata de describir y especificar las propiedades básicas del mismo, así como las características de la empresa exportadora, su producto a exportar y el mercado en el cual se va a incursionar que en este caso es el mercado brasileño.

- ***Estudios Exploratorios:***

Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas o ampliar las existentes.

Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identifica conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones o postulados.

Esta clase de estudios son comunes en la investigación, sobre todo en situaciones donde existe poca información.

Los estudios exploratorios en pocas ocasiones constituyen un fin en si mismos, generalmente determinan tendencias, identifican áreas, ambientes, contextos y situaciones de estudio, relaciones potenciales entre variables; o establecen el “tono” de investigaciones posteriores más elaboradas y rigurosas. Se caracterizan por ser más flexibles en su metodología en comparación con los estudios descriptivos, correlacionales o explicativos, y son más amplios y dispersos que estos otros tres tipos. Así mismo, implican un mayor “riesgo” y requieren gran paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador. En el presente proyecto se trata de obtener y brindar información de un tema poco estudiado que es exportar mezcal al mercado brasileño pues este no se ha realizado nunca, para que esta sea realizada por la empresa y su incursión en este mercado sea exitosa.

- ***Estudios Correlacionales:***

Este tipo de estudios tienen como propósitos evaluar la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables. A menudo solo se realizan estudios donde se relaciones dos variables, pero tambien existen estudios donde pueden involucrarse más de dos variables. La utilidad y el propósito de los estudios correlacionales cuantitativos son saber cómo se puede comportar un concepto o una variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas. En el caso de este proyecto, se pretende estudiar la relación existente entre la incursión de la empresa en el mercado brasileño con el aumento de las ventas, expansión del mercado y clientes y el consecuente aumento de sus ganancias en el ámbito económico y financiero.

- ***Estudios Explicativos:***

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en que condiciones se da éste, o por qué se relacionan dos o más variables. Es decir, en ellos se pretende establecer las causas de los eventos, sucesos o fenómenos que se estudian. En el caso de este proyecto, se pretende explicar el proceso de exportación mismo y las variables que intervienen en el mismo para que éste sea exitoso. [3]

### 3.1.6 Investigación de la competencia.

Actualmente, ninguna compañía de mezcal se ha interesado en exportar este producto al mercado brasileño pues ven en el un mercado inestable y de poco futuro debido a que es un país latinoamericano. Las compañías mezcaleras se han enfocado principalmente en los mercados del primer mundo, como Japón, Estados Unidos y Canadá, así como los países miembros de la Unión Europea (UE) al grado de saturarlos. La única competencia existente en el mercado de Brasil serían las marcas de tequila, pues este, es un producto con características similares al mezcal, y es mas popular y conocido. La ventaja del producto (mezcal) sobre la competencia más cercana no es solo la calidad del producto mismo, sino el precio, el cual es mucho más competitivo que el de las marcas de tequila existentes en el mercado brasileño. La demás competencia para el producto serían las demás marcas de bebidas alcohólicas existentes en el mercado, pues todas constituyen competencia directa, pues se encuentran en el mismo segmento de mercado.

[3] Hernández Sampieri, Roberto, Metodología de la Investigación, McGraw - Hill, México D.F., 2003.