

CAPÍTULO III Metodología

III.1 Tipo de investigación

Con la finalidad de buscar un tema de tesis que permitiera aprender y aplicar los conocimientos obtenidos durante la maestría y sobre todo realizar un proyecto que aportara a la comunidad estudiantil y empresarial, se hizo necesario realizar visitas a centros de información principalmente en Bancomext y a compañías exportadoras de diversos tipos de productos (alimentos, textil, muebles, entre otras), con el fin de obtener información acerca del desarrollo de sus actividades de exportación, todo encaminado a conocer mas de cerca el fascinante mundo de la exportación. Durante estas visitas, se descubrieron algunos problemas por los que atraviesan la pequeña y mediana empresa, y que van desde el desconocimiento del producto a mercadear, falta de procedimientos internos, fallas en la dirección y administración, etc. Hasta la localización de mercados, fallas en las formas de pago, carencias en el diseño de planes de exportación, fallas en las estrategias de mercadotecnia, etc. Todo lo anterior exigía proporcionar respuestas expeditas e integrales y aún contando con una metodología de desarrollo de un Plan de Exportación, se identificó que la búsqueda de respuestas tomaría tiempos largos (entiéndase más de 4 meses) y por consiguiente un elevado costo de investigación. El medio de trabajo entonces, fue investigar si existía información consistente en el Internet que permitiera, por un lado, localizar información de primera mano y confiable, y por la otra, que redujera los costos de hacerse de la información, es decir, disminuir en tiempo y recursos la localización de la misma. Se inicio por investigar en la página de Internet del Banco de Comercio Exterior, y consecuentemente fue fácil acceder a otras paginas relacionadas con la exportación o con

contenidos similares. Pero, ¿realmente estos sitios apoyan al empresario mexicano a desarrollar o mejorar sus actividades de exportación?. Es de esta última pregunta donde nace el tema de tesis. Por esta razón, se hizo imperativo probar y evaluar las páginas de Internet para emitir un juicio apropiado, y por lo tanto se decidió realizar dicha investigación a través de un caso práctico, integrándolo a la metodología propuesta por los tesisistas en el capítulo 2. Fue entonces que se regresó a las anotaciones donde se enlistaban las compañías entrevistadas y se hizo un análisis de factibilidad que considerara: tipo de producto, condiciones generales de la empresa, disponibilidad de los directivos para proporcionar información y ubicación, entre algunos otros. Como resultado, la compañía Arce Tools SA de CV, dedicada a la fabricación de brocas y productos abrasivos, aceptó la propuesta e inquietudes de los tesisistas de entregar un plan de exportación y con esto resolver una necesidad primaria: Exportar su producto.

Partiendo del principio de la necesidad de analizar las páginas de Internet, en las que es posible que el cliente obtenga información para cumplir con su propósito de exportar el producto que produce su empresa, se hizo necesario localizar, en primer lugar, las páginas existentes. Una vez cumplido el primer objetivo, se realizó el análisis partiendo de los criterios propuestos por el Banco Nacional de Comercio Exterior y el *Plan de exportación* de Carlos Morales Troncoso y el propuesto por los tesisistas, para afirmar la utilidad o no de estas herramientas.

La estructura de la tesis está desarrollada en el primer capítulo de este trabajo.

III.2 Fuentes de información del proyecto

Básicamente, las páginas web:

www.contactopyme.gob.mx

www.bancomext.com

www.siem.gob.mx

www.spice.gob.mx

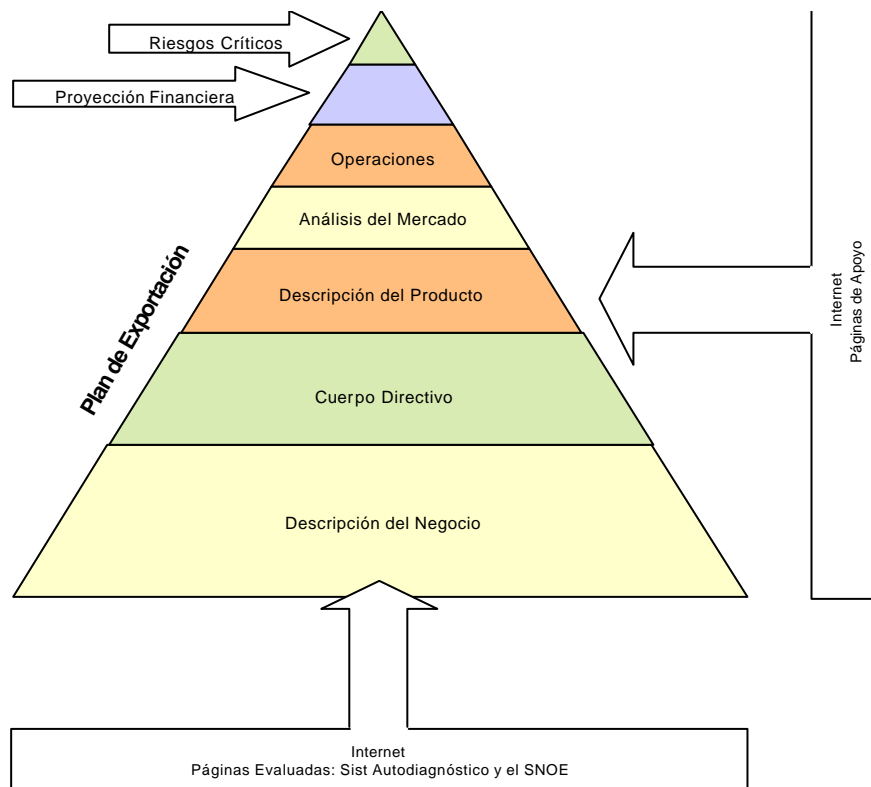
www.crece.org.mx

así como los libros *Plan de Exportación* de Carlos Morales Troncoso y *Plan de Negocios de Exportación* del Banco de Comercio Exterior de México (Bancomext), y los materiales que durante los estudios del posgrado se utilizaron.

III.3 Metodología utilizada para llevar a cabo la investigación.

Se lleva a cabo una investigación exploratoria en sitios de Internet y en la bibliografía existente. Se localizan, después de hacer la revisión, las deficiencias en los dos medios. Se propone un esquema complementario, y finalmente, un Plan de exportación que lleve de la mano al

Figura 3.1 Diseño del modelo propuesto, Fuente: Propia



empresario para cumplir con su objetivo; dicho Plan cubre las deficiencias encontradas en las fuentes arriba mencionadas. Se hará una evaluación de las páginas y se verá cuál es la aportación al modelo propuesto, el cual se representa gráficamente en la figura 3.1. Este modelo propuesto por los tesisistas, para la conformación del Plan de Exportación se respaldará en tres puntos importantes, a saber:

- a. **Metodologías** de un Plan de Exportación (C. Morales, Bancomext y el propuesto en esta tesis. (pirámide de la figura 3.1)
- b. **Páginas Internet Evaluadas** (Sistema de Autodiagnóstico y Sistema Nacional de Orientación al exportador).
- c. **Páginas Internet de Apoyo** (páginas internacionales y nacionales de las principales organizaciones mundiales del comercio, como la OMC, ONU y Aduanas Internacionales, entre otras).

A lo largo del capítulo 4, se realizará el análisis, la evaluación y se determinará cómo dicho modelo es cubierto por las páginas Internet; de tal suerte que aquellos faltantes sean concluidos por los Asesores. Es momento de distinguir en este modelo las *páginas evaluadas* (Sistema de Autodiagnóstico y SNOE), de las *páginas de apoyo* (cualquier sitio Internet que proporcione información al respecto). Ambos grupos de sitios de Internet se irán mencionando a lo largo del capítulo IV, y se determinará de qué manera participan al logro del Plan de Exportación. Así, los elementos localizados en la pirámide de la figura 3.1, representan los ocho puntos propuestos para un Plan de Exportación, y se puntualizará el porcentaje de participación de Internet y de los asesores para la consolidación de cada uno de los puntos.

Adicionalmente, es importante declarar que los sistemas evaluados presentan menús o cuestionarios con varias opciones, las cuales ofrecen al usuario una serie de preguntas que

le ayudan a sensibilizarse en tópicos específicos; las secciones son extensas en cuanto al número de preguntas, el procedimiento que se siguió para dar respuesta a cada interrogante fue: imprimir todas y cada una de las preguntas, y hacerlas llegar al Director General de la compañía Arce Tools, SA de CV y mediante una entrevista con él, dar respuesta sobre las hojas impresas. Los tesisistas regresaban al Internet para vaciar las respuestas obtenidas anteriormente, y poder continuar hacia el proceso de evaluación, los resultados de los sistemas fueron almacenados de manera electrónica en documentos *word*, para su posterior consulta y análisis con los directivos de la empresa y localizar de esta manera, las áreas de oportunidad que el sistema sugirió, para diseñar la estrategia correctiva.

Además de las entrevistas obtenidas para dar respuesta a los cuestionarios, durante el proceso y desarrollo de la presente tesis, se estuvieron realizando visitas a la compañía con el propósito de obtener información a través de la observación, entrevistas, consulta de documentación oficial y confidencial de Arce Tools. Con el propósito de tener elementos necesarios para emitir un juicio y proponer planes de acción en caminados a resolver problemáticas que de alguna manera frenan el proceso de exportación. Es importante aclarar que los tesisistas tuvieron un papel de asesores con la empresa Arce Tools y que en todo momento contaron con la participación valiosa del personal directivo de la misma, esta participación permitió a los tesisistas diseñar una serie de dinámicas con el cuerpo directivo a fin de analizar a fondo las áreas de oportunidad que los sistemas evaluados (Sistema de Autodiagnóstico y SNOE), arrojaron como correctivas, así también otras situaciones como la determinación de la misión y visión de la empresa, determinación de la cadena de valor y el análisis de actividades por cada eslabón de la cadena, entre otras.