

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **INTRODUCCIÓN**

En este capítulo se hablará de la forma en que se hará la investigación, es decir, la metodología empleada para la misma.

Se explicará de forma detallada los pasos que se seguirán para la recolección de información sobre franquicias, diagnóstico de empresas e información de la industria inmobiliaria y de la empresa Corporación inmobiliaria Marfil, una empresa mexicana de bienes raíces que opera con el nombre de REALTY WORLD Marfil.

También se mencionará qué información será necesaria para realizar un análisis de la situación de la empresa, con el cual se pueda emitir un diagnóstico que permita posteriormente, realizar una serie de propuestas y recomendaciones para mejorar la situación actual y corregir las fallas que se pudieran encontrar.

### **3.1 Fases del diseño de investigación**

Según Carlos E. Méndez (1995) las fases del diseño de la investigación son las siguientes:

1. Selección y definición del tema de investigación.
2. Planteamiento, formulación y sistematización del problema de investigación.
3. Establecimiento de los objetivos de la investigación.
4. Marco de referencia.
5. Hipótesis del trabajo.
6. Justificación de la investigación.
7. Aspectos metodológicos de la investigación.
8. Tabla de contenido de la investigación
9. Bibliografía.
10. Cronograma.
11. Presupuesto.

### **3.2 Selección del tema de investigación**

El tema a desarrollarse es Diagnóstico estratégico de un franquiciatario de una empresa internacional de bienes raíces: “Caso REALTY WORLD Marfil”.

Elegí este tema por que me vi en la necesidad de elaborar un trabajo de tesis para obtener el grado de Maestro en Administración de Empresas por la Universidad de las Américas, Puebla y en primer lugar me pareció un tema de mucho interés en estos tiempos por el auge y la popularidad de las franquicias, y la importancia que están teniendo en la economía de nuestro país y del mundo entero. En segundo lugar es un tema del que existe mucha información disponible en libros, revistas y paginas Web.

Otro motivo fue el tener conocimiento previo sobre la empresa y el tema, ya que mi madre es uno de los socios accionistas. Por ultimo me interesó que con está investigación aplicaría muchos de los conocimientos adquiridos durante mi formación profesional, tanto de Maestría, como de Licenciatura, además, el resultado de la investigación puede podría servir como base a otros estudiantes e investigadores para realizar trabajos similares, y por otro lado, ayudaría a los directivos de la empresa a tener una opinión externa sobre la situación de la empresa y los posibles cambios para mejorar su administración y operación.

### **3.3 Planteamiento del problema**

Corporación Inmobiliaria Marfil comenzó operaciones hace casi 5 años y compró a REALTY WORLD México los derechos para operar con el nombre REALTY WORLD Marfil en la zona conurbada Veracruz-Boca del Río, y municipios aledaños a esta zona.

Los propietarios están interesados en tener un diagnóstico del estado de su empresa, pues se vive una falta de liquidez y una caída en el monto de las utilidades, derivada de una disminución en ventas y los altos costos fijos, y quisieran saber si resulta rentable seguir operando como franquicia, si sería mejor operar como empresa independiente, o si las perspectivas son desfavorables y lo más recomendable es el cierre de la empresa.

### **3.4 Objetivos**

#### **Objetivo General**

Evaluar mediante un diagnóstico, la situación estratégica de la empresa “REALTY WORLD Marfil” y determinar si debe seguir operado como un franquiciatario de la red “REALTY WORLD BROKER NETWORK”.

#### **Objetivos Específicos**

- Identificar la problemática de la empresa.
- Analizar si el operar como una franquicia representa una ventaja competitiva.
- Analizar la factibilidad de la renovación del contrato de franquicia.
- Desarrollar una serie de recomendaciones para el mejoramiento de la empresa.
- Analizar la situación del mercado inmobiliario en la ciudad de Veracruz.

### **3.5 Aspectos metodológicos de la investigación**

Carlos Méndez (1995) comenta que existen 3 tipos de estudio: exploratorios o formularios, descriptivos y explicativos.

Los estudios exploratorios son el primer nivel del conocimiento, y permiten al investigador familiarizarse con el tema y sirve como base para realizar estudios más profundos.

Los estudios descriptivos son el segundo nivel del conocimiento y en estos se identifican las características del universo de investigación y la relación que existe entre ellas.

El tercer nivel de investigación lo ocupan los estudios de tipo explicativo los cuales se orientan a comprobar hipótesis causales.

La investigación que se hizo es de tipo exploratorio en un principio, el cual sirvió de punto de partida para conocer más a fondo el tema y posteriormente continuar

con una investigación de tipo descriptivo con la que se profundizó en el tema y se identificaron las características de todas las actividades que se realizan en la empresa, para así poder comprobar asociaciones entre ellas. Por último fue de tipo explicativo pues se pretende interpretar la información para poder probar si la hipótesis es verdadera.

Esta investigación se trata de un caso, y cómo tal el nivel de explicación del estudio será válido y se circunscribe al caso tratado.

Los métodos de investigación que existen son:

- Método de observación.- En este se perciben diferentes aspectos objeto de investigación por medio de la observación.
- Método inductivo.- Después de observar se trata de llegar a conclusiones de situaciones similares a la estudiada.
- Método deductivo.- Después de observar se buscan conclusiones de la situación de estudio.
- Método de análisis.- Después de identificar las partes de la realidad estudiada, se busca la relación causa-efecto entre estas.
- Método de síntesis.- Procesos que va de lo simple a lo complejo, de la causa al efecto y de los principios a las consecuencias, es decir, busca explicaciones a partir del estudio.
- Otros métodos.- Existen otros métodos como el comparativo, dialéctico, empírico, experimental, etc.

Con la información obtenida se hizo un análisis y una síntesis de la misma para posteriormente proponer una solución al problema.

Los pasos a seguir son los siguientes:

- Se recolectó información sobre en libros, revista y páginas Web.

- Se obtuvo información sobre la empresa y la industria por medio de información contenida en páginas Web, entrevistas a los dueños de la empresa y a los dueños de algunas de las empresas competidoras, y entrevistas a algunos clientes.
- Se buscó información de otros estudios de diagnóstico, como una base para hacer éste.
- Se elaboró un marco teórico y después, un análisis de la información de la empresa.
- Se llegó a conclusiones y se elaboraron recomendaciones.

### **3.6 Fuentes de información**

Existen dos tipos de fuentes de información: Fuentes secundarias y fuentes primarias.

Las fuentes secundarias son las fuentes básicas. Se dividen en dos tipos o clases: internas y externas. Las fuentes secundarias internas son las que están disponibles en la organización para la cual se realiza la investigación, y un ejemplo de estas son sus datos contables, registros de actividades, historia, etc. Las fuentes secundarias externas generalmente se encuentran en las bibliotecas y un ejemplo lo son los libros, las revistas, periódicos, documentales, publicaciones gubernamentales, boletines, páginas de Web y publicaciones electrónicas, etc.

Las fuentes primarias son la información que el investigador recoge en forma directa por medio de relatos escritos o transmitidos. Existen técnicas para la recolección de información primaria como lo son la observación, la elaboración de entrevistas, la aplicación de encuestas, la realización de cuestionarios, etc.

#### **Fuentes secundarias usadas en la investigación**

- Fuentes internas.- Se recolectó información de manuales de operación, manuales de formas, estados financieros y datos operativos, inventarios, archivos encontrados en la empresa, etc.

- Fuentes externas.- Se recurrió a información contenida en libros de diversos autores, información en páginas Web de asociaciones dedicadas especializadas en franquicias, páginas Web que contenían información sobre franquicias, revistas especializadas, etc.

## **Fuentes primarias utilizadas en la investigación**

### **La observación**

La primera de las fuentes primarias utilizadas en este caso práctico, fue la observación por parte del investigador de fenómenos ocurridos en la empresa. El autor ha tenido contacto directo con la empresa desde sus inicios pues uno de los socios inversionistas es su familiar. Por lo anterior, está familiarizado con la situación que vive y ha vivido la empresa.

### **La entrevista**

La segunda de las fuentes primarias que se utilizó en este trabajo fue la entrevista. Se entrevistaron a los propietarios de la empresa (anexo 9), y a los propietarios de las principales empresas competidoras (anexo 10). Con esto se buscó conocer su percepción del mercado de los bienes raíces en la zona geográfica de la empresa. También se buscó recolectar información sobre la industria y la forma de operar de las empresas inmobiliarias. Estas entrevistas se desarrollaron en forma personal o telefónica, dependiendo de la disponibilidad del entrevistado.

Se realizaron también entrevistas a algunos de los clientes de la empresa. Con esto se buscó obtener información sobre su percepción de la empresa. También se buscó conocer entre otras cosas, en que basaron su decisión a la hora de elegir una empresa de servicios inmobiliarios. Esta entrevista (anexo 8) se aplicó vía telefónica y también en forma personal, esto por la disponibilidad de los clientes, y se aplicó a clientes de diferentes grupos socio-económicos para conseguir información que no sea condicionante de un tipo de cliente.

Los instrumentos de medición deben contar con validez y confiabilidad. La confiabilidad de un instrumento se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto produce los mismos resultados.

Los instrumentos de medición presentados en esta investigación cumplen con la confiabilidad requerida, ya que, al aplicarlos producía los mismos resultados en los sujetos entrevistados.

En lo referente a la validez, también se cumple con este requerimiento, ya que las entrevistas van ligadas a los objetivos.

El universo de los competidores es de 45 empresas dedicadas a la actividad inmobiliaria. 12 de estas empresas son sus principales competidores.

El universo de los clientes es de 20 sujetos, tomando como referencia las operaciones cerradas en 2004.

Para efectos de esta investigación la muestra fue no probabilística, entrevistando a los sujetos voluntarios.

### **3.7 Procesamiento de la información**

La información se recolectó por medio de 3 formatos, 2 elaborados por el investigador, y uno tomando como base un formato diseñado por otro autor mencionado en la bibliografía, editado por el propio investigador. Con estos formatos se buscó recabar la información requerida para la investigación, desde el punto de vista, tanto interno como externo.

La información se analizó mediante tablas descriptivas. El software a utilizar es la paquetería de Microsoft Office ®, como Word, Excel, Power Point.