

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo, se incluye el proceso metodológico y las técnicas a emplear para llevar a cabo este estudio: tipo de investigación, diseño, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, entre otros, mediante los cuales se abordó en el estudio.

1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es considerada el alcance del estudio, por lo tanto es necesario determinar el método que se va a desarrollar, para efectos de esta investigación se estableció de tipo descriptiva y así evaluar el comportamiento del consumidor de productos farmacéuticos en el municipio Maracaibo estableciendo sus características.

Según Tamayo y Tamayo (2007, p. 46), es la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupos o cosas se conducen o funcionan en el presente.

A juicio de Bavaresco (2006, p. 26), este tipo de investigación va más hacia la búsqueda de aquellos aspectos que se desean conocer y de los que se pretende obtener respuesta. Consiste en describir y analizar

sistemáticamente características homogéneas de los fenómenos estudiados sobre la realidad (individuo, comunidades).

En otro orden de ideas, Hernández, Fernández y Baptista (2006, p. 103), la investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. De igual forma, describe tendencias de un grupo o población, por lo que los estudios descriptivos miden conceptos o recolectan información sobre éstos. Finalmente, plantean los autores, los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación.

Para efectos de esta investigación científica, se considera que es una investigación de tipo descriptiva y se fija posición con Bavaresco (2006), por lo que al trasladar este proceso, se entra en la búsqueda de los aspectos que permiten analizar el comportamiento del consumidor de productos farmacéuticos en el municipio Maracaibo, lo que permitió describir los aspectos internos y externos, establecer las necesidades, caracterizar las motivaciones y determinar el proceso de decisión de compra de los consumidores de productos farmacéuticos en dicho municipio.

2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Según el planteamiento de Hernández, Fernández y Baptista (2006, p. 209), el diseño de campo busca comenzar a conocer una variable o conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento o una situación. Se

trata de una exploración inicial en un momento específico y por lo general se aplica a problemas de investigación nueva o pocos conocidos.

Por otro lado, Bavaresco (2006 p.90), describe los diseños de campo como aquéllos donde los datos de interés se recogen en forma directa de la realidad, mediante el trabajo concreto del investigador y su equipo. Estos datos, obtenidos directamente de la experiencia empírica, son llamados primarios, denominación que alude al hecho de que son datos de primera mano, originales, producto de la investigación en curso sin intermediación de ninguna naturaleza.

De acuerdo a lo desarrollado por Arias (2006), la investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios) sin controlar o manipular variable alguna.

Para esta investigación, se fija posición con la autora Bavaresco (2006), pues se considera que se requiere recolectar datos de interés de forma directa de la realidad de los consumidores de productos farmacéuticos en el municipio Maracaibo.

En otro orden de ideas, también se considera a este estudio como una investigación no experimental, la cual según la opinión de Hernández, Fernández y Baptista (2006), es un parteaguas de un gran número de estudios cuantitativos como las encuestas de opinión, los estudios ex post – facto retrospectivos y prospectivos. En un estudio no experimental, los

sujetos ya pertenecían a un grupo o nivel determinado de la variable independiente por auto selección.

En la investigación no experimental, no hay manipulación intencional ni asignación al azar que es una situación que ya existía ajena al control directo de un experimento.

También, se considera a este estudio dentro de los diseños de tipo transeccional o transversal, los cuales, a juicio de Hernández, Fernández y Baptista (2006), recolectan los datos en un sólo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. En resumen el diseño de esta investigación está dirigida a ser de campo y de tipo transeccional o transversal no experimental.

3. POBLACIÓN

Según Arias (2006) la población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.

Asimismo Bernal (2006), describe a la población como el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo. Además explica que una definición adecuada de población debe realizarse a partir de los siguientes términos: elementos, unidades de muestro, alcance y tiempo.

Por otra parte Bavaresco (2006), la describe como el conjunto total de unidades de observación que se consideran en el estudio como nación, estado, localidades, grupos, comunidades objetos, instituciones asociaciones, actividades acontecimientos, establecimientos empresas, personas, animales, cosas, carros, es decir, la población es la totalidad de los elementos que forman un conjunto.

En este sentido y para efectos de esta investigación, se considera lo expuesto por Arias (2006), quien define a la población como el conjunto de población adulta y farmacias ubicadas en el municipio Maracaibo del estado Zulia, tomando como referencia la población del municipio Maracaibo comprendida desde 20 hasta 64 años de edad, la cual según informaciones proyectadas al 2010 del Instituto Nacional de Estadística (INE) en el censo 2001 es de 845.144 personas, distribuidas como consumidores de las 292 farmacias según datos de distribución de drogas, con la finalidad de analizar el comportamiento del consumidor de productos farmacéuticos en el Municipio Maracaibo.

4. MUESTRA Y MUESTREO

Para Arias (2006) la muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible, la cual es la porción finita de la población objetivo, a la que realmente se tiene acceso y de la que se extrae una muestra. El tamaño de la población accesible depende del tiempo y de los recursos del investigador.

Igualmente, Arias (2006) divide al muestreo en probabilístico, en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra, y no probabilístico en donde se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población de integrar la muestra, considerando dentro del no probabilístico al muestreo intencional, en el cual los elementos son escogidos con base en criterios o juicios preestablecidos por el investigador

Según Bernal (2006) la muestra es la parte de la población que se selecciona, donde realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuaran la medición y la observación de las variables objeto de estudio. Además Bernal indica que existen varias clasificaciones para los métodos de muestreo, las más usadas son: diseño probabilístico

De acuerdo a Bavaresco (2006) la muestra no es más que un subconjunto de la población, con la que se va a trabajar, aunque especifica que no en todas las investigaciones debe extraerse muestra de una población, si no que, se puede estudiar todo el universo.

Para objeto de la investigación, la población, estuvo compuesta por una muestra representativa de los clientes de las farmacias ubicadas en sectores más poblados de la ciudad quedando seleccionadas 30 farmacias y tomando en cuenta referencialmente a los residentes del municipio Maracaibo. Se fija posición con la teoría de Arias (2006), ya que la muestra fue de tipo no probabilístico, intencional, denominado Muestreo de Selección Intencionada o de conveniencia, por cuanto, el cuestionario se aplico a los clientes de las

farmacias, en el período seleccionado por el investigador para recolectar la información, tomando en cuenta la edad de la población, sus cualidades, así como la ubicación geográfica y relevancia de las farmacias, considerándose entonces como apropiada, debido a las características de la población objeto de estudio y a la facilidad de acceso a los elementos de la muestra.

Además, se determinó el tamaño de la población, utilizando la fórmula esquematizada por Bernal (2006) citando a Sierra Bravo cuya expresión matemática es la siguiente:

$$N = \frac{4 \times p \times q}{E^2}$$

Donde:

N: tamaño de la muestra

4: nivel de confianza 95,5%

p: probabilidad de ser seleccionado= 50%

q: probabilidad de ser rechazado= 50%

E: error maestro dispuesto a admitir= 5%

Al aplicar los cálculos se obtuvo lo siguiente:

$$N = \frac{4 \times 50 \times 50}{5^2}$$

N= 400 personas

Cuadro 2
Farmacias seleccionadas según su ubicación en sitios poblados

Nº	FARMACIA	DESCRIPCION	N de Sujetos
01	BENIDOR	Clientes de las farmacias	14
02	CAÑADA HONDA		14

Cont...Cuadro 2

Lista de farmacias seleccionadas para el estudio

Nº	FARMACIA	DESCRIPCION	N de Sujetos	
03	EL PEDREGAL	Clientes de las farmacias	14	
04	ETICA		14	
05	FARMACLICK		14	
06	FRAN SUR		14	
07	LA PARAGUITA		14	
08	LA POLAR		14	
09	LAS ALICIAS		14	
10	LAS LOMAS		14	
11	LOS EUCALIPTUS		13	
12	MI TOAS II		13	
13	NORIEGA TRIGO		13	
14	SALDIVIA		13	
15	SAN CARLOS		13	
16	SAN IGNACIO		13	
17	SAN LUCAS		13	
18	SAN JAVIER		13	
19	SAN JOSE		13	
20	SAN MARTIN		13	
21	SAN PEDRO		13	
22	SAN REMO		13	
23	SANTA ELENA		13	
24	SANTA MONICA		13	
25	SANTA ROSA		13	
26	SANTO TOMAS		13	
27	SUR AMERICA		13	
28	TENERIFE		13	
29	VIÑA DEL MAR		13	
30	VIRGINIA		13	
TOTAL: 30			TOTAL: 400	

Fuente: Elaboración propia

Por tanto, se tomo como muestras para este estudio 30 establecimientos farmacéuticos ya que son el 10% del total de las farmacias existentes en el municipio Maracaibo y seleccionados por su relevancia dentro de la ciudad, facilidad de acceso, cantidad de personas que la visitan, reconocimiento dentro del sector, colaboración de parte de los administradores, aplicando así el instrumento a 400 personas.

Una vez recolectadas las observaciones muestrales, el siguiente objetivo consistió en la estimación de estos mismos parámetros poblacionales de interés. Se seleccionó la muestra pidiendo la colaboración de las personas que se encuentren realizando compras de productos farmacéuticos.

5. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para Hernández, Fernández y Batista (2006), la medición es un proceso que vincula conceptos abstractos con indicadores empíricos por tanto el instrumento de medición es el recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente.

De acuerdo a lo definido por Muñoz (2002), son las herramientas utilizadas por el investigador en la recopilación de los datos, las cuales son seleccionadas conforme a las necesidades de la investigación, en función de la muestra elegida, y se aplican tanto para hacer acopio de los antecedentes como para la observación del fenómeno.

Igualmente los instrumentos de investigación según Chávez (2006), son los medios que utiliza el investigador para medir el comportamiento o

atributos de las variables entre estos se pueden mencionar: los cuestionarios, entrevistas y escalas de clasificación, entre otros

A continuación la técnica a utilizada fue la de observación mediante encuesta, definida por Chávez (2006) como el proceso a través del cual se obtiene información con la aplicación de instrumentos, como instrumento de recolección de datos se utilizara el cuestionario, quien la describe como un documento estructurado que se configura por un conjunto de preguntas cerradas, dirigidas a valorar el problema de estudio.

Seguidamente el cuestionario de esta investigación se realizó con la finalidad de determinar el comportamiento de los consumidores de productos farmacéuticos en el municipio Maracaibo, y está constituido por 56 preguntas cerradas con opciones de respuestas múltiples, para determinar los factores que influyen en su decisión de compra, las necesidades, motivaciones y los procesos de decisión de compra.

6. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

De acuerdo a Chávez (2006), la validez es eficacia con que un instrumento mide lo que se pretende y la confiabilidad es el grado con que se obtienen resultados similares en distintas aplicaciones. La validez de una escala esta también relacionada con su confiabilidad.

Para Munch (2001), se refiere a que la calificación o resultado obtenido mediante la aplicación del instrumento, mida lo que realmente se desea medir. La validez de contenido puede definirse como que el instrumento mida

todos los factores de la variable que se están estudiando y la confiabilidad se refiere a la estabilidad, consistencia y exactitud de los resultados, es decir, que los resultados obtenidos por el instrumento sean similares si se vuelven a aplicar sobre las mismas muestras en iguales condiciones.

Según lo expuesto por Hernández, Fernández y Baptista (2006), la confiabilidad como el grado en el que un instrumento produce resultado consistente y coherentes y la validez como el grado en el que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir.

En esta investigación se realizó la validez de contenido del cuestionario diseñado en concordancia con lo establecido por Chávez (2006), quien señala que la validez puede determinarse presentando el instrumento a un grupo de jueces expertos, lo cual es posible a través de un formato de validación (Ver Anexo A) el cual está diseñado con un conjunto de instrucciones solicitado la información sobre el juez y pidiendo su evaluación del instrumento de recolección (Ver Anexo B), se seleccionó jueces competentes en la materia de mercadeo y metodología pertenecientes a la Universidad Rafael Beloso Chacín, a fin de que contaran con la experiencia para valorar las interrogantes del instrumento, revisando así la pertinencia de los ítems con las variables, dimensiones, indicadores y anexos.

Los cinco expertos validaron el instrumento, considerando que los indicadores están suficientemente relacionados al contexto teórico y los ítems están redactados de forma adecuada. Adicionalmente dichos expertos

consideran que el instrumento mide en forma suficiente la variable objeto de estudio.

Por tanto, algunos de los comentarios emitidos por varios de los expertos en primer lugar mejorar la redacción de algunos indicadores con la finalidad de facilitar la comprensión para los sujetos, por otra parte se sugirió suprimir algunas preguntas de los indicadores. En relación a la dimensión necesidades, específicamente en el sub-indicador respeto perteneciente al indicador secundarios y sociales, en donde de dos (2) preguntas por sub-indicador, se colocó una (1) pregunta que agrupara todas las opciones, para facilitar el análisis de la sub dimensión y dimensión respectivamente.

Continuamente al determinar la confiabilidad se toma en cuenta igualmente a Chávez (2006) quien explica que es el grado en que se obtienen resultados similares, para calcular el índice se llevo a cabo una prueba piloto aplicándolo a cuarenta consumidores con características similares, a los datos obtenidos se aplico el cálculo de las dos mitades corregido por Spearman-Brown, para que el valor sea considerable para todo el instrumento, a través de las siguientes fórmulas:

$$R_{tt} = \frac{2r_{12}}{1 + r_{12}}$$

Donde:

Rtt = Correlación p y i

X_p = Puntajes de los ítems pares

X_i = Puntajes de los ítems impares

\bar{X}_p = Media de los ítems pares

\bar{X}_i = Media de los ítems impares

S_p = Desviación estándar de p

S_i = Desviación estándar de i

$$r(p)(i) = \frac{\sum (X_p - \bar{X}_p)(X_i - \bar{X}_i)}{S_p S_i}$$

$$r(p)(i) = 0.6996$$

Corrección Spearman-Brown:

$$r_{tt} = \frac{r}{1 - r}$$

$$r_{tt} = \frac{0.6996}{1 - 0.6996}$$

$$r_{tt} = 0.8233$$

De esta forma se establece el índice de confiabilidad del cuestionario que se aplicó a la muestra de estudio, arrojando un valor del 0.82 por lo que se considera según lo expuesto por Chávez (2006), quien explica que la confiabilidad se mide en valores del cero al uno, en donde el uno representa la máxima confiabilidad, como suficientemente confiable para su aplicación a la muestra en estudio.

7. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

En relación al tratamiento estadístico de los datos recolectados, se consultó a Chávez (2006), quien indica que la tabulación de los datos es una técnica que emplea el investigador para procesar la información recolectada, lo cual permite lograr la organización de los datos relativos a una variable, indicadores e ítems.

Dentro de esta perspectiva, Hernández y col (2006, p. 408) indica que el análisis de los datos se efectúa sobre la matriz de datos, analizando descriptivamente los datos por variable o indicador, este análisis viene dado por estadísticas descriptivas a través de la frecuencia absoluta dada por la cantidad de unidades de análisis que respondieron alguna pregunta, y por la frecuencia relativa, representada por el porcentaje de la cantidad de miembros que respondieron esa pregunta.

En la presente investigación, el autor se guía por el concepto Hernández y col (2006), en donde el análisis de los datos, permitieron el logro de cada uno de los objetivos específicos, correspondientes a identificar los aspectos externos que influyen en el comportamiento del consumidor de productos farmacéuticos en el municipio Maracaibo, (b) describir los aspectos internos que influyen en el comportamiento del consumidor de productos farmacéuticos, (c) establecer las necesidades del consumidor de productos farmacéuticos en el municipio Maracaibo.

Igualmente, en el caso de los objetivos específicos sobre (d) caracterizar las motivaciones del consumidor de productos farmacéuticos en el municipio Maracaibo y (e) determinar el proceso de decisión de compra de los consumidores de productos.

Por tanto, requiere de la realización de un proceso sistemático y cuidadoso en relación con el traslado de las respuestas emitidas por cada sujeto de la muestra a una tabla de tabulación. Para proceder con el análisis de los datos, se realizará la tabulación de éstos con el empleo de tablas de doble entrada.

Dentro de estas tablas, se asentaron los códigos de respuestas que emitieron los integrantes de la población objeto de estudio. Asimismo, se utilizó la estadística descriptiva, donde se calcularon las distribuciones absolutas (fa) y relativas (fr) (%) de las respuestas arrojadas por la muestra, lo que orientó a la consecución de los resultados que darán solución al planteamiento del problema. Éste se calculará a partir de las puntuaciones obtenidas en la muestra.

En concordancia con lo antes expuesto, la técnica de análisis fue llevada a cabo mediante la tabulación de los resultados por ítems, los cuales posteriormente fueron evaluados en función de la dimensión a la que pertenecen, tomando la data más relevante de cada dimensión, hacer un análisis de la variable de estudio, en contraste con los autores y los antecedentes.

Asimismo se identifico los aspectos externos e internos que influyen en el comportamiento de compra, al igual que se describió las necesidades primarias y secundarias de la población, caracterizando los motivos de compra y determino el proceso de decisión de compra de los consumidores de productos farmacéuticos.