



CAPÍTULO III

Metodología

Para la elaboración de la presente investigación se eligió como escenario una muestra de tres restaurantes de la ciudad de Oaxaca: restaurante El Refectorio que incluye cuatro secciones (los Cántaros, las Bugambilias, Arcada de los Naranjos y la Cocina Antigua) y cuenta con el Bar Las Novicias; restaurante Los Pacos de Antequera, S.A. de C.V.; restaurante y pizzería El Sagrario; y uno más en la ciudad de Puebla: restaurante Mesón Sacristía de las Capuchinas; los cuales contaban con la certificación del Distintivo H y eran de los más visitados tanto por turistas nacionales como extranjeros.

3.1 Tipo de Investigación

Este estudio se basó en el método Descriptivo-Cuantitativo para alcanzar los objetivos planteados en un inicio. De acuerdo a Dankhe (1986) los estudios descriptivos tienen el propósito de detallar las cualidades principales de personas, agrupaciones o sociedades que puedan llegar a investigarse, es decir, calculan o estiman distintas características, factores o elementos del hecho a estudiar. En este tipo de investigación se elabora una lista de preguntas (variables) a las que se asignan distintos valores para su evaluación, para posteriormente explicar los resultados obtenidos, esto es, se miden los valores de las variables de manera independiente para después integrarlos y finalmente, establecer cómo



es y cómo se manifiesta el fenómeno que se está estudiando (Hernández, Fernández & Baptista, 1998).

Para llevar a cabo este método se aplicaron cuestionarios a las áreas de producción y servicio, se entrevistó a los gerentes y chef ejecutivos de los restaurantes elegidos y se aplicó encuestas a los clientes.

3.2 Sujetos de Estudio

Selltiz define la población como un grupo de sujetos que comparten características similares (Hernández et al., 2001). De esta manera, se eligieron como sujetos de estudio a una muestra de restaurantes que contaban con la certificación del Distintivo H, dos de ellos se ubicaron en el Centro Histórico y uno en la colonia Reforma de la ciudad de Oaxaca (véase anexo IV), mientras que uno más se ubicó en el Centro Histórico de la ciudad de Puebla. Los restaurantes se seleccionaron tomando como características que estuvieran certificados. A continuación se presenta una tabla de los restaurantes tomados como muestra para la investigación de este estudio:

Tabla 3.3.1 Lista de restaurantes con Distintivo H, gerentes, direcciones y su clasificación.

Restaurante	Gerente	Dirección	Especialidad
Restaurante Mesón Sacristía de las Capuchinas	Lic. Leobardo Espinoza	9 oriente No. 16 del Centro Histórico de la ciudad de Puebla	Regional
Restaurante-Bar Los Pacos de Antequera	Lic. Laura Canseco	Belisario Domínguez #108. Col. Reforma	Regional
Restaurante-Bar El Refectorio	Lic. Armando Sánchez	5 de mayo # 300	Regional
Restaurante-Bar Pizzería El Sagrario	Ing. Rocío Aguilar	Valdivieso #120	Regional Internacional

Fuente: Elaboración propia

3.3 Tamaño de Muestra

Roberto Hernández et al. (1998) define la muestra como un subconjunto de la población donde se han establecido características específicas. En este caso, se utilizó una muestra no probabilística por conveniencia, ya que la elección de los restaurantes no dependió de la probabilidad sino de las cualidades que se buscaban en los sujetos. Además, Malhotra (1997) menciona que “con frecuencia se selecciona a los entrevistados porque se encuentran en el lugar adecuado en el momento oportuno” (p.366). Por otro lado, este autor también señala que “las unidades de muestra son accesibles, fáciles de medir y cooperativas” (p.366).



Así que la muestra de esta investigación se conformó de los gerentes, chef ejecutivos, comensales y personal de las áreas de producción y servicio de los cuatro restaurantes antes mencionados: Los Pacos de Antequera, El Refectorio del hotel Camino Real Oaxaca y El Sagrario de la ciudad de Oaxaca, así como el restaurante Mesón Sacristía de Capuchinas de la ciudad de Puebla.

Para la aplicación de los cuestionarios y entrevistas a todos los empleados del área de producción y servicio se solicitó la colaboración de los mismos a través de los gerentes o dueños, quienes amablemente aceptaron apoyar en el proyecto. De esta manera, la muestra total fue de 79 personas encuestadas: cuatro gerentes, tres chef ejecutivos, ocho ayudantes de cocina, seis barman, 11 cocineros, dos de intendencia, siete lava loza, 29 meseros, cuatro pizzeros y cinco supervisores. De los cuales 39 eran del área de producción y 40 del área de servicio.

Para la selección de la muestra de comensales no se tomó ninguna característica en específico, las encuestas se aplicaron en forma aleatoria a las personas que asistieron al establecimiento los días destinados para la aplicación de los otros instrumentos en las ciudades de Oaxaca y Puebla. Según León & Montero (1997) el muestreo aleatorio es “la acción de extraer muestras mediante el uso del azar, de tal forma que todos los elementos de la población tengan la misma probabilidad de formar parte de la muestra” (p.67). Así el total de comensales encuestados en los tres restaurantes en el lapso de 2 semanas fue de 154.

Tabla 3.3.2 Concentrado del total de muestras en cada uno de los restaurantes.

Puesto	Restaurante				Totales
	A	B	C	D	
Gerente	1	1	1	1	4
Chef Ejecutivo	1	1	1	0	3
Ayudante de cocina	0	2	4	2	8
Barman	0	1	3	2	6
Cocinero	1	2	1	7	11
Intendencia	0	0	0	2	2
Lava loza	0	1	6	0	7
Mesero	1	5	11	12	29
Pizzero	0	0	0	4	4
Supervisor	0	1	1	3	5
Totales	4	14	28	33	79

Fuente: Elaboración propia

3.4 Instrumento

Para obtener la información, se buscaron instrumentos que hubiesen sido utilizados anteriormente en tesis relacionadas con el manejo higiénico de los alimentos. De esta manera, se encontraron tres investigaciones en las que se basó el instrumento de medición del presente estudio: 1) Evaluación del nivel de conocimientos de empleados y la percepción de los clientes durante el proceso de obtención de la certificación H en un restaurante de la ciudad de Puebla (Aguilar & Vázquez, 2003); 2) Conocimiento y aplicación del Distintivo H en restaurantes de la Avenida Juárez de la ciudad de Puebla (Luna & Villa, 2003) y 3) Análisis de los estándares de calidad en el manejo higiénico de

los alimentos en los hoteles Fiesta Americana, Fiesta Inn, Radisson, Crowne Plaza, Marrito Real y Camino Real de la ciudad de Puebla (Rodríguez & Cárdenas, 2004).

De este modo, Malhotra (1997) define un cuestionario como “el conjunto formal de preguntas para obtener información por parte de los entrevistados” (p.318). Además este autor señala que un cuestionario debe contar con tres objetivos principales: 1) Convertir la información necesaria a un grupo de preguntas precisas para que los sujetos de estudio entiendan y respondan con claridad; 2) Motivar a los sujetos de estudio para que cooperen con seriedad en la investigación, proporcionando la información requerida y 3) Disminuir el error de respuesta, es decir, que los entrevistados proporcionen respuestas exactas y claras de acuerdo a lo que se pregunta.

Así, de acuerdo a los objetivos de la presente investigación, se diseñaron cuatro instrumentos. El primero de éstos fue elaborado para los gerentes, ya que se necesitaba recavar información a nivel administrativo acerca del proceso de certificación del Distintivo H en la ciudad de Oaxaca, así como de las ventajas y desventajas que se han presentado a partir de su obtención (véase anexo V).

Por otro lado, el segundo cuestionario se enfocó a los chef ejecutivos con el propósito de obtener información a nivel operativo sobre el proceso de certificación, así como conocer las ventajas y desventajas que han obtenido al aplicar la Norma H (véase anexo VI).

De igual manera, el tercer cuestionario se diseñó para el área de producción y servicio con el fin de averiguar el nivel de conocimientos que tenían sobre el manejo higiénico de los alimentos, el cual incluyó 12 variables: enfermedades transmitidas por



alimentos, método de almacenamiento de alimentos, higiene personal, temperaturas, métodos de descongelación, contaminación cruzada, norma HACCP, accidentes, cortaduras y heridas, almacenamiento de productos de limpieza y químicos, método de lavado, limpieza y sanitización, y condiciones para la reproducción de bacterias (véase anexo VII).

Cabe mencionar que en los instrumentos dirigidos a los gerentes y chef ejecutivos, se incluyeron variables de información general del establecimiento como el número de cubiertos, el número de empleados y el tiempo en el puesto, con la finalidad de recolectar datos que ayudaron a programar la aplicación de los instrumentos. Así también en los cuatro instrumentos se incluyeron variables de tipo demográfico como edad, género, escolaridad y lugar de origen para obtener una base de datos que ayudó a interpretar y analizar la información.

Para la elaboración del cuestionario se tomaron como muestra los instrumentos de medición utilizados en las tesis antes mencionadas, de esta manera se preparó un primer cuestionario que incluía preguntas de opción múltiple y preguntas abiertas, el cual fue revisado por la Dra. Guadalupe Revilla y el Dr. Esteban Burguete del departamento de Administración Hoteles y Restaurantes e Ingeniería Industrial respectivamente. Después de sus comentarios sobre la estructura y redacción de las preguntas se hicieron modificaciones: se omitieron las preguntas de opción múltiple y se optó por un cuestionario de preguntas abiertas en su totalidad para evitar respuestas dirigidas. Una vez modificado el instrumento, se aplicó una prueba piloto a 20 personas del área de producción del comedor “Las Américas” y “El Ágora” de la Universidad de las Américas Puebla; con la finalidad de identificar si las instrucciones eran claras y si las preguntas



arrojaban la información deseada. De acuerdo a Hernández et al. (1998) la prueba piloto es la aplicación del cuestionario a personas con las mismas características que la muestra o población a medir en la investigación. Esta prueba se realiza a un grupo reducido, por lo que los autores sugieren que la prueba piloto se aplique de 25 a 60 personas cuando la muestra sea de 200 o más.

Finalmente se elaboró un cuestionario dirigido a los clientes que frecuentaban estos restaurantes para investigar si conocían el Distintivo H, si sabían que el establecimiento contaba con éste y si la higiene era un factor importante en la elección del lugar (véase anexo VIII).

Las características que se utilizaron en los cuestionarios fueron: extensión corta con preguntas específicas, claras y fáciles de comprender; un vocabulario coloquial para el área de producción y servicio y, un vocabulario formal para los gerentes y chef ejecutivos.

3.5 Procedimiento

Para llevar a cabo el proyecto dentro de los restaurantes antes mencionados, se siguió el siguiente procedimiento:

El 27 de septiembre de 2005 se visitó a los seis restaurantes certificados con el Distintivo H en la ciudad de Oaxaca para pedir la autorización de aplicar el instrumento de medición, de los cuales tres se negaron a participar poniendo como excusas falta de tiempo, que la persona encargada del seguimiento del programa estaba muy ocupada y que no estaba interesada o que había una nueva plantilla de personal que no estaba capacitada para



contestar a los cuestionarios. Por lo que se decidió trabajar con los otros tres restaurantes que accedieron a la aplicación de los instrumentos.

El 3 y 4 de octubre se trabajó en el restaurante el Refectorio del Hotel Camino Real de Oaxaca; donde se aplicó el instrumento al gerente, al chef ejecutivo y al área de producción y servicio. Por otro lado, se aplicó el cuestionario a los comensales, pero debido a que la temporada de turistas era baja y a que las personas no contestaban el cuestionario se decidió suspender la aplicación en el establecimiento.

En el restaurante Los Pacos se comenzó y terminó con la aplicación de cuestionarios el 5 de octubre, gracias a que la plantilla era de 14 personas y el flujo de comensales durante la mañana era bajo. Respecto a las encuestas para los comensales, se dejaron 100 encuestas para ser aplicadas por el restaurante en un periodo de dos semanas.

Posteriormente, el 6 y 7 de octubre se trabajó con el restaurante-bar El Sagrario, el primer día se entrevistó al turno matutino y el segundo día al turno vespertino. Al igual que en Los Pacos, se dejaron 100 encuestas para ser aplicadas por el restaurante durante las dos semanas siguientes.

El 9 de octubre se aplicaron los instrumentos dirigidos al gerente y chef ejecutivo del Restaurante Mesón Sacristía de las Capuchinas y el día siguiente se aplicó el cuestionario al área de producción y servicio.

Cabe mencionar, que los cuestionarios se aplicaron directamente al personal para agilizar el proceso; en cada uno de los restaurantes se destino una mesa para la aplicación de las encuestas donde los empleados llegaban y los entrevistadores hacían verbalmente las



preguntas, puesto que algunas personas tenían problemas de la vista, no sabían leer o escribir correctamente.