



## CAPITULO III

### *Metodología*

Este capítulo tiene como propósito presentar la metodología empleada para la recolección de datos y el desarrollo de la investigación; ejemplo de ello es el tipo de investigación, los sujetos de estudio, la muestra, además de los instrumentos de medición y el procedimiento utilizado durante el presente estudio.

#### *3.1 Tipo de investigación*

Hernández, Fernández y Baptista (2006) definen la investigación como “un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno” (p. 22) cuyos objetivos primordiales son la contribución a resolver un problema en especial, probar una teoría o aportar evidencia empírica a favor de ella.



Una investigación se puede clasificar dependiendo su enfoque, su diseño, el análisis de datos, el tiempo de estudio, entre otros. El presente estudio, debido a su diseño es un estudio no experimental, definido como aquel que se realiza sin la manipulación intencional de las variables para ver su efecto y en el que sólo se observan los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos; es decir, no se construye ninguna situación y las variables independientes ocurren y no pueden ser manipuladas.

Debido al tiempo de estudio, se considera de tipo transeccional puesto que el periodo de recopilación de datos se hizo en un momento único (Hernández et al., 2006).

Debido a su enfoque, la presente investigación es de tipo descriptiva ya que es un estudio en el que se especifican características de la población en estudio y se miden, evalúan y recolectan datos con el fin de determinar las necesidades y el grado de capacitación que presentan los gerentes y los empleados de las áreas de producción y de servicio de los restaurantes, además de describir lo investigado.

Igualmente es un estudio cuantitativo puesto que, con base en una medición numérica y un análisis estadístico, usa la recolección de datos para probar una hipótesis para establecer patrones de comportamiento y probar teorías, además de que las variables medidas se transforman a datos numéricos, es decir, datos cuantificables que son analizados estadísticamente y se extienden a un universo más amplio (Hernández et al., 2006).

### 3.2 *Sujetos de estudio*

Los sujetos de estudio fueron los gerentes y empleados de las áreas de servicio y producción, pertenecientes a restaurantes de servicio completo afiliados a la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados de la delegación Puebla, distribuidos principalmente en el centro de la ciudad, la avenida Juárez y Palmas plaza. Se consideraron los restaurantes únicamente de servicio completo por su estructura organizacional, además porque cuentan con un número de empleados mayor que facilita el estudio de investigación.

La determinación de los restaurantes participantes se realizó mediante una base de datos que incluía a los restaurantes afiliados a la cámara, la cual fue proporcionada por el Maestro Roberto Quintero (entrevista, 05 de febrero, 2008). Tras la obtención de la base de datos se procedió a la selección de aquellos restaurantes de servicio completo que se encontraran activos en el padrón de la cámara, obteniéndose un resultado de 17 restaurantes. Posteriormente se le solicitó a los restauranteros seleccionados su participación para llevar a cabo la investigación, por lo que se realizó una visita a dichos establecimientos y después de que los gerentes y propietarios revisaron las encuestas a aplicar, únicamente se contó con el apoyo de ocho restaurantes que se mencionarán a continuación:

❖ *Restaurante La Silla*

Especializado en cortes americanos y cabrito, el restaurante se encuentra ubicado en la Avenida Juárez No. 1725 en la ciudad de Puebla. Además del servicio de alimentos y

bebidas, el restaurante ofrece servicios adicionales como son área de juegos para niños, estacionamiento propio, privado para eventos y valet parking (La Silla, 2003).

❖ *Restaurante La Estancia Argentina*

El restaurante La Estancia Argentina se encuentra ubicado en la Avenida Juárez y 29 sur en la ciudad de Puebla. Se especializa en carnes y cocina argentina, ofrece el servicio adicional de valet parking (La Estancia Argentina, 2006).

❖ *Restaurante Ex Hacienda La Noria*

En los terrenos de la antigua Ex Hacienda de San Miguel La Noria, se encuentra lo que hoy en día es el tradicionalmente contemporáneo restaurante Ex Hacienda La Noria, ubicado en la 23 sur esquina con 41 poniente y cuenta con atención especial para grupos incluyendo una cava (Restaurante La Noria, 2008).

❖ *Restaurante La Cueva del Oso*

Ubicado en la 25 oriente y 18 sur colonia El Mirador, es un restaurante especializado en cortes americanos de carne, ofreciendo adicionalmente el servicio de parrilladas y la oportunidad de ingresar al club de franquiciatarios del restaurante (La Cueva del Oso, 2008).

❖ *Restaurante El Mural de los Poblanos*

El restaurante ofrece una combinación de platillos españoles y una selección de platillos conventuales y coloniales de la cocina poblana. Se encuentra ubicado en la 16 de septiembre No. 506 en el centro histórico de la ciudad de Puebla. Ofrece servicios para atender eventos especiales y se distingue por su interés de acercar el turismo a la



historia y tradición culinaria poblana. El restaurante posee un mural en su interior con personajes poblanos, de ahí su nombre (El Mural de los Poblanos, 2008).

❖ Restaurante Allegue Juárez

Ubicado en la Avenida Juárez No. 2909 colonia La Paz, el Restaurante Allegue se especializa en cocina española y cocina contemporánea como son la paella valenciana, la ternera, el cabrito, fabadas y tapas (GOPuebla. 2008).

❖ Restaurante Midtown

Se encuentra ubicado en Palmas Plaza, en la reserva territorial Atlixcayotl. El restaurante Midtown está especializado en la gastronomía internacional especialmente en cortes de carne y vinos (Directorio Empresarial, 2006).

❖ Restaurante Berlín Petrus

Restaurante de comida internacional especializado en la gastronomía alemana, se encuentra ubicado en Palmas Plaza en la reserva territorial Atlixcayotl. El restaurante cuenta con pantalla gigante, música en vivo, juegos de mesa, entre otros (Sección Amarilla, 2008).

### ***3.3 Tamaño de la muestra***

Hernández et al. (2006) define la muestra como un subgrupo de la población de interés con características específicas, la cual puede ser probabilística o no probabilística. Para el presente estudio se utilizó una muestra no probabilística por conveniencia ya que la



elección de los elementos no dependió de la probabilidad sino de las características y cualidades de los sujetos más convenientes para el estudio, además de que la participación fue totalmente voluntaria.

De forma que la muestra para esta investigación estuvo conformada por los gerentes y los empleados de producción y servicio de los ocho restaurantes antes mencionados: La Silla, La Estancia Argentina, Ex Hacienda La Noria, La Cueva del Oso, el Mural de los Poblanos, Allegue Juárez, MidTown y finalmente, el restaurante Berlín Petrus.

Se aplicaron un total de diez encuestas a gerentes, mismos que apoyaron para la aplicación posterior de las encuestas a los empleados de producción y de servicio a los que se les aplicaron un total de 108 encuestas. Como resultado, la muestra total fue de 118 encuestas. El número de encuestas aplicadas por puesto de trabajo se indica en la tabla 1:

**Tabla 1.** Concentrado del total de encuestas aplicadas por puesto de trabajo

<i>Puesto de Trabajo</i>	<i>Total de encuestas</i>
Almacén	4
Auxiliar de contador	2
Ayudante de barra	4
Barman	6
Cajero	8
Capitán	4
Capturista	1
Chef ejecutivo	3
Chofer	1
Cocinero	10
Contador	1
Dependiente de comedor	8

Disc Jockey	1
Encargada de administración	1
Garrotero	4
Hostess	5
Intendencia	3
Lava loza	1
Lava vasos	1
Mayora	2
Mesero	29
Parrillero	6
Seguridad	1
Subcapitán	1
Valet Parking	1
Gerentes / Supervisores	10
<i>Total de encuestas</i>	<i>118</i>

Fuente: Elaboración propia

Es importante señalar que las encuestas no fueron aplicadas a la totalidad de empleados de cada uno de los ocho restaurantes participantes ya que la colaboración era voluntaria. También se encontraron limitantes de tiempo por parte de los gerentes de los restaurantes y de los mismos empleados de producción y de servicio.

### ***3.4 Instrumentos de medición***

Para Hernández et al. (2006) el instrumento de medición es “un recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente” (p. 276). En toda investigación cuantitativa se aplica un instrumento para medir las variables contenidas en la hipótesis, y en caso de no existir hipótesis simplemente se miden las variables de interés. El instrumento utilizado en la presente investigación fue la encuesta (Hernández et al., 2006).



Fueron dos los instrumentos utilizados en esta investigación, el primero (véase anexo I) fue aplicado a empleados de producción y servicio y el segundo instrumento (véase anexo II) se aplicó a gerentes o supervisores de los restaurantes antes mencionados, para así conocer las necesidades de capacitación que poseen respectivamente; asimismo evaluar el conocimiento de los gerentes acerca de las certificaciones y sus beneficios en la capacitación. Ambas encuestas fueron validadas por la Consultoría en Recursos Humanos *MDO Consultores* y por la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Sosa Cázarez, 2008).

Ambos instrumentos cuentan con preguntas abiertas y cerradas. Para Hernández et al. (2006) las preguntas abiertas “son aquellas donde no se delimitan las opciones de respuesta” (p. 316) y con las cuales se puede profundizar en una opinión.

Las preguntas cerradas son aquellas que contienen opciones de respuestas previamente delimitadas y las cuales pueden ser dicotómicas (dos posibilidades de respuesta) o incluir varias opciones de respuesta. Igualmente contiene preguntas cerradas donde el sujeto puede seleccionar más de una opción o categoría de respuesta, pudiendo marcar una, dos, tres, cuatro o más opciones de respuesta y donde las categorías no son mutuamente excluyentes (Hernández et al., 2006).

El primer instrumento de medición, aplicado a empleados de producción y servicio de los restaurantes turísticos que participaron en la investigación, cuenta con un total de 18 preguntas abiertas y cerradas. Las primeras cinco preguntas son llamadas *demográficas o de ubicación del sujeto*, tales como género, edad, empresa, puesto y antigüedad. Posteriormente se realizaron preguntas referentes a:



- ❖ Cursos de capacitación recibidos y duración de los mismos.
- ❖ Sugerencias de cursos de capacitación para su crecimiento profesional.
- ❖ Área en la cual se consideran expertos.
- ❖ Cursos que puedan cubrir sus deficiencias en capacitación.
- ❖ El interés por un crecimiento dentro de la empresa y el apoyo de la misma para lograr dicho objetivo.

La segunda encuesta, aplicada a los gerentes y directores de los restaurantes se encuentra dividida en dos secciones con un total de 27 preguntas abiertas y cerradas. La primera sección de la encuesta contiene preguntas demográficas o de ubicación del sujeto. Además se incluyen preguntas relativas a los cursos de capacitación recibidos y duración de los mismos, el nivel de dominio de las áreas de cocina y servicio, las áreas que podrían mejorar su desempeño, sugerencias de cursos de capacitación para los empleados del restaurante y finalmente, área en la cual se consideran expertos.

En la segunda sección de la encuesta a gerentes o directores, se hace referencia al conocimiento de los sujetos acerca de las certificaciones ofrecidas a empresas restauranteras en el estado de Puebla y sus beneficios en la capacitación a empleados.

### ***3.5 Procedimiento de la aplicación***

Como se mencionó anteriormente, se pidió el apoyo de 17 restaurantes de servicio completo pertenecientes a la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados de la delegación Puebla, de los cuales únicamente ocho



fueron los que apoyaron la investigación debido a la poca disposición de los dueños de los establecimientos y la negativa para proporcionar información.

La aplicación de la encuesta fue de forma *autoadministrada*, lo que significa que fue proporcionada directamente a los participantes, no hay intermediarios y las respuestas son marcadas por los mismos sujetos. Se considera de caso individual pues fue entregada al sujeto y éste respondió en su lugar de trabajo. Debido a que durante la aplicación de las encuestas se encontraron dos personas analfabetas, la aplicación del instrumento de medición para ellas fue mediante entrevista, donde el entrevistador cuestionó a dichos sujetos y simultáneamente anotó las respuestas, siendo una especie de filtro (Hernández et al. 2006).

El procedimiento de aplicación de las encuestas fue el siguiente:

Se tuvo contacto con los restauranteros previamente seleccionados mediante una carta y llamadas telefónicas, solicitando así su apoyo para la investigación. Después de esto, algunos restauranteros pidieron el formato de la encuesta a aplicar y tras su análisis decidieron apoyar o no el estudio.

Tan pronto como se obtuvo respuesta de las empresas, se acudió a ellas para la aplicación de las encuestas. En los restaurantes La Silla, Ex Hacienda La Noria y La Cueva del Oso, las encuestas fueron aplicadas el mismo día en que se visitó la empresa. En cambio, en los restaurantes La Estancia Argentina, El Mural de los Poblanos, Allegue Juárez, MidTown y Berlín Petrus las encuestas fueron entregadas al gerente, quien fue el encargado de aplicarlas a su personal y posteriormente fueron recogidas en



un lapso de ocho días posteriores a su entrega. La totalidad de las encuestas fue aplicada durante los meses de julio y agosto de 2008.

Se descartaron cinco encuestas por los siguientes motivos:

- ❖ Por haber marcado todas y cada una de las casillas de respuesta sin excepción alguna.
- ❖ Por falta de información, como el puesto desempeñado, empresa o edad.
- ❖ Tras haber escrito sus datos en las preguntas demográficas, el resto de la encuesta fue entregada en blanco.

Las respuestas obtenidas de los instrumentos de medición fueron transformadas en datos cuantitativos por medio de la codificación. Se utilizó el programa Microsoft Office Excel 2007 para la captura de los datos y se emigraron dichos datos al paquete estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para realizar el análisis de datos.