

Fortalezas y debilidades de la industria cárnica de Huauchinango y su potencialidad en la industria restaurantera de la ciudad de Puebla

Hernández Covarrubias, Luis Gerardo

2022-12-05

<https://hdl.handle.net/20.500.11777/5603>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>



FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA INDUSTRIA CÁRNICA DE HUAUCHINANGO Y SU
POTENCIALIDAD EN LA INDUSTRIA RESTAURANTERA DE LA CIUDAD DE PUEBLA.

LUIS GERARDO HERNÁNDEZ COVARRUBIAS

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA PUEBLA
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y DE LA HOSPITALIDAD
DEPARTAMENTO DE NEGOCIOS
PUEBLA, PUEBLA.
OTOÑO 2022.

ÍNDICE

1. Introducción	1
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Justificación	3
1.3 Objetivos	4
1.3.1 Objetivo general.....	4
1.3.2 Objetivos específicos	5
1.4 Pregunta de investigación	5
1.5 Alcances y limitaciones.....	6
1.5.1 Alcances	6
1.5.2 Limitaciones	6
2 Marco Teórico	7
2.1 Marco contextual	7
2.1.1 Estado de Puebla.....	8
2.1.1.1 Huauchinango.....	11
2.1.1.2 Ciudad de Puebla	13
2.2 Marco Teórico.....	16
2.2.1 Industria de la Hospitalidad en la Ciudad de Puebla	16
2.2.2 Industria gastronómica del estado de Puebla.....	18
2.2.2.1 Comida típica poblana en la Ciudad de Puebla.....	19
2.2.2.2 Carne bovina en Huauchinango	21
2.2.3 Restaurantes típicos poblanos.....	24
2.2.3.1 El Mural de los Poblanos	25
2.2.3.2 Casareyna.....	28

2.2.4	Caso de éxito	30
3	Metodología.....	33
3.1	Tipos de investigación	33
3.1.1	Investigación inductiva.....	33
3.1.2	Investigación deductiva.....	34
3.1.3	Investigación descriptiva.....	34
3.1.4	Elección del tipo de investigación	35
3.2	Métodos, técnicas e instrumentos	35
3.2.1	Métodos	35
3.2.1.1	No intervención	36
3.2.1.2	Mediana intervención	36
3.2.1.3	Intervención	37
3.2.1.4	Elección de método	38
3.2.2	Técnicas.....	38
3.2.2.1	Observación.....	39
3.2.2.2	Entrevista semiestructurada	40
3.2.2.3	Elección de técnicas	41
3.2.3	Instrumentos	41
3.2.3.1	Guía de observación	42
3.2.3.2	Guía de entrevista semiestructurada	43
3.3	Universo, población y muestra	45
3.3.1	Universo.....	45
3.3.2	Población	45
3.3.2.1	Geográfica	45
3.3.2.2	Demográfica.....	46

3.3.2.3	Psicográfica.....	47
3.3.2.4	Tasa de uso	47
3.3.2.5	Selección del objeto de estudio	48
3.3.3	Muestra	49
4	Resultados	51
4.1	Resultados de la observación.....	51
4.1.1	Resultados observación El Mural de los Poblanos.....	51
4.1.2	Resultados observación Casareyna	59
4.2	Resultados de la entrevista semiestructurada.....	67
5	Conclusiones	71
6	Propuesta	76
6.1	Acciones a realizar	76
6.1.1	Rediseño del menú en Casareyna y El Mural de los Poblanos.....	77
6.1.2	Eventos tipo parrilladas para generar un acercamiento	78
6.1.3	Nuevo concepto de restaurante en la ciudad de Puebla	79
6.2	Responsables	79
6.3	Planificación de la ejecución.....	81
6.4	Recursos y costos	82
6.5	Sistema de seguimiento	86

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Mapa ubicación de Puebla	8
Imagen 2: Colindancias del Estado de Puebla.....	9
Imagen 3: Climas en el estado de Puebla.....	10
Imagen 4: Municipio de Huauchinango	11
Imagen 5: Presa de Nexapa en Huauchinango Puebla	13
Imagen 6: Ciudad de Puebla	14
Imagen 7: Distintivo Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica Puebla.....	20
Imagen 8: Logo El Mural de los Poblanos.....	24
Imagen 9: Logo Casareyna	25
Fuente. Casareyna (2022).....	25
Imagen 10: Comedor El Mural de los poblanos	26
Imagen 11: Mural de los Poblanos	27
Imagen 12: Restaurante Casareyna.....	29
Imagen 13: Restaurante Casareyna.....	30
Imagen 14: Hawksmoor Spitalfields, Londres	31
Imagen 15: Cortes de carne Hawksmoor	32
Imagen 16: Diagrama planificación de la ejecución	82

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Llegada de turistas al municipio de Puebla	15
Gráfica 2: Bovinos para producción de carne en Huauchinango	22
Gráfica 3: Volumen de bovino carne en canal por región 2018	23
Gráfica 4: Pregunta 1 ¿La persona va acompañada?.....	52
Gráfica 5: Pregunta 2 ¿Los meseros explican la carta?.....	52
Gráfica 6: Pregunta 3 ¿Se resaltan los platillos de temporada en la carta?	53
Gráfica 7: Pregunta 4 ¿El menú incluye opciones de cortes de carne en alguna sección?.....	53
Gráfica 8: Pregunta 5 ¿Son variadas las opciones de cortes de carne?	54
Gráfica 9: Pregunta 6 ¿El mesero da alguna sugerencia de platillos, adicional a los de temporada?	55
Gráfica 10: Pregunta 7 ¿El comensal pregunta sobre otra opción que no sean los más típicos?	55
Gráfica 11: Pregunta 8 ¿El comensal hace preguntas a los meseros sobre los platillos (preparación u origen)?	56
Gráfica 12: Pregunta 9 ¿El comensal tarda en elegir un platillo?	57
Gráfica 13: Pregunta 10 ¿Predomina algún platillo en la mesa dejando fuera los de temporada?	57
Gráfica 14: Pregunta 11 ¿Se consumió algún platillo con carne bovina?	58
Gráfica 15: Pregunta 12 ¿Se consumió el platillo de temporada?	58

Gráfica 16: Pregunta 1 ¿La persona va acompañada?.....	59
Gráfica 17: Pregunta 2 ¿Los meseros explican la carta?.....	60
Gráfica 18: Pregunta 3 ¿Se resaltan los platillos de temporada en la carta?	60
Gráfica 19: Pregunta 4 ¿El menú incluye opciones de cortes de carne en alguna sección?.....	61
Gráfica 20: Pregunta 5 ¿Son variadas las opciones de cortes de carne?	61
Gráfica 21: Pregunta 6 ¿El mesero da alguna sugerencia de platillos, adicional a los de temporada?	62
Gráfica 22: Pregunta 7 ¿El comensal pregunta sobre otra opción que no sean los más típicos?	63
Gráfica 23: Pregunta 8 ¿El comensal hace preguntas a los meseros sobre los platillos (preparación u origen)?	63
Gráfica 24: Pregunta 9 ¿El comensal tarda en elegir un platillo?	64
Gráfica 25: Pregunta 10 ¿Predomina algún platillo en la mesa dejando fuera los de temporada?	65
Gráfica 26: Pregunta 11 ¿Se consumió algún platillo con carne bovina?	65
Gráfica 27: Pregunta 12 ¿Se consumió el platillo de temporada?	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Municipio de Puebla	17
Tabla 2: Guía de observación.	42
Tabla 3: Guía de la entrevista semiestructurada.....	44
Tabla 4: Presupuesto propuesta uno rediseño de menús.....	83
Tabla 5: Presupuesto propuesta dos eventos tipo parrilladas.....	84
Tabla 6: Presupuesto propuesta tres nuevo restaurante	85
Tabla 7: Colaboradores y sueldos mensuales	86

1. Introducción

El siguiente trabajo de investigación hablará sobre las fortalezas y debilidades de la industria cárnica de Huachinango y su potencialidad en la industria restaurantera de la ciudad de Puebla. Se empezará presentando un panorama general de la investigación desde el planteamiento del problema, objetivos hasta posibles limitaciones que se presenten.

Así mismo se dará un marco contextual y teórico sobre los lugares geográficos tratados y las industrias que se abordan desde la correspondiente a la hospitalidad, pasando por la gastronómica en donde se abordaran dos puntos relevantes como la comida típica poblana y la industria cárnica hasta la restaurantera mencionando los lugares donde se podría potencializar para así pasar a un caso de éxito en Inglaterra para tener una referencia.

De igual manera se abordará la metodología para la investigación, mencionando el tipo, métodos, técnicas e instrumentos que serán los aspectos para obtener información de primera instancia para así pasar a la interpretación y análisis de resultados.

Se generarán conclusiones de lo trabajado a lo largo de esta investigación que ayuden a mostrar de manera concisa lo obtenido, adicionando opiniones y puntos de vista del autor del trabajo.

Por último, se hará una propuesta que ayude a resolver el problema planteado desde el punto de vista del sector restaurantera para que se pueda llegar a implementar en algún espacio de tiempo.

1.1 Planteamiento del problema

Los restaurantes tienen la percepción de que el consumo de carne bovina de otros estados de México o países extranjeros es mejor que la de productores de Puebla. Esto puede deberse a que se tiene la creencia que es de mejor calidad la carne de estados del norte del país o países sudamericanos por el renombre que se han ido construyendo.

A pesar de que los costos pueden ser mayores por el traslado de estos insumos de otros lugares hasta Puebla, los restaurantes siguen en la misma línea de los lugares que ya se conocen y son reconocidos por la producción cárnica aunque implique una mayor dificultad.

De igual manera, la falta de difusión y apoyo a los ganaderos poblanos ha propiciado el desconocimiento de los mismo en la industria de los alimentos, por lo mismo no se tiene la cultura del consumo local en los restaurantes cuyo centro es la carne bovina.

El desvalorizar la calidad y cuidado de los productores locales por parte de la población ha provocado que el sector comercial no los tome en cuenta y prefieran buscar alternativas que les garanticen los aspectos de calidad y manejo adecuado para que los comensales sientan esa confianza de que están consumiendo lo mejor.

Así mismo no hay campañas o programas frecuentes por parte del gobierno o el sector privado que acerquen a aquellos productores locales de municipios de la sierra norte de Puebla, como lo es Huauchinango, con la industria restaurantera de la ciudad de Puebla para promover la inclusión de los mismos y se pueda generar un ambiente factible para la comercialización y colaboración que impulse su desarrollo.

Es por ello, que el problema que se abordará en este trabajo de investigación es sobre el desconocimiento de la industria cárnica bovina, en específico del municipio de Huauchinango en el estado de Puebla, dentro de la industria restaurantera de la ciudad de Puebla, con enfoque en los restaurantes El Mural de los Poblanos y Casareyna.

1.2 Justificación

En el estado de Puebla hay una diversidad de restaurantes *fine dining* (restaurantes de lujo) cuyo centro es la oferta de platillos a base de cortes de carne de ganado bovino a los comensales. De igual manera las conceptos varían en todos estos restaurantes pero predominan el estilo de carne del norte de México de estados como Nuevo León y Sonora, así como del extranjero siendo Argentina y Brasil los más comunes.

La industria restaurantera ha sido una actividad comercial importante para el estado, en especial para la ciudad de Puebla por lo que ha ido incluyendo productos de diferentes partes de México y el mundo lo que ha definido el concepto de sus establecimientos y ha abierto el panorama en el sector, del mismo modo los productos locales tienen un gran potencial para su desarrollo para que sean ocupados en sus preparaciones, tal es el caso de los restaurantes El Mural de los Poblanos y Casareyna, cuyo concepto es la gastronomía tradicional poblana.

La ganadería es una actividad común para algunos municipios del estado de Puebla, como Huauchinango, la cual provee de ingresos a sus habitantes y permite el desarrollo de la localidad que beneficia tanto a los locales como a externos que llegan al municipio.

Por lo anterior, es importante realizar una investigación sobre el tema ya que promovería el desarrollo social y económico del estado de Puebla, además de beneficiar a los productores locales que dependen de la industria cárnica para vivir como los de Huauchinango y a los empresarios restauranteros cuya especialidad es el enfoque a la gastronomía poblana como El Mural de los Poblanos y Casareyna.

Así mismo sería un canal para que terceros como el gobierno se informen del tema e identifiquen que acciones pueden implementar para apoyar al sector ganadero de la sierra norte y aprovechar la difusión de Puebla como destino gastronómico lo que generaría un crecimiento en entrada de ingresos y por consiguiente presupuesto para acciones de mejora en el estado.

De igual forma puede ser un camino a seguir para los emprendedores con gusto en el sector restaurantero para analizar la viabilidad de implementarlo en sus negocios y así reducir costos de operación o complementar la experiencia en los establecimientos.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar las fortalezas y debilidades de la industria cárnica bovina del municipio de Huauchinango, Puebla y sus potencialidad en la industria restaurantera de la ciudad de Puebla en restaurantes como Casareyna y El Mural de los Poblanos.

1.3.2 Objetivos específicos

- Definir el contexto actual de la industria cárnica de Huachinango, Puebla con información existente en diferentes medios para su estudio.
- Comprender el comportamiento y percepción de la industria restaurantera hacia los cárnicos poblanos mediante el acercamiento a restaurantes como Casa Reyna y el Mural de los Poblanos.
- Examinar la información recabada tanto de medios existentes como de la investigación de campo para dar conclusiones que sintetizen los puntos relevantes.
- Generar una propuesta nueva y estructurada dentro del sector restaurantero que ayude a dar solución a la problemática y contribuya a su mejora.

1.4 Pregunta de investigación

Es importante que se tenga una guía al momento de realizar un trabajo de investigación, ya que será la base y línea de partida para obtener la información deseada que ayude a su desarrollo y realización. Por lo anterior, la pregunta de investigación que definirá el rumbo en este caso será la siguiente:

- ¿Qué fortalezas y debilidades tiene la industria cárnica bovina poblana y su potencialidad en los restaurantes de la ciudad de Puebla?

1.5 Alcances y limitaciones

1.5.1 Alcances

Respecto a los alcances que tendrá esta investigación, lo cual delimitará hasta donde se llegará para recabar la información y ayude a su realización, se dividirá en dos tipos que son: cualitativo y cuantitativo.

- Cuantitativo: dos de los principales restaurantes de comida típica poblana establecidos en el centro de la ciudad de Puebla como los son Casareyna y El Mural de los Poblanos. La ubicación de ambos restaurantes son las siguientes:

Casareyna: privada de la 2 ote. 1007, col. Centro, Puebla, Puebla.

El Mural de los Poblanos: calle 16 de septiembre 506, col. Centro, Puebla, Puebla.

- Cualitativo: la investigación de las fortalezas y debilidades de la industria cárnica bovina de Huachinango y su potencialidad en la industria restaurantera de Puebla para complementar su experiencia.

1.5.2 Limitaciones

Los principales factores que pueden llevar a tener ciertas limitaciones durante el desarrollo de este trabajo de investigación van relacionados con elementos importantes

como el tiempo, acceso a la información y presupuesto. Es por ello por lo que las limitaciones se presentan de la siguiente manera:

- El periodo para recolectar la información y desarrollar el proyecto de investigación comprende hasta diciembre de 2022.
- El tiempo por parte de los responsables de los restaurantes durante la realización de la investigación de campo es limitado.
- Falta de actualización de rubros o datos específicos respecto a la información ya existente de diferentes medios sobre la industria cárnica de Huauchinango.
- Información privada o sensible que vulnere la seguridad e integridad de los restaurantes Casareyna y El Mural de los Poblanos.
- Poco presupuesto para la implementación de la propuesta nueva conforme a lo planteado e interpretado durante la investigación.

2 Marco Teórico

2.1 Marco contextual

Para que se pueda tener una referencia de los lugares que se estarán trabajando durante la realización de la investigación, primero se dará un panorama geográfico del Estado de Puebla para después pasar en específico a la Ciudad de Puebla y Huauchinango a fin de conocer sus características principales y ubicación.

2.1.1 Estado de Puebla

El estado de Puebla es una de las treinta y dos entidades que conforman a los Estados Unidos Mexicanos; se encuentra en la zona centro del país o también conocida como meseta central y oficialmente es llamada Heroica Puebla de Zaragoza. En la imagen 1 se muestra la ubicación del estado de Puebla respecto al territorio del país México.

Imagen 1: *Mapa ubicación de Puebla*



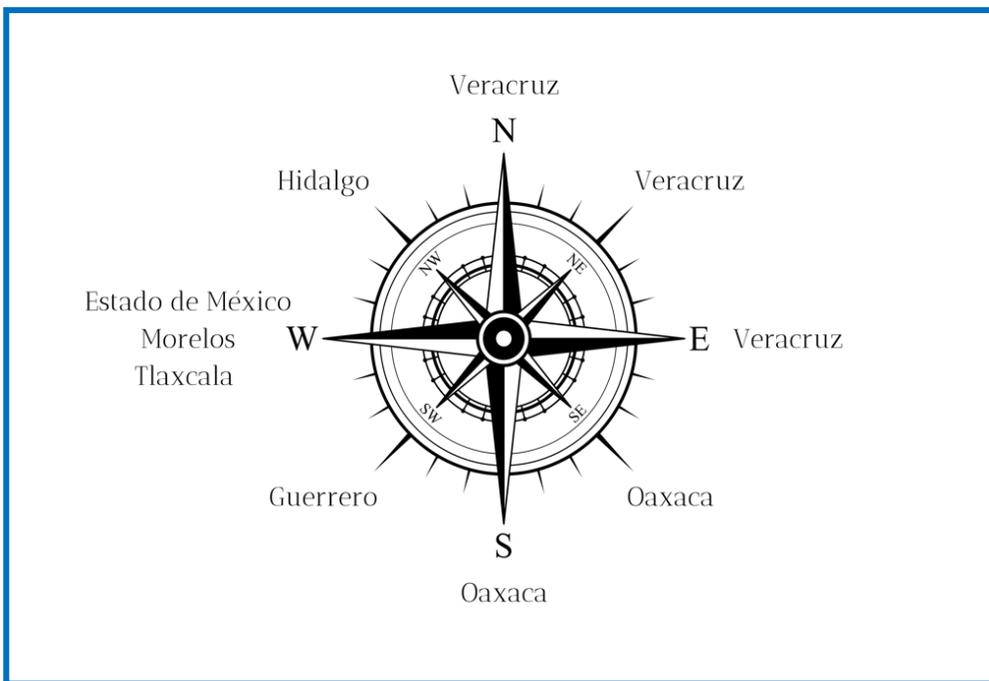
Fuente. Imagen de uso libre sin retribución requerida. Obtenida de Google (2022).

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020), el estado de Puebla tiene una extensión de 34,309.6 km² lo que representa el 1.7 % de la superficie total del país y en la que se reparten un total de 217 municipios incluidos Puebla Capital y Huauchinango.

Así mismo, el estado se rodea por el eje Neovolcánico comprendiendo formaciones volcánicas importantes y de gran magnitud en el país como los son: el Popocatepetl, el Iztaccíhuatl, el Citlaltépetl o Pico de Orizaba y el Matlalcueye o La Malinche. (El Universal, 2021)

Debido a la ubicación geográfica del estado de Puebla las colindancias se presentan con siete estados diferentes de la República Mexicana, en la imagen 2 se muestra una representación de estas hacia los diferentes puntos cardinales.

Imagen 2: *Colindancias del Estado de Puebla*



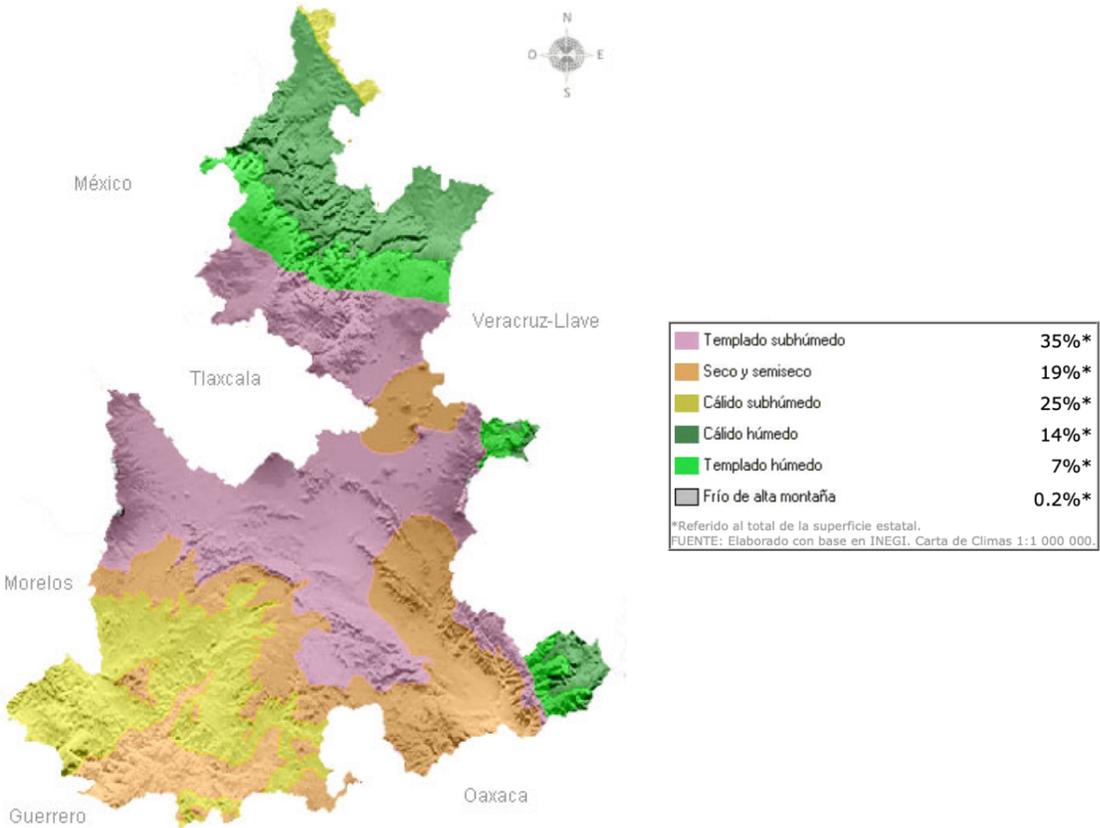
Fuente. Elaboración propia (2022).

De igual manera el estado cuenta con una diversidad de climas debido a su extensión y conformación territorial, la Sierra Madre Oriental, el Eje Neovolcánico, la Sierra Madre del Sur y la Llanura del Golfo son elementos relevantes que permiten esta conjunción

de climas. En la imagen 3 se muestra la proporción de los diferentes climas a lo largo del estado de Puebla

El 35% de la superficie del estado presenta clima templado subhúmedo presente en la región central y sureste, el 25% presenta clima cálido subhúmedo en la parte norte y sureste, el 19% presenta clima seco y semiseco hacia el sur y centro oeste, el 14% presenta clima cálido húmedo localizado en el norte y sureste, el 7% presenta clima templado húmedo en la región norte y una pequeña área hacia el sureste, también encontramos un pequeño porcentaje 0.2 de clima frío en la cumbre de los volcanes. (INEGI, 2020)

Imagen 3: *Climas en el estado de Puebla*

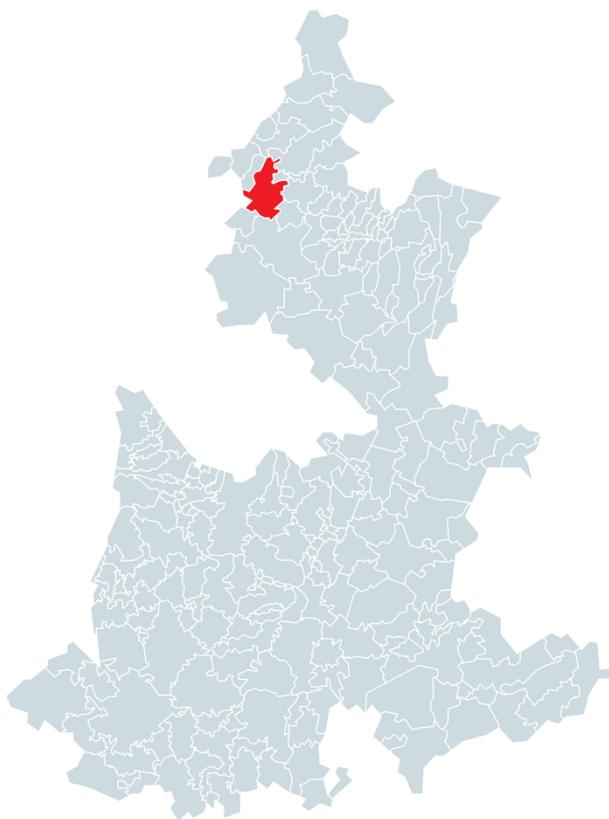


Fuente. INEGI (2020)

2.1.1.1 Huauchinango

El municipio de Huauchinango se ubica en la parte noroeste del estado de Puebla, a una distancia de 161 km o dos horas treinta minutos aproximadamente de la capital. Colinda con los municipios de Xicotepec de Juárez, Zacatlán, Juan Galindo, Ahuazotepec, Tlaola, Nahuapan y con el estado de Hidalgo (Sectur, 2020). En la imagen 4 se muestra al municipio de Huachinango en el mapa del estado de Puebla para que se comprenda de mejor manera su ubicación geográfica.

Imagen 4: *Municipio de Huauchinango*



Fuente. Imagen de uso libre sin retribución requerida. Obtenida de Google (2022).

En el año 2015, el Programa de Pueblos Mágicos de México incorporó al municipio de Huauchinango a su sistema y lo nombró Pueblo Mágico por sus atributos únicos, atractivos naturales, costumbres y autenticidad.

La palabra Huauchinango proviene del náhuatl y significa “en la muralla de los árboles” y una de las primeras civilizaciones en llegar al lugar fueron los chichimecas. Para la época antes del porfiriato, Huauchinango era un cruce relevante entre los puertos del Golfo y la Ciudad de México el cual les permitió a los pobladores tener una actividad comercial a través de arrieros. (Sectur, 2020)

Según datos del INEGI (2020), la población en el municipio de Huauchinango, Puebla para el año 2020 fue de 103,946 habitantes mostrando un crecimiento del 6.34% respecto al año 2010. De igual forma una de las principales actividades que predominan en la entidad y son fuente de ingreso para los pobladores es la clasificada por el INEGI como trabajadores de apoyo en actividades agrícolas en las que se incluye la explotación de ganado bovino.

Sectur (2020) menciona que Huauchinango forma parte del Sistema Hidroeléctrico Necaxa el cual dota de energía a la parte central de México y es utilizado para abastecer de agua a comunidades cercanas dedicadas a actividades agrícolas y ganaderas. El sistema hidroeléctrico se compone de diversas presas entre las que destacan dos ubicadas en el municipio de Huauchinango: Tenango y Nexapa. En la imagen5 se presenta una fotografía de la presa de Nexapa, la cual también es utilizada para fines turísticos por sus espectaculares paisajes.

Imagen 5: *Presa de Nexapa en Huauchinango Puebla*



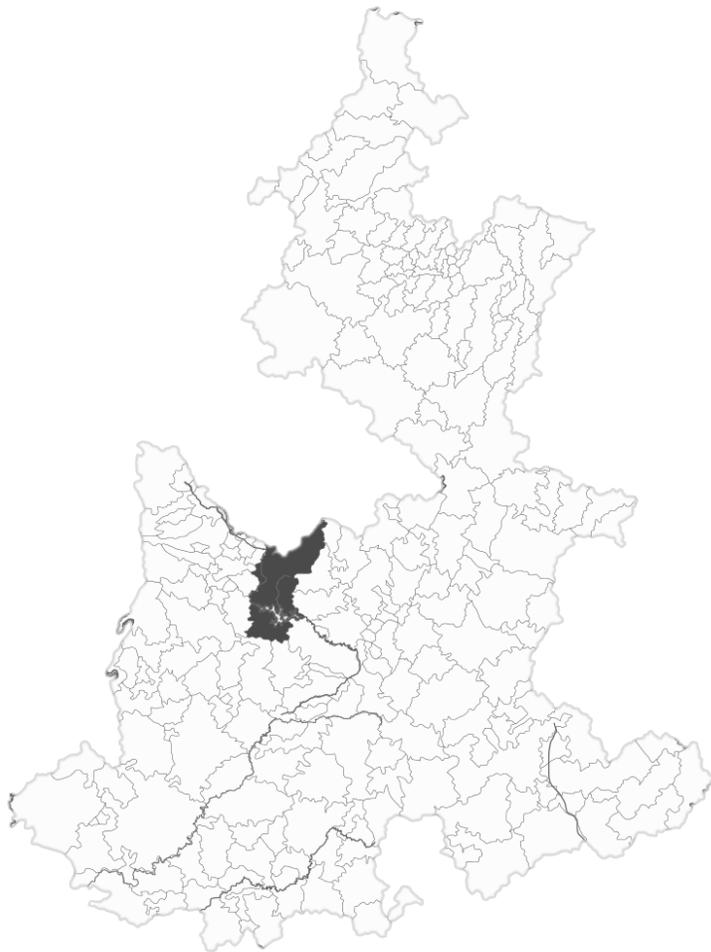
Fuente. Sectur (2020).

2.1.1.2 Ciudad de Puebla

La ciudad de Puebla se ubica en la parte centro oeste del estado y forma parte de los 217 municipios en los que se conforma la división política del estado de Puebla, siendo la capital y sede del gobierno estatal y municipal.

Limita al norte con el estado de Tlaxcala, al sur con los municipios de Santo Domingo Huehuetlán y Teopantlán al oriente con Amozoc, Cuautinchán y Tzicatlacoyan y al poniente con Cuautlancingo, San Andrés Cholula y Ocoyucan. En la imagen 6 se observa la ubicación en el mapa del estado a la ciudad de Puebla.

Imagen 6: *Ciudad de Puebla*



Fuente. Imagen de uso libre sin retribución requerida. Obtenida de Google (2022).

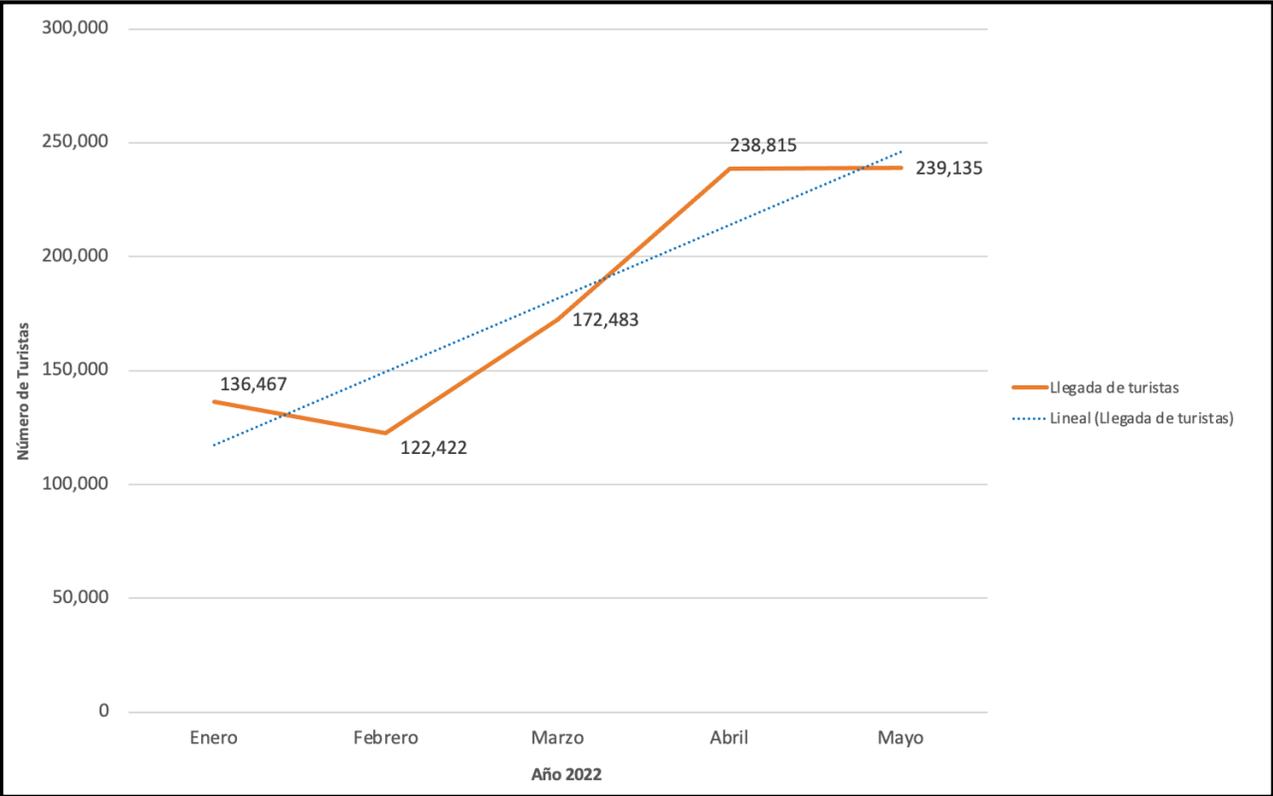
Datos recopilados de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2022), el centro histórico de la ciudad de Puebla fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 1987 por su gran riqueza cultural establecida en el cuadrante y su impresionante arquitectura barroca.

El centro histórico es un atractivo de gran valor para turistas nacionales y extranjeros que visitan el estado, aunado a esto lo relacionado con la oferta gastronómica típica poblana

presente en la ciudad complementa la experiencia del visitante y sirve como conexión con la cultura y riqueza del lugar.

Respecto a la llegada de turistas a la ciudad de Puebla en los primeros cinco meses del año 2022, la DataTur (2022) menciona los siguientes datos: enero 136,467, febrero 122,422, marzo 172,483, abril 238,815 y mayo 239,135. En la gráfica 1 se presenta de manera gráfica la llegada de turistas al municipio y su tendencia de crecimiento mes a mes.

Gráfica 1: Llegada de turistas al municipio de Puebla



Fuente. DataTur (2022). Gráfica de elaboración propia (2022).

La ciudad de Puebla cuenta con una oferta amplia de restaurantes de todo tipo repartidos a lo largo del municipio lo que representa una actividad comercial activa e importante, así mismo la demanda de estos establecimientos por parte de la población es

alta. Según datos del INEGI (2019) del último censo económico a nivel federal, el número de unidades económicas dentro de la industria restaurantera en el estado fue de 31,225, alrededor del 30% se concentra en la ciudad de Puebla y el valor agregado censal bruto fue de 6,484,248 millones de pesos.

2.2 Marco Teórico

En el siguiente apartado se brindará información relevante de los diferentes temas que aborda la investigación lo que ayudará a la comprensión y seguimiento de la misma, con el fin de mostrar de manera detallada la situación en diversos rubros en específico teniendo como referencia y guía a la Ciudad de Puebla y Huachinango. Al final del marco teórico se presentará un caso de éxito a nivel mundial sobre la buena implementación de los métodos que se exponen durante esta investigación para que se entienda de manera más clara la idea principal aplicado a la realidad.

2.2.1 Industria de la Hospitalidad en la Ciudad de Puebla

La industria de la hospitalidad abarca una gran diversidad de establecimientos dedicados al hospedaje, alimentos y bebidas, entretenimiento y ocio. Su principal objetivo es brindar un servicio cálido y eficaz al cliente para generar una experiencia satisfactoria que cumpla con el propósito de su visita.

La importancia histórica y riqueza cultural con la que cuenta la ciudad de Puebla han permitido que se genere una oferta variada y amplia de atractivos que interesen tanto a locales como turistas generando una dinámica en donde se involucran aspectos de

hospitalidad. Una pauta que permite sustentar la idea anterior es que según datos del Sistema de Información Cultural (2022), la ciudad de Puebla se coloca como el segundo municipio a nivel nacional con mayor número de museos disponibles para la población siendo treinta y cuatro el número total.

La actividad turística en el municipio de Puebla es una de las principales actividades económicas presentes que permiten generar ingresos y desarrollo a la ciudad. En lo que respecta al año 2019, la afluencia de visitantes fue de alrededor 10,1 millones de personas lo que generó una derrama económica de más de 11,6 millones de pesos (Gobierno de Puebla, 2020). En la tabla 1 se observa la comparativa de tres años conforme a la afluencia de visitantes, llegada de turistas a cuarto de hotel, derrama económica y cuartos de hotel.

Tabla 1: *Municipio de Puebla*

Puebla				
Año	Afluencia de visitantes	Llegada de turistas a cuarto de hotel	Derrama Económica	Cuartos de Hotel
2017	9,643,300	2,284,964	\$ 10,358,462,534	12,053
2018	9,901,420	2,969,995	\$ 11,143,397,925	12,736
2019	10,179,093	3,053,728	\$ 11,655,494,474	12,950

Fuente. Gobierno de Puebla (2020).

El turismo gastronómico en la ciudad de Puebla ha ido tomando fuerza en los últimos años y ha sido punto de partida para generar e impulsar la actividad turística y de la hospitalidad del municipio. Para la vicepresidenta de turismo y cultura de la Cámara Nacional de Comercio Puebla:

Puebla es un estado muy activo en el tema gastronómico, es una de las entidades que tiene una gran variedad de platillos para todos los gustos. En las vacaciones de Semana Santa del año presente, el 30 por ciento de los turistas que vinieron a Puebla lo hicieron por su gastronomía. Esa es la toma de decisión que tienen los turistas para visitar el estado poblano. (Lozano, 2022)

La oferta de restaurantes en el municipio de Puebla es un factor relevante que se mantiene en constante observación, ya que son los encargados de conformar los principales corredores gastronómicos de la ciudad; el presidente de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados Puebla menciona:

A lo largo de 2022 se han ido abriendo más restaurantes, al menos tres en las últimas semanas y eso ayuda a la reactivación de los corredores gastronómicos. Uno de los principales corredores gastronómicos, el de la calle 5 de Mayo en el Centro Histórico se operando a 100 por ciento. (Azomoza, 2022)

2.2.2 Industria gastronómica del estado de Puebla

La industria restaurantera es una de las industrias que se mantiene en constante cambio, debido a las tendencias que se van presentando a lo largo del tiempo; es por ello por lo que los involucrados en la industria gastronómica deben adaptarse a las necesidades con las que cuenta el mercado para que se pueda mantener un correcto funcionamiento apegado a los gustos y necesidades globales.

En este apartado se tocarán dos aspectos importantes en la industria gastronómica del estado de Puebla: la comida típica poblana en la ciudad y la industria cárnica bovina del municipio de Huauchinango.

2.2.2.1 Comida típica poblana en la Ciudad de Puebla

La gastronomía típica poblana ha tomado relevancia en la industria restaurantera de la ciudad provocando una oferta variada que fomenta el turismo gastronómico. El presidente municipal de Puebla menciona que: la gastronomía y turismo son dos elementos claves en la vida y desarrollo. La gastronomía debe ser solidaria, para el crecimiento de todos los sectores, sabrosa y saludable, y todas las partes deben ponerse de acuerdo. (Rivera, 2022)

Los miembros de la Academia Iberoamericana de Gastronomía (AIBG) han designado a la ciudad mexicana de Puebla, como la nueva Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica, en el periodo 2022-2023. Durante los próximos 18 meses esta región del país azteca será promovida como una oferta de la más alta cocina internacional. (Villapol, 2022)

En la imagen 7 se observa el distintivo por el cual será identificada a la ciudad de Puebla como capital iberoamericana de la cultura gastronómica para el periodo 2022-2023.

Imagen 7: *Distintivo Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica Puebla*



Fuente. Imagen de uso libre sin retribución requerida. Obtenida de Google (2022).

Otro mecanismo por el cual se está posicionando a la capital de Puebla como destino turístico gastronómico es a través del reconocimiento a los establecimientos de gastronomía poblana con la certificación Mesa Poblana otorgada por el Gobierno Municipal de Puebla.

Esta insignia agrupa y promociona a cada establecimiento por el impulso a la gastronomía poblana, por lo que el proceso se basó en una meticulosa selección de restaurantes con una oferta gastronómica de la cocina poblana y mexicana, tomando en cuenta la calidad, el profesionalismo en el servicio al cliente, el cuidado por los detalles y una reconocida identidad de lo local. (Rivera, 2022).

El secretario de economía y turismo del municipio refiere que esta política de posicionamiento gastronómico permite a la capital contar con una lista de honor que refleje lo mejor de la identidad y los sabores poblanos, facilitándole a turistas locales, nacionales y extranjeros probar lo mejor de la ciudad. (Priesca, 2022).

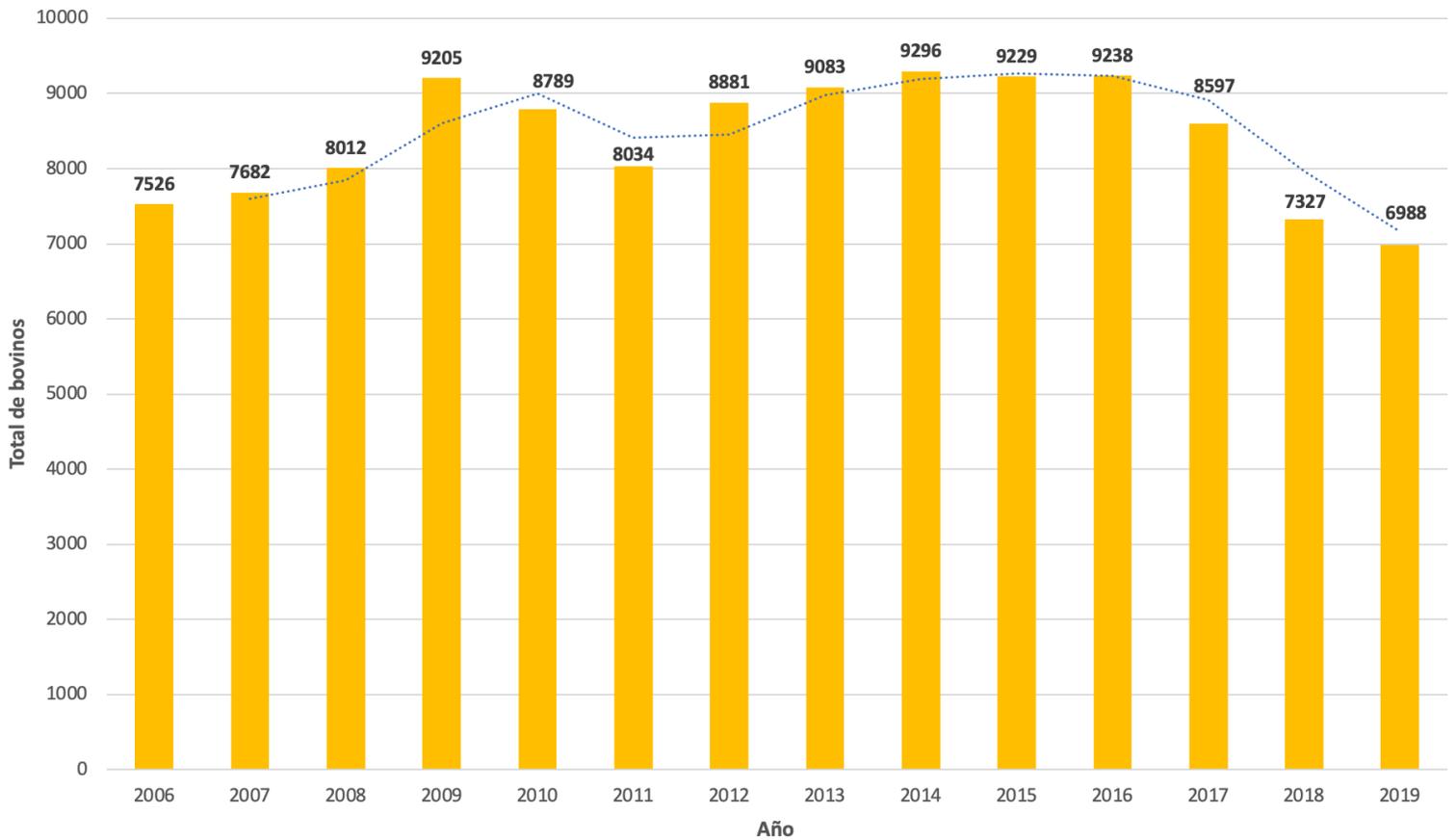
Los platillos típicos más reconocidos, son: el mole poblano, chile en nogada, chalupas, cemitas, pipián, molotes, tortitas de Santa Clara, camotes y mole de caderas. Asimismo, algunos generan movimientos turísticos dentro de la ciudad, de acuerdo a las fechas del año, como los chiles en nogada en el mes de agosto, y el mole de caderas en el mes de octubre (Fuentes-Juárez y Barragán, 2019)

2.2.2.2 Carne bovina en Huauchinango

Un porcentaje importante de la población del municipio de Huauchinango tiene como actividad económica principal la relacionada con producción de bovinos, datos del censo económico muestran que el 10.4 % del total de habitantes está ubicado dentro de la categoría “trabajadores de apoyo en actividades agrícolas” de la cual se desprende una subcategoría denominada “explotación de ganado bovino” que representa el 32.6% de esas personas. (INEGI, 2019)

En la gráfica 2 se observa la evolución del total de ganado bovino en Huauchinango a lo largo de 13 años, en la cual se puede notar que en los últimos 4 años ha existido una disminución considerable de bovinos presentes pasando de 9,238 en el año 2016 a 6,988 en el año 2019.

Gráfica 2: Bovinos para producción de carne en Huauchinango



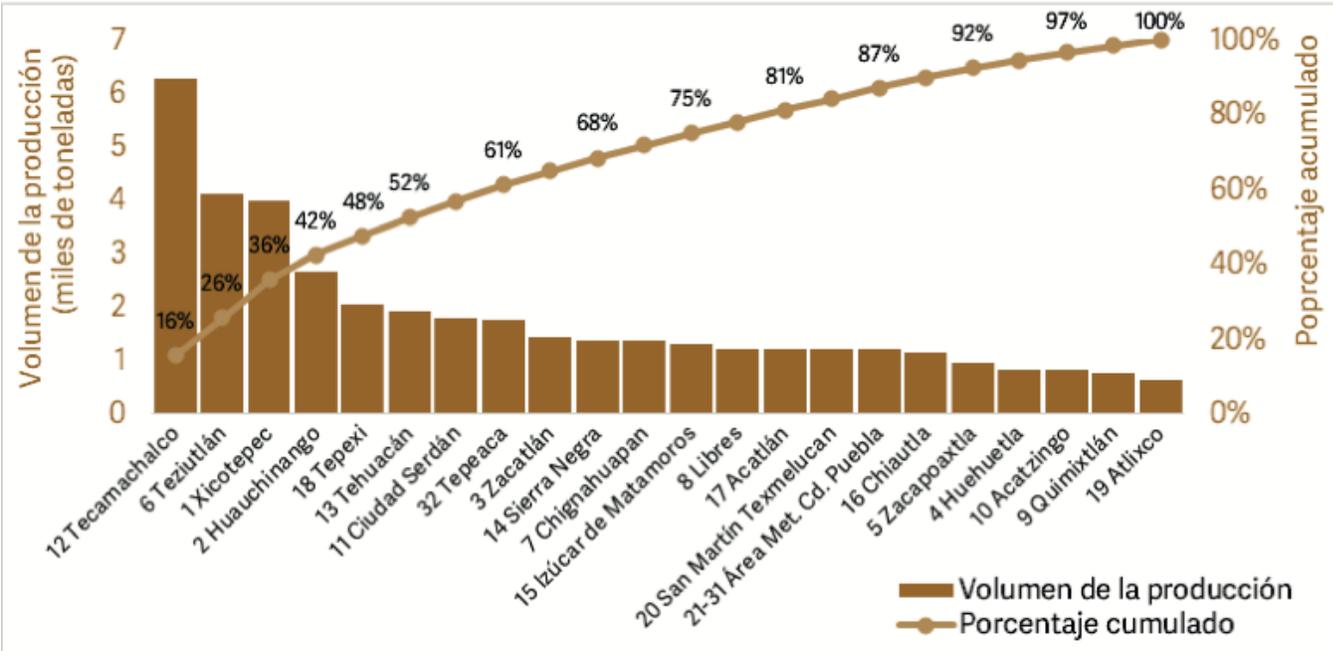
Fuente. Datos SEMARNAT (2020). Gráfica elaboración propia (2022).

El Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (2022) reporta que el municipio de Huauchinango cuenta con un rastro municipal, también llamado TSS inspeccionado por la Secretaría de Salud, el cual dispone de maquinaria para el sacrificio de especies bovinas y porcinas teniendo una capacidad instalada de cien cabezas de bovinos y veinticinco de porcinos; la capacidad promedio mensual de sacrificio de cabezas es de 2,500 bovinos y 650 porcinos.

Respecto a los números del Plan de Desarrollo Rural 2019-2024 elaborado por el Gobierno del Estado de Puebla (2019), en el municipio de Huauchinango se estima que sean 2,664 toneladas de bovinos anualmente que se dediquen para la producción de carne para el consumo de la población.

En el año 2018, Huauchinango se posicionó como la cuarta región con mayor producción de carne bovina para consumo de las 32 en las que se divide el estado, acumulando entre los primeros cuatro puestos el 42% del total de la entidad. (SIAP, 2018). En la gráfica 3 se observa el volumen de carne bovina en canal por región en el año 2018.

Gráfica 3: *Volumen de bovino carne en canal por región 2018*



Fuente. SIAP (2018). Gobierno de Puebla (2019).

2.2.3 Restaurantes típicos poblanos

Existen lugares dentro de la ciudad que son muy concurridos por personas locales como por turistas nacionales e internacionales y se han ganado cierta reputación en el ámbito restaurantero que los define y ayuda a que siguen operando en la actualidad.

En el siguiente apartado se hablará sobre dos restaurantes muy característicos ubicados en el centro de la ciudad de Puebla que cuentan con una gran oferta de la gastronomía pobлана y se han vuelto punto importante de visita: El Mural de los Poblanos y Casareyna. En las imágenes 8 y 9 se muestran los logos de ambos restaurantes para facilitar su identificación y visualización.

Imagen 8: Logo *El Mural de los Poblanos*



Fuente. *El Mural de los Poblanos* (2022).

Imagen 9: Logo Casareyna



Fuente. Casareyna (2022)

2.2.3.1 El Mural de los Poblanos

El Mural de los Poblanos es un restaurante de lujo cuyo concepto se centra en ofrecer comida típica poblana en donde se resalta a la gastronomía tradicional, el establecimiento se encuentra dentro del centro histórico de la ciudad de Puebla.

El lugar donde se encuentra el restaurante es una casona del siglo XVII que había funcionado como cantina hasta el 2007, cuando cambió de giro y decoración para convertirse en uno de los mejores restaurantes de cocina poblana de la ciudad. Los platillos son identificados como auténticos de la gastronomía poblana, con recetas antiguas familiares, así como otras rescatadas de mercados, barrios populares y poblaciones rurales. (Toledo, 2013)

La labor empieza seleccionando ingredientes de calidad superior, más de la mitad de los insumos provienen de pequeños productores del Estado de Puebla. Las recetas son

tradicionales, muchas cedidas por familias asentadas en esta ciudad desde hace varias generaciones. (El Mural de los Poblanos, 2019)

El restaurante es propiedad de los hermanos Luis Javier y Juan José Cué de la Fuente, el sueño de los Cué fue convertir este lugar en punto de encuentro de los amantes de la cocina poblana e innovar en el barroco recetario de una de las consideradas cocinas madre del país. (Culinaria Mexicana, 2018) En la imagen 10 se muestra un área del comedor principal destinado en el restaurante.

Imagen 10: *Comedor El Mural de los poblanos*



Fuente. El Mural de los Poblanos (2019).

El nombre del restaurante tiene un origen artístico y de historia, así mismo es uno de los aspectos que caracterizan al lugar y permite que los comensales lo identifiquen. En la imagen 11 se puede apreciar el mural expuesto en el establecimiento.

El Mural de los Poblanos se debe a la obra realizada por el artista poblanero Antonio Álvarez Morán en donde en un gran mural plasma a ciudadanos prominentes originarios de Puebla entre los que destacan el banquero don Manuel Espinosa Yglesias, el presidente Gustavo Díaz Ordaz, el político Vicente Lombardo Toledano, el empresario William O. Jenkins, el cómico Antonio Espino Clavillazo y otros más, hasta completar 60 personalidades. (Toledo, 2013)

Imagen 11: *Mural de los Poblanos*



Fuente. El Mural de los Poblanos (2019).

2.2.3.2 Casareyna

Restaurante Casareyna se posiciona dentro de la categoría de restaurantes de lujo por el servicio y platillos que ofrecen, se enfocan en gastronomía poblana y forma parte del hotel boutique Casareyna ubicado en el centro histórico de la ciudad de Puebla.

Restaurante Casareyna es considerado un ícono en la auténtica cocina poblana. Un imperdible al visitar Puebla y una gran experiencia para los poblanos que gustan disfrutar de la gran cocina poblana con sabores reales, sazón casero, porciones abundantes, ingredientes de la más alta calidad y frescura, excelente servicio y un gran ambiente. (Casareyna, 2021)

La cocina reúne a un equipo de más de 22 personas con el objetivo de brindar recetas auténticas y tradicionales, los secretos son los de la abuela o bisabuela, la herencia oral que se plasma en el plato. (Montes, 2018)

El concepto abarca todos los platillos de la antigua cocina poblana así como otros de la nueva cocina mexicana, siempre basados en la cocina tradicional y con los ingredientes utilizados desde antaño. Así mismo se ofrecen los principales platillos de temporada: Escamoles, Gusanos de Maguey, Huitlacoques, Nopales, Mole de Caderas y Chiles en Nogada. (Casareyna, 2021)

El establecimiento es propiedad de la empresaria Angélica Moreno y una de las características que hacen notar al restaurante es su arquitectura y detalles artísticos que permiten sea reconocido por locales y turistas nacionales y extranjeros. (Montes, 2021)

El Arq. Ricardo Legorreta y el artista Esteban Chapital fueron los encargados de rescatar la propiedad donde se ubica el hotel y restaurante Casareyna donde conservaron los muros robustos, espacios generosos y estilo en donde imprimieron un sello único logrando una fusión entre el barrio antiguo y el México contemporáneo. (Casareyna, 2021)

Dentro de la experiencia gastronómica se incluye un bar con especialidad en Tequilas y Mezcales y la oferta de vinos más amplia de toda la ciudad de Puebla, haciendo énfasis en la selección de vinos mexicanos. (Casareyna, 2021). En las imágenes 12 y 13 se observan diversos espacios del restaurante Casareyna donde se aprecia su arquitectura y estilo.

Imagen 12: *Restaurante Casareyna*



Fuente. Casareyna (2021)

Imagen 13: *Restaurante Casareyna*



Fuente. Casareyna (2021).

2.2.4 Caso de éxito

Los restaurantes Hawksmoor son restaurantes de la categoría lujo que se especializan en la oferta de cortes de bovinos británicos cuyo enfoque es: “mantener la identidad de la carne local a través de pequeñas granjas cercanas a la ubicación del restaurante para producir cortes de la mejor calidad.” (Hawksmoor, 2022)

El grupo restaurantero británico denominado “Hawksmoor”, ha sido catalogado por la firma Upper Cut Media House como el primer lugar en World’s 101 Best Steak Restaurants 2022 (Los mejores 101 restaurantes de carnes a nivel mundial 2022) por la excelencia de sus cortes y el servicio. (Balanzino, 2022)

Se apoyan los métodos agrícolas tradicionales británicos y se trabaja con pequeñas granjas de todo el país que crían ganado de acuerdo con un conjunto específico de directrices sobre la calidad de vida del animal. (Hawksmoor, 2022)

La carne proviene de ganado que ha llevado una vida libre de estrés y se alimenta de una dieta natural de hierba y heno. Se cultivan lentamente para alcanzar la madurez y se selecciona la mejor carne, se masa a mano y se seca durante 35 días, perdiendo peso pero mejorando en sabor y ternura. (Hawksmoor, 2022)

El grupo restaurantero Hawksmoor cuenta con seis restaurantes en total, de los cuales 5 se encuentran en el Reino Unido y 1 en Estados Unidos: Londres, Manchester, Edimburgo, Liverpool, Dublín y Nueva York. (Hawksmoor, 2021). En la imagen 14 se muestra el área de comedor del restaurante ubicado en Londres que fue el primero que se abrió al público.

Imagen 14: *Hawksmoor Spitalfields, Londres*



Fuente. Hawksmoor (2022).

Michelin incluyó a Hawksmoor dentro de la guía como un restaurante con la distinción “el plato michelín” que resalta el hecho de que ser seleccionado es garantía de calidad, esto gracias a los excelentes cortes bovinos británicos. (Michelin Guide, 2022). En la imagen 15 se muestran algunos cortes que ofrece el restaurante.

La principal diferencia de Hawksmoor está en la carne, el sabor completo y directo de los filetes en Hawksmoor está integrado directamente en la carne, mientras que en la típica carne de res gran parte del sabor y la textura proviene del derretimiento de la grasa extra que los animales empaican durante sus últimas semanas alimentadas con granos. (Wells, 2021)

Imagen 15: *Cortes de carne Hawksmoor*



Fuente. *Michelin Guide (2022).*

3 Metodología

3.1 Tipos de investigación

Es importante definir los tipos de investigación que se utilizarán durante el desarrollo de este trabajo, es por ello que en el siguiente apartado se definirán tres tipos diferentes de investigación para seleccionar las indicadas: inductiva, deductiva y descriptiva.

3.1.1 Investigación inductiva

El método inductivo lo define Daena-International Journal of Good Science (2014) como el planteamiento de un razonamiento ascendente que fluye de lo particular o individual hasta lo general. Se razona que la premisa inductiva es una reflexión enfocada en el fin, es decir, se estudia y conoce las características genéricas o comunes que se reflejan en un conjunto de realidades para elaborar una propuesta o ley científica de índole general.

El enfoque inductivo comienza con las observaciones y a partir de éstas, se proponen teorías hacia el final del proceso de investigación, lo cual resulta ser producto de las observaciones (Pérez-León, 2022).

De igual manera Pérez-León (2022) menciona que este tipo de investigación implica la búsqueda de patrones o comportamientos sistemáticos, a partir de la observación y el desarrollo de explicaciones pero que no se aplican teorías ni hipótesis en los estudios inductivos al comienzo de la investigación sino hasta el final.

3.1.2 Investigación deductiva

Según Pérez-León (2022) el enfoque deductivo se ocupa de desarrollar una o varias hipótesis basadas en la teoría existente y luego diseñar una estrategia de investigación para probarlas, es decir, el investigador estudia lo que otros han hecho, lee las teorías existentes de cualquier fenómeno que esté estudiando y después prueba las hipótesis que surgen de esas teorías.

La Real Academia Española de la Lengua define a la deducción como: el método por el cual se procede lógicamente de lo universal a lo particular (RAE, 2022).

La investigación deductiva parte de una premisa general para obtener las conclusiones de un caso particular. Pone el énfasis en la teoría, modelos teóricos, la explicación y abstracción, antes de recoger datos empíricos, hacer observaciones o emplear experimentos (TAU, 2022).

3.1.3 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva analiza las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas, por tanto, lo que hace es definir, clasificar, dividir o resumir (Arias, 2021).

Este tipo de investigación tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable (Guevara, 2020).

Para Mejía (2020), las investigaciones descriptivas realizan su estudio sin alterar o manipular ninguna de las variables del fenómeno, limitándose únicamente a la medición y descripción de las mismas. Procura brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, relativo al problema de investigación, sin darle prioridad a responder al por qué ocurre dicho problema.

3.1.4 Elección del tipo de investigación

Para el desarrollo de este trabajo serán dos los tipos de investigación que se utilizarán: deductiva y descriptiva.

La investigación deductiva que va de lo general a lo particular y es una herramienta que ayuda a tener de referencia un caso de éxito en el mundo para comprar y que pueda servir como guía para base para el desarrollo de la investigación. En el caso de la investigación descriptiva, será un medio para explicar de forma detallada el tema para que se comprenda de la mejor manera y sea lo más completo.

3.2 Métodos, técnicas e instrumentos

3.2.1 Métodos

En el siguiente apartado se definirán tres diferentes tipos de métodos como son el de no intervención, mediana intervención e intervención, para que después se seleccionen los que se utilizarán durante este trabajo de investigación y se implementen para el desarrollo de la información.

3.2.1.1 No intervención

El método de no intervención, también llamada no experimental, se refiere a mostrar el comportamiento natural de algún sujeto de estudio en un ambiente normal sin modificación alguna que permita identificar acciones cotidianas o conductas naturales hacia cierto objeto de estudio.

Se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación (Escamilla, s.f.).

En este tipo de investigación el objeto de estudio es observado en su espacio habitual o ambiente natural, se registran las variables y procesos sin agregar o quitar nada que pueda perturbar los procesos evaluados (Montaño, 2021).

La ausencia de intervención es la característica fundamental de esta clase de investigación, ya que no se realiza ninguna clase de ensayo, intervención o manipulación de la situación, grupo o proceso que se va a estudiar (Montaño, 2021).

3.2.1.2 Mediana intervención

El método de mediana intervención, también llamada cuasi experimental, corresponde a aquel en el que el ambiente para el objeto de estudio es intervenido o controlado y el sujeto no lo sabe, por lo que se desarrolla en un ambiente natural.

La investigación de mediana intervención es un tipo de investigación en la que se pretende encontrar una relación causa-efecto entre la variable independiente y la dependiente; se trata de establecer y analizar las relaciones causales que se producen (Montaño, 2021).

La característica básica de la investigación cuasi experimental es la no aleatoriedad en la formación de los grupos experimentales. Es decir, el investigador selecciona a grupos ya formados por ejemplo los estudiantes de un curso o los trabajadores de una oficina para realizar su experimento (Mitjana, 2019).

El diseño cuasiexperimental es usualmente integrado a estudios de casos individuales; las cifras y resultados generados con frecuencia refuerzan los hallazgos de un estudio de caso, y permiten que tenga lugar algún tipo de análisis estadístico (Shuttleworth, s.f.).

3.2.1.3 Intervención

La intervención consiste en poner a prueba la validez de una hipótesis sometiéndola a experimentación; de igual forma este método permite a los investigadores manipular las variables (Lifeder, 2022).

El método experimental consiste en la identificación de las variables relevantes para la investigación, en el diseño de experimentos y en la observación de los cambios que estas sufren o generan tras la ejecución de los mismos (Lifeder, 2022).

Para Arias (2020), este método se lleva a cabo manteniendo una serie de variables de control constantes, mientras el resto se miden como sujetos del experimento. Este tipo de investigación es útil cuando se quieren conocer relaciones entre variables sin la influencia de otras; de esta forma, se puede conocer cómo reacciona una al modificar otra.

3.2.1.4 Elección de método

Los métodos de estudio que se utilizarán durante esta investigación para recabar información son: no intervención e intervención.

El método de no intervención será útil para la obtención de información en el estado natural del sujeto de estudio, ya que no se modificará nada que pueda alterar su comportamiento o elección. En el caso del método de intervención, este se utilizará para recabar información de manera directa que complemente a la investigación.

3.2.2 Técnicas

Es importante identificar las técnicas tanto cuantitativas como cualitativas que se utilizarán para la obtención de la información. Es por ello que en el siguiente espacio se definirán las técnicas de observación y entrevista semiestructurada además de la razón por la que se escogieron para esta investigación.

3.2.2.1 Observación

Es el método por el cual se establece una relación concreta e intensiva entre el investigador y el hecho o actores, de los que se obtienen datos que luego se sintetizan para desarrollar la investigación (Fabbri, 2016).

La observación es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis; es un elemento en el proceso de investigación, donde el investigador puede obtener el mayor número de datos (Díaz, 2011).

Es un procedimiento de recolección de datos e información que consiste en utilizar los sentidos para observar hechos, realidades sociales presentes y a la gente donde desarrolla normalmente sus actividades (Fabbri, 2016).

En la técnica de observación no se provocan o se interviene en las respuestas de los sujetos observados, simplemente los fenómenos se dan de forma natural y el observador lo registra y estudia; esta técnica corresponde al método de no intervención (Mitjana, 2019).

De igual manera Mitjana (2019) menciona que la observación es: una herramienta orientada a evaluar un fenómeno, un individuo o un grupo de personas e implican una manera de acercarse a la realidad del sujeto para conocerla. Generalmente se estudian conductas y comportamientos observables.

3.2.2.2 Entrevista semiestructurada

La entrevista semiestructurada es una técnica de estudio que presenta un grado mayor de flexibilidad, debido a que parten temas planeados, que pueden ajustarse a los entrevistados. (Díaz, 2013)

Según González (2021), para realizar entrevistas semiestructuradas, el entrevistador dispone de un guion que recoge los temas que debe tratar a lo largo de la entrevista. Sin embargo, el orden en el que se abordan los temas y el modo de formular las preguntas se dejan a libre decisión y valoración del entrevistador.

De igual manera González (2021) menciona que a este tipo de entrevistas se pueden incorporar nuevas preguntas cuando se crea conveniente, se puede explicar el significado de las preguntas formuladas, pedir aclaraciones al entrevistado cuando no se entiende algún punto o pedir que profundice en algún aspecto introduciendo nuevas preguntas. De este modo, el entrevistador establece un estilo de conversación propio y personal.

El entrevistador debe estar alerta del comportamiento no verbal y reacciones ante las respuestas, para no intimidar o propiciar restricciones en los testimonios del entrevistado (Díaz, 2013).

3.2.2.3 Elección de técnicas

En el caso de este trabajo de investigación las técnicas que se eligieron implementar para obtener información corresponden a una cuantitativa como lo es la observación y a una cualitativa como la entrevista semiestructurada.

Se eligió la técnica de observación ya que permite recabar información en un ambiente natural, sin ningún tipo de intervención, lo cual es útil para identificar actitudes, comportamientos y decisiones del objeto de estudio que son de ayuda para el análisis de la información.

Respecto a la técnica de entrevista semiestructurada, la intención es obtener información de manera directa con un responsable experto en el tema para así contrastar las respuestas con lo sucedido en la observación y poder corroborar o notar diferencias entre ambas.

Al utilizar una técnica tanto cuantitativa de no intervención, como cualitativa de intervención la información recabada es de gran ayuda al momento de analizar los resultados ya que las fuentes fueron diversas y en diferentes ambientes, lo que permite realizar un cotejo o contraste de la misma.

3.2.3 Instrumentos

Para implementar de manera correcta las técnicas que se eligieron utilizar en esta investigación es necesario diseñar guías que sean la base para poder llevarlos a cabo y que se recabe información valiosa que sirva para el análisis. En el apartado siguiente se

presentarán la guía de observación y la guía de entrevista semiestructurada que se emplearán.

3.2.3.1 Guía de observación

En la tabla 2 se observa el formato de la guía de observación que se utilizará para llevar a cabo la investigación de campo con el instrumento para la obtención de información y su posterior análisis. Esta guía ayudará a recabar el comportamiento de los comensales en diversas situaciones descritas en la misma para poder analizar y determinar la posible potencialización de cárnicos de Huauchinango en los restaurantes de la ciudad de Puebla como El Mural de los Poblanos y Casareyna.

Tabla 2: *Guía de observación.*

Guía de observación	
Fecha:	Hora:
Lugar:	Observador:

Aspectos a observar	Sí	No	Observaciones
La persona va acompañada.			
Los meseros explican la carta.			
Se resaltan los platillos de temporada en la carta.			
El menú incluye opciones de cortes de carne en alguna sección.			

Son variadas las opciones de cortes de carne.			
El mesero da alguna sugerencia de platillos, adicional a los de temporada.			
El comensal pregunta sobre otra opción de platillo que no sean los más típicos.			
El comensal hace preguntas a los meseros sobre los platillos (preparación u origen)			
El comensal tarda en elegir un platillo.			
Predomina algún platillo en la mesa dejando fuera los de temporada.			
Se consumió algún platillo con carne bovina.			
Se consumió el platillo de temporada.			

Fuente: Elaboración propia (2022).

3.2.3.2 Guía de entrevista semiestructurada

En la tabla 3 se muestra la guía de la entrevista semiestructurada que servirá como base al momento de aplicar el instrumento para la obtención de información directa, contiene los temas que se tratarán y la razón de los mismo.

Tabla 3: *Guía de la entrevista semiestructurada*

Guía de entrevista semiestructurada	
Temas	Razón del tema
Concepto del restaurante	Dar un contexto del restaurante para que se conozca un poco más a profundidad el concepto, origen y diseño.
Mercado al que se dirigen	Es importante conocer que personas conforman el mercado meta y la forma en que se atraen, de igual forma si existen diversos mercado o solo se ataca a uno.
Platillos estacionales	Conocer cuantas estacionalidades se tienen en el año respecto a platillos y el resto del tiempo que no, como se potencializan los demás sin perder clientes.
Ampliar su oferta gastronómica y atacar otro mercado en el restaurante.	Averiguar si se está estático en lo que se oferta actualmente o se tienen planes de introducir nuevas cosas al menú para atacar otro segmento de mercado sin perder la esencia del concepto gastronómico poblano.
Industria cárnica bovina poblana	Descubrir si se tienen conocimientos respecto al tema de la industria cárnica y los productores poblanos, en específico de Huauchinango y las fortalezas y debilidades que les encuentran.
Introducir cortes de carne poblanos en el restaurante.	Saber la opinión y el panorama sobre el introducir los cortes poblanos para complementar la experiencia del restaurante y apoyar a los productores.

Fuente: Elaboración propia (2022).

3.3 Universo, población y muestra

3.3.1 Universo

Las personas que se tomarán en consideración para esta investigación son todos aquellos comensales que asisten a restaurantes ubicados en la ciudad de Puebla dentro de la categoría de lujo, cuya oferta gastronómica es variada e interesante, además de demostrar congruencia entre el concepto, diseño y servicio que se plasma y recalca en el establecimiento, para que así se logre tener una conexión agradable y un momento placentero en el día.

3.3.2 Población

En el siguiente punto se irá clasificando a la población cuantitativamente, que se derivó del universo antes descrito, respecto a diferentes variables como lo son geográfica, demográfica, psicográfica y tasa de uso, para lograr segmentar de la mejor manera y se pueda acotar a un número de personas que representen a la población a tomar en cuenta. De igual manera se dará una explicación respecto a la elección del objeto de estudio que se utilizará para el método cualitativo.

3.3.2.1 Geográfica

Respecto a la población general que comprende el aspecto geográfico se obtuvo de los comensales en la ciudad de Puebla comprendiendo tanto turistas como locales.

Según datos del Gobierno de la Ciudad de Puebla (2022), la población con la que cuenta el municipio es de 1,692,181 habitantes y los turistas recibidos durante el primer semestre del año 2022 fue de 1,700,000.

Según Valverde (2020), del total de la población de un lugar, el 61% acude a los restaurantes. De igual manera Lozano (2022), menciona que del total de turistas recibidos en la ciudad de Puebla, el 30% acude a un restaurante de gastronomía poblana.

Por lo anterior se determinó que la población geográfica es de: 1,542,230 habitantes.

3.3.2.2 Demográfica

En el caso del aspecto demográfico se utilizó la población con rango de edad de 35 a 45 años, dividiéndolos entre hombres y mujeres para su facilitación. De igual manera se tomó el nivel socioeconómico A/B y C+.

Datos del Gobierno de la Ciudad de Puebla (2022), resaltan que la población con un rango de edades de 35 a 45 años corresponde al 16% de la población geográfica siendo 242, 711 habitantes; de los cuales el 47% son hombres y el 53% mujeres.

De igual manera la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados (2020), muestra que el nivel socioeconómico A/B en la ciudad de Puebla es del 8% y el nivel C+ es del 12%, dando como total el 20% de la población, de esta forma la población demográfica quedaría de la siguiente manera:

- Población de la Ciudad de Puebla: 1,542,230
- Población de 35 a 45 años 16%: 242,711 personas.
- Hombres 47%: 114,074 personas.
- Mujeres 53%: 128,637 personas.
- Nivel A/B y C+ 20%: 48,542 personas.

3.3.2.3 Psicográfica

Para determinar la segmentación del rubro psicográfico se tomó a consideración el gusto de las personas por asistir a diferentes tipos de restaurantes, siendo la categoría *fine dining* (de lujo) como los restaurantes el Mural de los Poblanos o Casareyna, en la que se centrará este estudio.

Según el estudio global de Nielsen (2016), el 46% de las personas que asisten a un restaurante prefieren los catalogados como *fine dining* (de lujo) debido a su servicio y calidad en los platillos; es por ello por lo que tomando los datos del nivel demográfico y relacionándolos con el porcentaje de la actitud descrita, la población psicográfica queda de la siguiente manera:

Personas con gusto por restaurantes de lujo 46%: 111,647 personas

3.3.2.4 Tasa de uso

Debido a los datos recopilados del Gobierno Municipal de Puebla (2022) y a lo mencionado anteriormente en el rubro de segmentación geográfica acerca de la distribución de la población correspondiente a locales y turistas, se determinó que el porcentaje en el

que se distribuye la población es del 67% para los habitantes de la ciudad de Puebla y del 33% para turistas que acuden a la ciudad, dando como resultado los siguientes números:

- Habitantes 67%: 74,803 personas.
- Turistas 33%: 36,844 personas.

Total: 111,647

3.3.2.5 Selección del objeto de estudio

Para el método cualitativo utilizando la técnica de entrevista semiestructura el objeto de estudio que se determinó para aplicar el instrumento es el empresario restaurantero y hotelero encargado de la dirección general de Casareyna, Rodrigo Álvarez y Jiménez.

Es importante para la entrevista semiestructura que la persona conozca a fondo el sector restaurantero de la ciudad de Puebla, ya que es un medio para la obtención de información veraz y desde un punto de vista empresarial, por lo que la experiencia de Rodrigo Álvarez en Casareyna es de gran utilidad, ya que además de que ha logrado posicionar al restaurante dentro de los más importantes en Puebla, ha sido reconocido dentro del ramo restaurantero por su labor en el restaurante y el enaltecimiento a la gastronomía típica de Puebla.

La Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados de Puebla (2018), otorgó al restaurante Casareyna la acreditación como ganador del premio al mérito empresarial restaurantero denominado "César Balsa". Este premio reconoce a destacados establecimientos del sector que, por medio de la dedicación, creatividad y

calidad para satisfacer a los comensales, enaltecen el servicio y gastronomía en la industria restaurantera nacional.

De igual manera, la entrevista semiestructura que se realizará a Rodrigo Álvarez sirve para generar una conexión directa entre lo observado con la otra técnica cuantitativa de estudio y lo recabado en la entrevista para así poder generar un análisis y contrastar el comportamiento dentro del restaurante Casareyna y la percepción del director general sobre los mismo temas.

3.3.3 Muestra

Para determinar el número de personas que se tendrán que emplear para aplicar el instrumento en la investigación de campo respecto a la técnica de observación planteada, se debe realizar un cálculo no probabilístico mediante una fórmula que ayude a obtener el tamaño de la muestra.

Se entiende como muestra no probabilística a aquella en la que los sujetos generalmente son seleccionados en función de su accesibilidad o a criterio personal e intencional del investigador, no es un producto de un proceso de selección aleatoria (Explorable, 2009).

Población se refiere al universo, conjunto o totalidad de elementos sobre los que se investiga o hacen estudios. Los elementos de una población lo conforman cada uno de los individuos asociados, debido a que comparten alguna característica en común (Lugo, s.f.)

El nivel de confianza es la probabilidad máxima con la que se asegura que el parámetro a estimar se encuentra dentro del intervalo estimado. El nivel de confianza se define como “1. alfa” y sus valores más comunes son 90%, 95% y 99% (Sanjuán, 2021).

El margen de error se refiere a la cantidad de error de muestreo aleatorio resultado de la elaboración de una encuesta o instrumento de estudio. Mientras más pequeños sean estos márgenes, los resultados de la investigación serán más exactos (Mugira, 2022).

La aceptación y rechazo dentro de una muestra se define como: probabilidad de éxito (p) a la proporción de individuos en la población que poseen una característica específica y probabilidad de fracaso (q) a la proporción de individuos que no poseen una característica específica (Question Pro, s.f.).

Fórmula:

$$\frac{NZ^2 pq}{E^2(N-1) + Z^2 pq} = \text{Muestreo no probabilístico}$$

N= población

Z= zigma (nivel de confianza del 95%, que es 1.96)

E= 10% margen de error

p= aceptación 50%

q= rechazo 50%

Sustitución de la fórmula:

$$\frac{(111,647) (1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.10)^2 (111,647-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = 96 \text{ personas}$$

El tamaño de la muestra para este trabajo de investigación resultó en: 96 personas.

4 Resultados

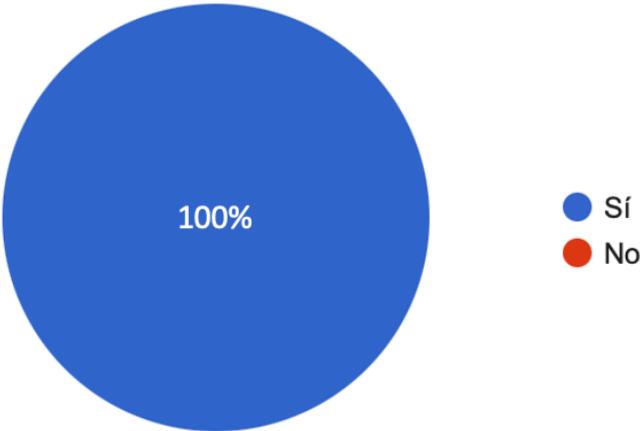
4.1 Resultados de la observación

En el siguiente apartado se mostrarán los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento guía de observación, que se realizó en la visita de campo para la obtención de información, a los restaurantes de la ciudad de Puebla: El Mural de los Poblanos y Casareyna. Para la realización del método observación se dividió la muestra obtenida de 96 personas entre los dos restaurantes dando como resultado la asignación de 48 personas en cada establecimiento.

4.1.1 Resultados observación El Mural de los Poblanos

En la gráfica 4 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿La persona va acompañada?, siendo el 100% la respuesta Sí.

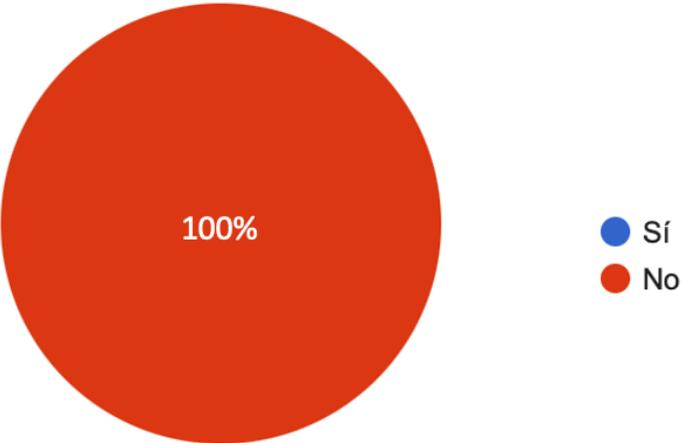
Gráfica 4: Pregunta 1 ¿La persona va acompañada?



Fuente. Elaboración propia (2022).

En la gráfica 5 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿Los meseros explican la carta?, siendo el 100% la respuesta No.

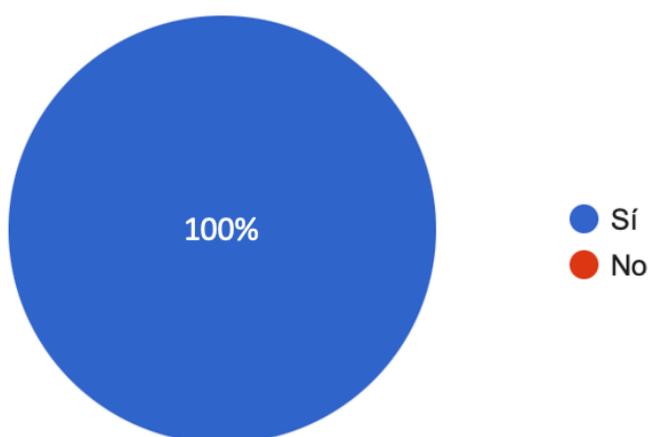
Gráfica 5: Pregunta 2 ¿Los meseros explican la carta?



Fuente. Elaboración propia (2022).

En la gráfica 6 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿Se resaltan los platillos de temporada en la carta?, siendo el 100% la respuesta Sí.

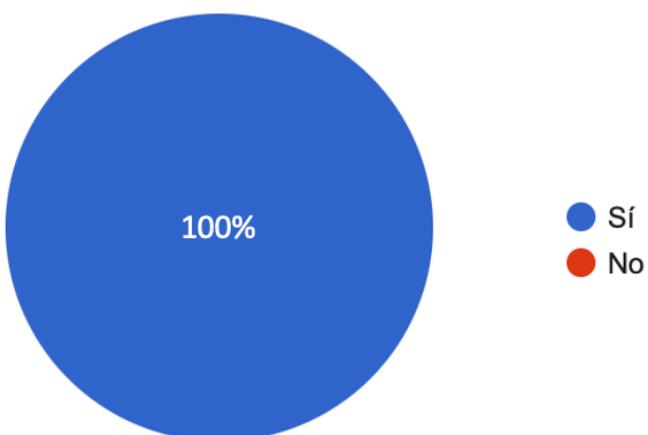
Gráfica 6: Pregunta 3 ¿Se resaltan los platillos de temporada en la carta?



Fuente. Elaboración propia (2022).

En la gráfica 7 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿El menú incluye opciones de cortes de carne en alguna sección?, siendo el 100% la respuesta Sí.

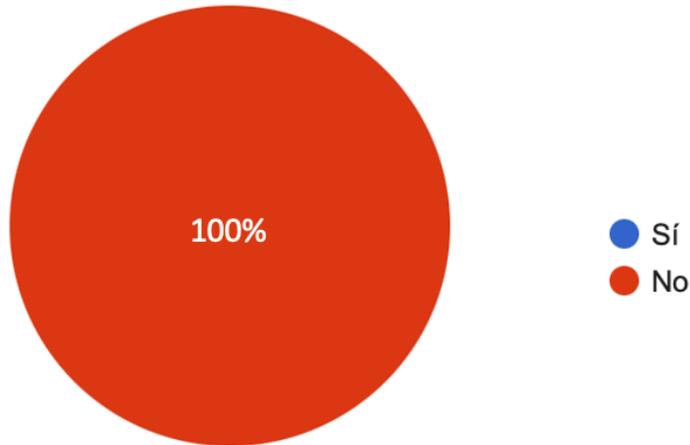
Gráfica 7: Pregunta 4 ¿El menú incluye opciones de cortes de carne en alguna sección?



Fuente. Elaboración propia (2022).

En la gráfica 8 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿Son variadas las opciones de cortes de carne?, siendo el 100% la respuesta No.

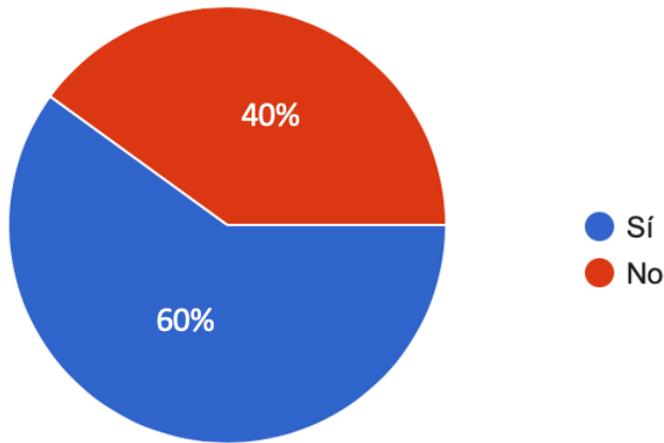
Gráfica 8: *Pregunta 5 ¿Son variadas las opciones de cortes de carne?*



Fuente. Elaboración propia (2022).

En la gráfica 9 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿El mesero da alguna sugerencia de platillos, adicional a los de temporada?, siendo el 60% la respuesta Sí y el 40% la respuesta No.

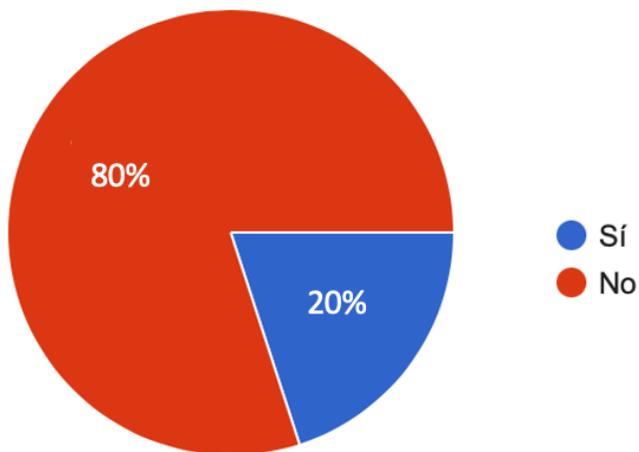
Gráfica 9: *Pregunta 6 ¿El mesero da alguna sugerencia de platillos, adicional a los de temporada?*



Fuente. *Elaboración propia (2022).*

En la gráfica 10 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿El comensal pregunta sobre otra opción que no sean los más típicos?, siendo el 80% para la respuesta No y el 20% para la respuesta Sí.

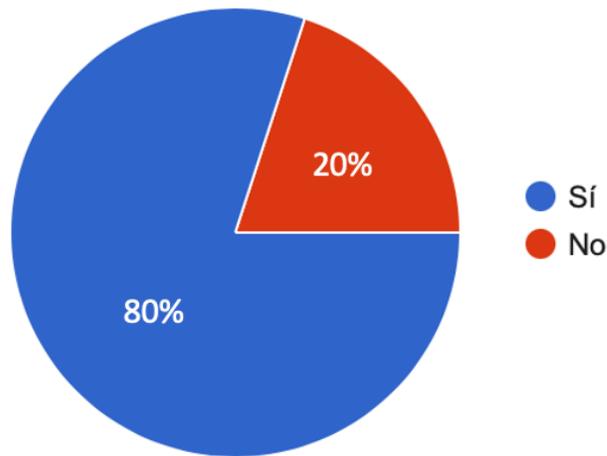
Gráfica 10: *Pregunta 7 ¿El comensal pregunta sobre otra opción que no sean los más típicos?*



Fuente. *Elaboración propia (2022).*

En la gráfica 11 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿El comensal hace preguntas a los meseros sobre los platillos (preparación u origen) ?, siendo el 80% la respuesta Sí y el 20% la respuesta No.

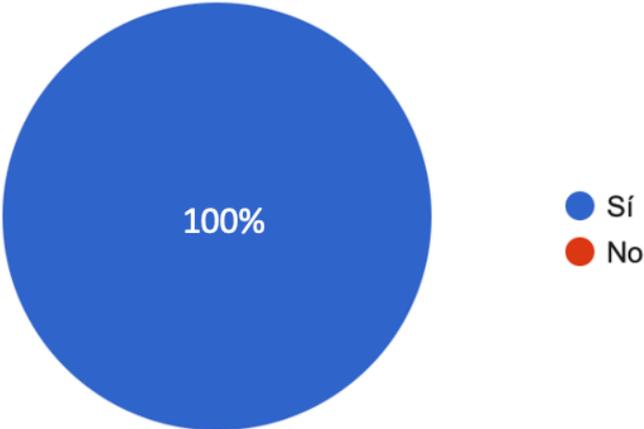
Gráfica 11: *Pregunta 8 ¿El comensal hace preguntas a los meseros sobre los platillos (preparación u origen)?*



Fuente. Elaboración propia (2022).

En la gráfica 12 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿El comensal tarda en elegir un platillo?, siendo el 100% la respuesta Sí.

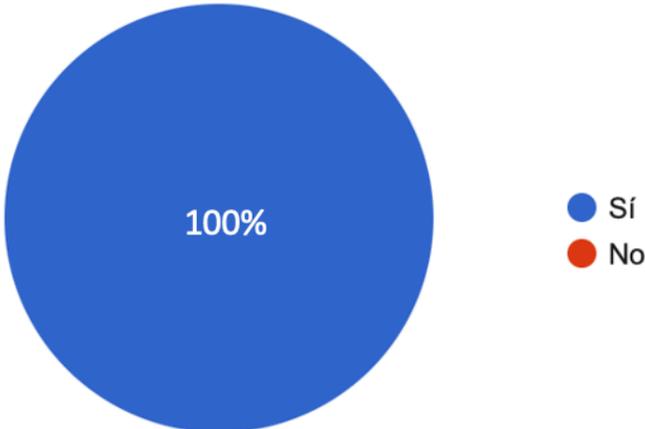
Gráfica 12: Pregunta 9 ¿El comensal tarda en elegir un platillo?



Fuente. Elaboración propia (2022).

En la gráfica 13 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿Predomina algún platillo en la mesa dejando fuera los de temporada?, siendo el 100% la respuesta Sí.

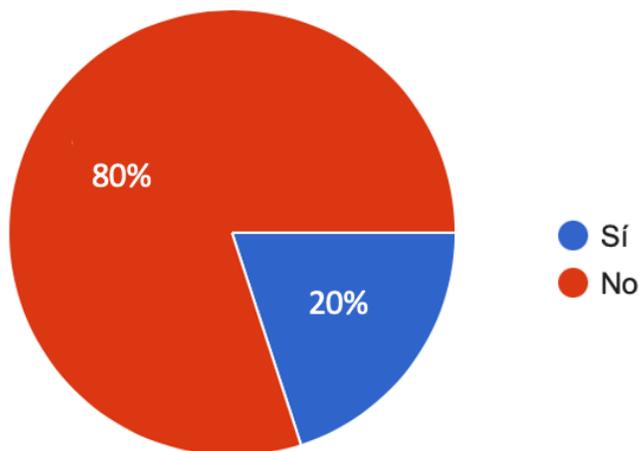
Gráfica 13: Pregunta 10 ¿Predomina algún platillo en la mesa dejando fuera los de temporada?



Fuente. Elaboración propia (2022).

En la gráfica 14 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿Se consumió algún platillo con carne bovina?, siendo el 80% la respuesta No y el 20% la respuesta Sí.

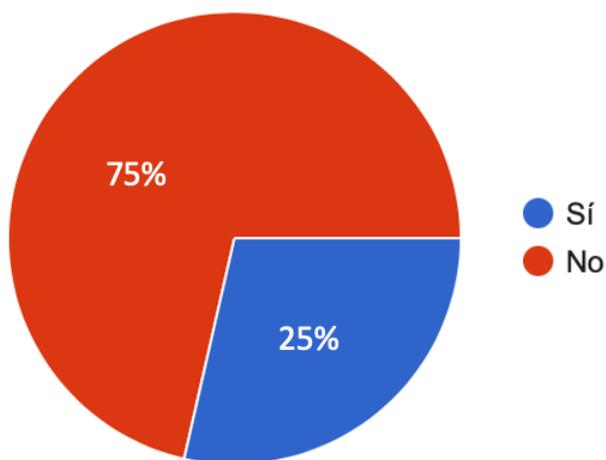
Gráfica 14: *Pregunta 11 ¿Se consumió algún platillo con carne bovina?*



Fuente. *Elaboración propia (2022).*

En la gráfica 15 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿Se consumió el platillo de temporada?, siendo el 75% la respuesta No y el 25% la respuesta Sí.

Gráfica 15: *Pregunta 12 ¿Se consumió el platillo de temporada?*



Fuente. *Elaboración propia (2022).*

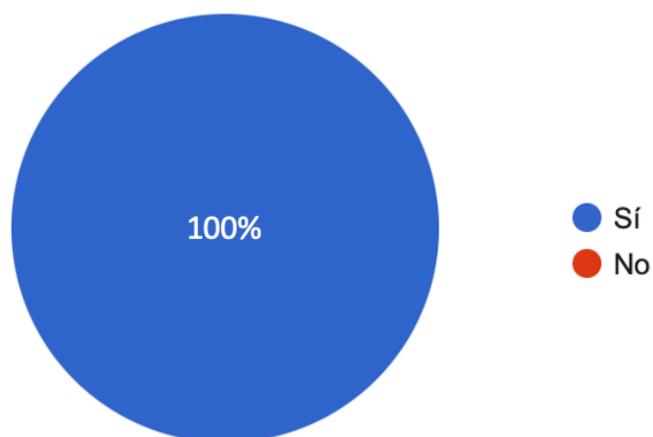
De igual manera algunas observaciones generales que se notaron durante la visita de campo en el restaurante El Mural de los Poblanos fueron las siguientes:

- Los platillos más pedidos de acuerdo a información proporcionada por los meseros son: las enchiladas de 3 moles, las costillas en salsa de pasilla, los bisteces de Rib eye, tacos de lechón y el platillo de temporada.
- Los dos platillos que más predominan en las mesas según lo observados son las chalupas y el mole poblano.
- Los platillos que contiene cortes de carne bovina son escasos y llevan acompañamientos de comida poblana.

4.1.2 Resultados observación Casareyna

En la gráfica 16 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿La persona va acompañada?, siendo el 100% la respuesta Sí.

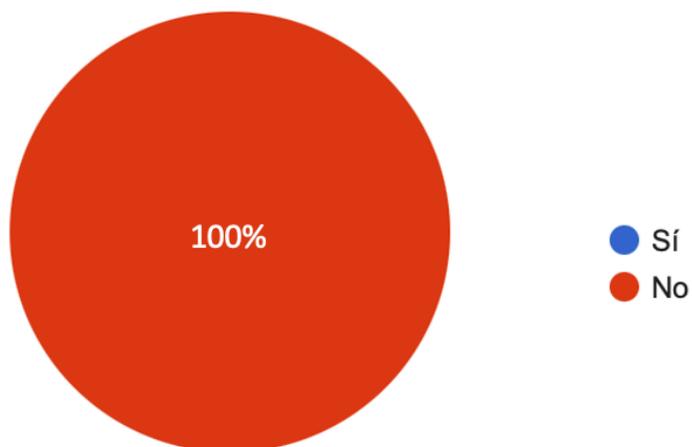
Gráfica 16: Pregunta 1 ¿La persona va acompañada?



Fuente. Elaboración propia (2022).

En la gráfica 17 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿Los meseros explican la carta?, siendo el 100% la respuesta No.

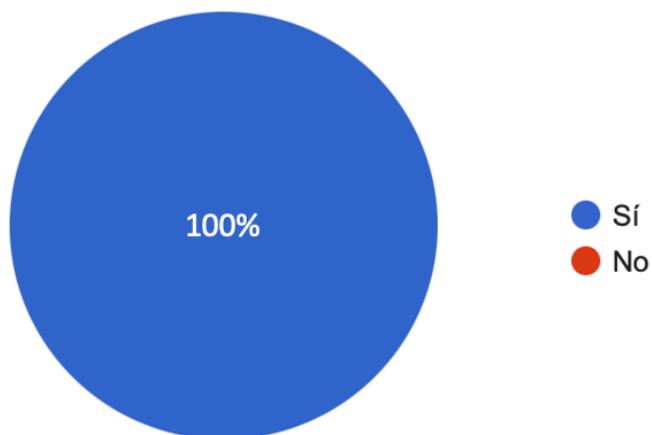
Gráfica 17: *Pregunta 2 ¿Los meseros explican la carta?*



Fuente. *Elaboración propia (2022).*

En la gráfica 18 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿Se resaltan los platillos de temporada en la carta?, siendo el 100% la respuesta Sí.

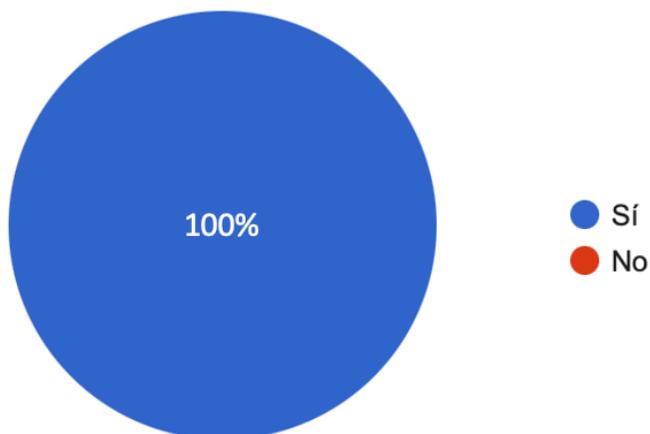
Gráfica 18: *Pregunta 3 ¿Se resaltan los platillos de temporada en la carta?*



Fuente. *Elaboración propia (2022).*

En la gráfica 19 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿El menú incluye opciones de cortes de carne en alguna sección?, siendo el 100% la respuesta Sí.

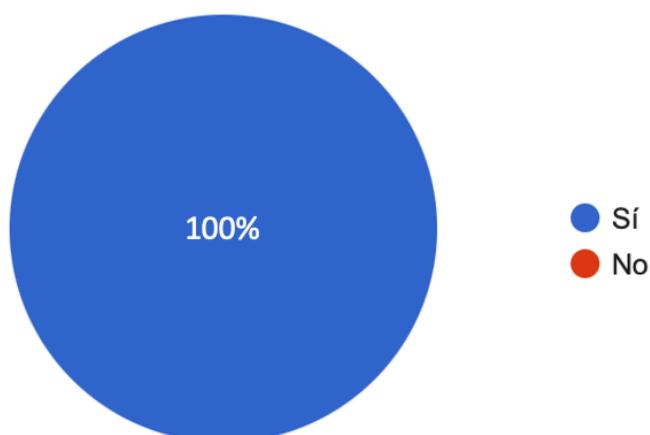
Gráfica 19: *Pregunta 4 ¿El menú incluye opciones de cortes de carne en alguna sección?*



Fuente. Elaboración propia (2022).

En la gráfica 20 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿Son variadas las opciones de cortes de carne?, siendo el 100% la respuesta Sí.

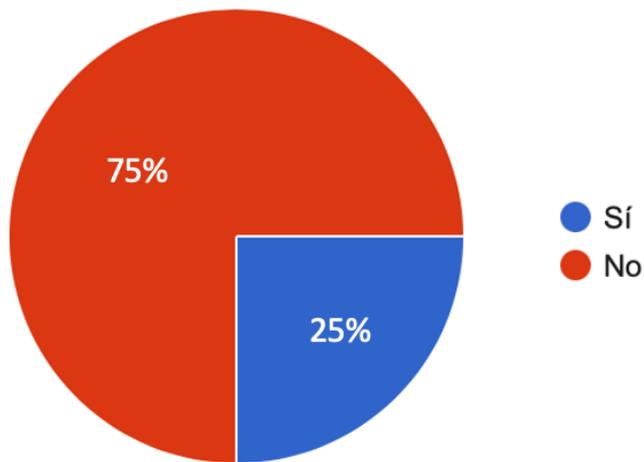
Gráfica 20: *Pregunta 5 ¿Son variadas las opciones de cortes de carne?*



Fuente. Elaboración propia (2022).

En la gráfica 21 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿El mesero da alguna sugerencia de platillos, adicional a los de temporada?, siendo el 75% la respuesta No y el 25% la respuesta Sí.

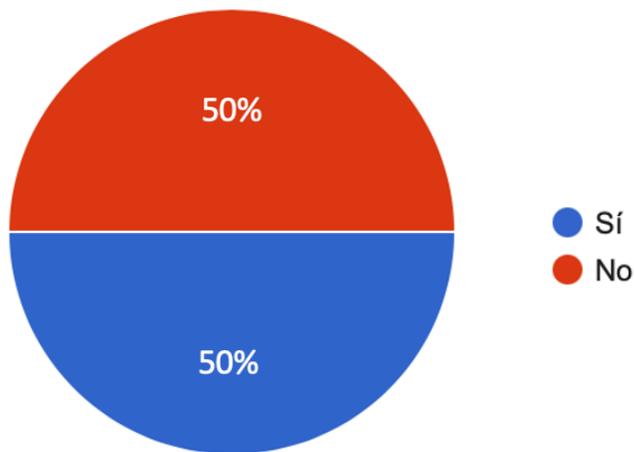
Gráfica 21: *Pregunta 6 ¿El mesero da alguna sugerencia de platillos, adicional a los de temporada?*



Fuente. *Elaboración propia (2022).*

En la gráfica 22 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿El comensal pregunta sobre otra opción que no sean los más típicos?, siendo el 50% para la respuesta Sí y el otro 50% para la respuesta No.

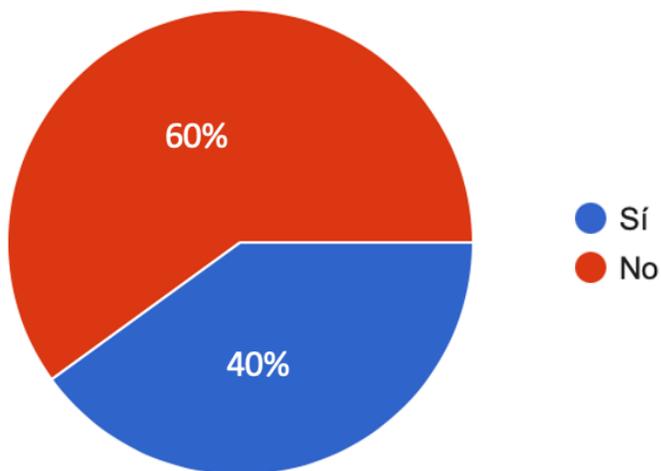
Gráfica 22: *Pregunta 7 ¿El comensal pregunta sobre otra opción que no sean los más típicos?*



Fuente. *Elaboración propia (2022).*

En la gráfica 23 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿El comensal hace preguntas a los meseros sobre los platillos (preparación u origen) ?, siendo el 60% la respuesta No y el 40% la respuesta Sí.

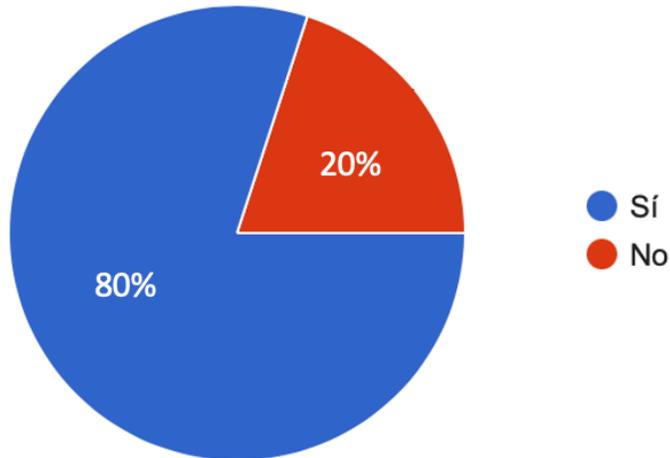
Gráfica 23: *Pregunta 8 ¿El comensal hace preguntas a los meseros sobre los platillos (preparación u origen)?*



Fuente. *Elaboración propia (2022).*

En la gráfica 24 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿El comensal tarda en elegir un platillo?, siendo el 80% la respuesta Sí y el 20% la respuesta No.

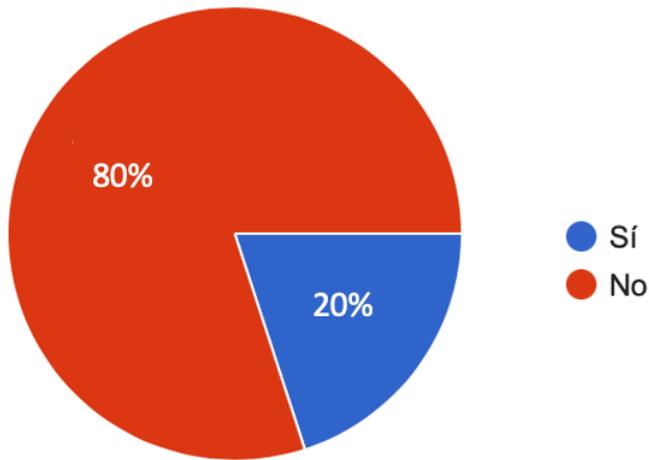
Gráfica 24: Pregunta 9 ¿El comensal tarda en elegir un platillo?



Fuente. Elaboración propia (2022).

En la gráfica 25 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿Predomina algún platillo en la mesa dejando fuera los de temporada?, siendo el 80% la respuesta Sí y el 20% la respuesta No.

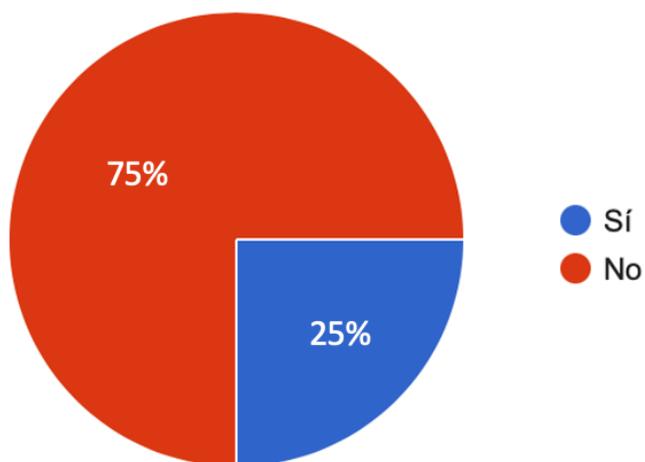
Gráfica 25: *Pregunta 10 ¿Predomina algún platillo en la mesa dejando fuera los de temporada?*



Fuente. *Elaboración propia (2022).*

En la gráfica 26 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿Se consumió algún platillo con carne bovina?, siendo el 75% la respuesta No y el 25% la respuesta Sí.

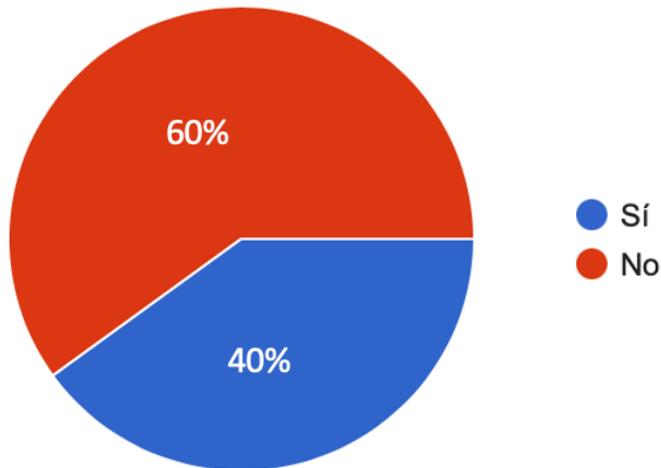
Gráfica 26: *Pregunta 11 ¿Se consumió algún platillo con carne bovina?*



Fuente. *Elaboración propia (2022).*

En la gráfica 27 se muestra el resultado obtenido a la pregunta ¿Se consumió el platillo de temporada?, siendo el 60% la respuesta No y el 40% la respuesta Sí.

Gráfica 27: Pregunta 12 ¿Se consumió el platillo de temporada?



Fuente. Elaboración propia (2022).

Así mismo algunas observaciones generales que se notaron durante la visita de campo al restaurante Casareyna fueron las siguientes:

- El platillo más repetitivo en las mesas fueron las chalupas poblanas.
- Los cortes de carne bovina que más utilizan para la preparación de sus platillos es el filete.
- La carta es extensa y se compone de diferentes secciones que abarcan desde los platillos más típicos como otros no tan comunes siempre utilizando alguna preparación con un toque de gastronomía poblana como mariscos, pescados o pastas.

4.2 Resultados de la entrevista semiestructurada

En el siguiente apartado se mostrarán los resultados obtenidos de la entrevista semiestructurada realizada a Rodrigo Álvarez y Jiménez, director general de Casareyna; se presentarán los temas que se abordaron y la transcripción de las respuestas brindadas hacia ellos.

- Tema 1: Concepto del restaurante

Respuesta:

El concepto de gastronomía pobra surge de la idea de su socia, la cual siempre había tenido el sueño de tener un restaurante de comida poblana por el tema de su abuela y tías que eran muy buenas cocinando y siempre tuvo la idea de poner un restaurante así. Después del tiempo llega Rodrigo y le propone la idea de hacer el restaurante, la cual le llama la atención pero se dejó claro que el enfoque iba a ser un restaurante de poblano para poblanos.

El diseño estuvo a cargo del arquitecto Legorreta, sin embargo después de su fallecimiento, al momento de la ampliación el artista Esteban Chapital fue quien realizó el trazo arquitectónico de todo lo que se ve hecho con madera como las mesas y demás acabados.

- Tema 2: Mercado al que se dirigen

Respuesta:

Desde el inicio el enfoque fue al mercado local y costó mucho trabajo, ya que el poblano es exigente y sobre todo en el tema de la comida el poblano sabe comer bien por lo que no se le puede dar cualquier cosa, se tiene que ofrecer un gran platillo y calidad para que el poblano decida salir de su casa y asista al restaurante.

- Tema 3: Platillos de temporada

Respuesta:

Platillos de temporada que son muy clásicos e imperdibles en Casareyna son los chiles en nogada que es su majestad, ya que el restaurante es un ícono para comer ese platillo, luego viene el mole de caderas o caderas al ajillo y de ahí se pasan por muchas temporadas en el año como escamoles, gusanos de maguey, nopales y romeritos. De igual manera la carta es muy extensa y tiene básicamente todas las proteínas, ya que se tienen cosas con pollo, cerdo, res, carnero, salmón, camarón o atún.

El tema para que las personas sigan viniendo fuera de los platillos de temporada es conservar el sabor, la calidad y el estilo de Casareyna, al final la gente sigue yendo aunque no haya platillos de temporada aunque hay algunos como el chile en nogada que es realmente imán o el mole de caderas que va por ese camino. Los meses que no hay platillos la carta es tan rica y extensa que la gente va porque tiene todas las opciones y además

todo el tiempo se juega con sugerencias de la carta, que son platillos nuevos que se van probando en distintos momentos y siempre, todos los meses hay algo nuevo que probar.

- Tema 4: Ampliar la oferta gastronómica y atacar otro mercado en el restaurante.

Respuesta:

A la carta lo que le sucede es que cada vez se va haciendo más grande, ya que se juegan con esas sugerencias nuevas, las cuales al gustar mucho a los comensales se vuelven parte de la carta; rara vez se sacan platillos y en muchas veces se meten nuevos platillos. La base de la carta es muy grande y es la misma siempre, ya que cuando se va a un restaurante esta padre que sigan los platillos que gustaron desde un principio y que por eso se vuelve al lugar, por ello en Casareyna se mantiene ese enfoque.

- Tema 5: Industria cárnica bovina poblana

Respuesta:

Casareyna es súper pro locales, se busca tener lo más que se pueda de proveedores locales siempre y cuando cumplan con ciertas características como tener un buen precio y gran calidad.

Con la carne se tuvo acercamiento con RYC cuando era propietario de poblano en donde se compraba mucha carne de sus criaderos para utilizarla en el restaurante, ahora que ya es una marca nacional al comprarla Bachoco, se sigue comprando pero ya

está el tema de que no cumple con lo de producción local. Si los buscará algún productor local de carne que cumpliera con los requisitos que impone Casareyna, encantados lo recibirían para poder trabajar con él.

- Tema 6: Introducir cortes de carne poblanos en el restaurante

Respuesta:

Claro, sería algo padre, de hecho se utiliza mucho el filete de res para diversos platillos de la carta que van acompañados de diferentes salseos poblanos, de igual forma se usa mucho la arrachera y tampiqueña, entonces que mejor que se pudieran tener esas opciones directamente de productores poblanos.

Todas las cartas presumen de donde fueron obtenidos los productos y con los proveedores que se trabajan se tiene distribución, precio justo, calidad y sobre todo que no falte porque pasa mucho que ofrecen ciertos insumos y al momento de pedirles que surtan más ya no tiene la capacidad o los precios se encarecen respecto a la competencia, lo que ya no conviene porque al fin y al cabo es un negocio y se tiene que ver por las finanzas del mismo. Pero sin duda sería muy bueno solo que si se tendría que organizar toda la cadena de suministro para tenerla bien hecha y que el restaurante no se complique, sino que llegue como cualquier otro proveedor grande que tiene buen servicio.

5 Conclusiones

La industria cárnica bovina en el estado de Puebla se presenta en diferentes regiones entre las que destaca el municipio de Huauchinango en la sierra norte del estado; se colocó como la región número cuatro, de las treinta y dos en las que se divide el estado, con mayor producción de bovinos dedicados a la explotación de carne, de igual manera gran parte de su poblaciones está inmersa en actividades relacionadas tanto a la cría y cuidado de bovinos como a la explotación y comercialización de productos cárnicos.

Una de las principales fortalezas que denota la industria cárnica en Huauchinango, es la presencia de un rastro municipal el cual tiene una capacidad instalada superior a la mayoría para el sacrificio de cabezas de ganado bovino, lo que le permite tener una producción constante y en masa para posteriormente su comercialización.

Lo anterior permite que los productores puedan surtir a lugares dentro del estado de Puebla que requieran cantidades elevadas de productos cárnicos, así mismo la red de distribución puede llegar a ser más eficiente en cuestión de tiempo de traslado, ya que se encuentra dentro del mismo estado e incluso el costo puede llegar a ser menor tanto para el productor como para el cliente.

Respecto a las debilidades que se presentan dentro de esta misma industria cárnica en Huauchinango es que en los últimos cuatro años la presencia de ganado bovino en la región dedicado a la explotación de cárnicos ha ido en decrecimiento constante, por lo que se puede inferir que las demanda no es la misma e igualmente ha ido en disminución, esto derivado de diversas cuestiones entre las que destaca la falta de conocimiento de los negocios sobre la existencia de este mercado.

La disminución mencionada en el punto anterior puede provocar que una de las actividades más importantes para el municipio de Huauchinango como lo es la explotación de ganado bovino para productos cárnicos sea muy baja o inclusive desaparezca y por ende se presente un impacto económico negativo en la región, ya que la población que tiene como fuente principal de ingresos esta actividad, se verá afectada al ya no ser requerida para esto.

Por el otro lado, la ciudad de Puebla ha tenido de un crecimiento exponencial en temas de hospitalidad, específicamente de establecimientos dedicados a la gastronomía como son los restaurantes. Organismos públicos y privados han colaborado para formar una oferta gastronómica importante en la ciudad para que se vea beneficiado el sector restaurantero y por consiguiente la ciudad tanto en temas económicos como de desarrollo social.

La industria restaurantera en la ciudad de Puebla es una de las principales actividades económicas dentro de la misma y se ha mantenido en constante transformación, la existencia de corredores gastronómicos han sido un factor importante para la promoción de este tipo de actividad para los habitantes tanto de la capital como para el resto del estado de Puebla.

De igual manera el turismo se ha visto muy relacionado con la industria restaurantera en los últimos años, ya que se ha resaltado el concepto de gastronomía poblana para atraer a visitantes tanto nacionales como internacionales, convirtiendo al turismo gastronómico en una de las motivaciones para visitar a la ciudad de Puebla.

Diversas cuestiones implementadas por el gobierno municipal como el distintivo de Mesas Poblanas que reconoce a restaurantes de la capital cuyo enfoque es la gastronomía poblana o de otros organismos como lo relacionado al nombramiento de la ciudad de Puebla como Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica, permiten el desarrollo de la actividad restaurantera atacando a mercados locales, nacionales y extranjeros.

En la ciudad de Puebla existen dos restaurantes, El Mural de los Poblanos y Casareyna, cuyo enfoque es la gastronomía poblana y se han logrado convertir en un referente para que tanto locales como turistas, disfruten de una comida con altos estándares de servicio y calidad que permite enaltecer la cultura poblana tanto en los insumos que se ocupan como en la elaboración del platillo.

Durante la visita de campo al restaurante El Mural de los Poblanos se observó que además de platillos muy típicos como el mole poblano o las chalupas, uno de los platillos que más ordenan los comensales es uno que contiene carne bovina denominado bisteces de Ribe eye con acompañamientos poblanos, cuestión que es de resaltar ya que la esencia principal de ese platillo no es algo de la gastronomía poblana, solo los acompañamientos son los que son típicos poblanos, sin embargo las personas buscan esta opción diferente para degustar.

De igual manera, tanto El Mural de los poblanos como Casareyna, se enfocan en crear economías de escala y cuestiones de kilómetro cero al momento de conseguir los insumos para la preparación de los platillos, ya que ambos cuentan con una cartera amplia de productores poblanos que tengan la capacidad de surtir los requerimientos y cumplan ciertos estándares de calidad y servicio, en lugar de ser clientes de grandes empresas nacionales que pueden proporcionar lo mismo.

Uno de los hallazgos encontrados durante la visita al restaurante Casareyna es que la sección de carnes es variada y una de las opciones que más utilizan es el filete de res con algún salseo, además de resaltarlos como platillos especialidad de la casa, todo a pesar de que el enfoque principal son los platillos puramente típicos de la gastronomía poblana; esto puede inferir que existe un mercado relevante que consume este tipo de platillos donde el tema central es la carne bovina.

En la entrevista realizada a Rodrigo Álvarez y Jiménez, director general de Casareyna, mencionaba que el restaurante toma una postura a favor del consumo local y que en las cartas se enaltecen los insumos de productores poblanos con los que están hechos los platillos, además de que han convertido este tema en un diferenciador respecto a la competencia.

Sin embargo contrastando lo experimentado durante la visita de campo y la entrevista se puede notar que no es algo que realmente sobresalga, en las cartas no se especifica el lugar de origen de sus insumos o se resalta en algún apartado, así mismo los meseros no hacen comentarios al respecto, por lo que, sí es un diferenciador como se menciona en la entrevista es necesario que se implemente correctamente en el restaurante y se haga notar a los comensales.

Así mismo, durante la entrevista se mencionaba que Casareyna es un restaurante que en realidad está hecho para el mercado local, es decir para que los poblanos puedan asistir y disfrutar de un platillo de gran calidad que junte un buen servicio y sabor, ya que actualmente existen muchos restaurantes cuyo enfoque es a los turistas y se desatienden las necesidades de los locales.

De igual manera otro de los hallazgos encontrados durante la entrevista fue sobre los productores de carne bovina que se utilizan dentro de Casareyna, ya que el responsable de surtir es RYC pero al ser comprada por una empresa muy grande a nivel nacional como Bachoco ya no cumple los requisitos que busca este restaurante de apoyar a pequeños productores poblanos, por lo que en estas instancias no se tiene a un productor debido al desconocimiento de los mismos.

Por otro lado Rodrigo mencionó durante la entrevista que están abiertos a la posibilidad de tener un nuevo productor de carne bovina que cumpla con los requisitos que Casareyna impone y que en especial sea un productor poblano para apoyar esa situación y hacer un vínculo de negocios, sin embargo no han encontrado a alguien. Esto pasa debido a que el mercado existe pero no se conoce o se ha tenido acercamiento a los lugares adecuados.

Respecto a la respuesta de la pregunta de investigación ¿Qué fortalezas y debilidades tiene la industria cárnica poblana y su potencialidad en los restaurantes de la ciudad de Puebla?, se puede afirmar que se contestó con lo recabado tanto de las fuentes primarias como secundarias utilizadas durante este proyecto de investigación.

En conclusión, el estado de Puebla cuenta con una región importante de explotación de ganado bovino para productos cárnicos como lo es Huauchinango, sin embargo el desconocimiento de la misma dentro del estado ha provocado que exista una disminución en su producción, a pesar de que se cuenta con el conocimiento y capacidad instalada para producir grandes cantidades que beneficien a la localidad.

En la ciudad de Puebla la industria restaurantera es un motor para la economía local, aunado al turismo gastronómico que se ha generado en los últimos años para la visita de la ciudad por parte de nacionales y extranjeros para conocer establecimientos que enaltezcan la cultura de Puebla a través de aspectos gastronómicos y de servicio.

Por último, la potencialización de los cárnicos poblanos en restaurantes como Casareyna y El Mural de los Poblanos es posible porque existe una oferta de los insumos y demanda de los platillos; temas como el complementar la experiencia y concepto de ambos establecimientos referentes al consumo local y cultura poblana, apoyar al desarrollo de comunidades con los productores creando una economía de escala y el aprovechamiento de un segmento de mercado desatendido para generar oportunidades de crecimiento financiero de los negocios son aspectos claves que se detectaron en esta investigación y que en conjunto hacen posibles que se lleve a cabo esto.

6 Propuesta

6.1 Acciones a realizar

Para beneficiar al tema central de esta investigación, en el siguiente apartado se propondrán tres diferentes acciones que se pudieran implementar para potencializar el consumo de cárnicos poblanos en el sector restaurantera y que se vean beneficiados tanto los productores como el empresario y cliente final.

Las acciones a realizar se podrían catalogar dentro de aspectos de corto, mediano y largo plazo dependiendo de la dificultad y recursos para implementarlas, las acciones serían las siguientes:

- Rediseño de los menús de Casareyna y El Mural de los Poblanos incorporando una sección en específico de cortes de carne poblanos dentro de ellos para ampliar su oferta. (Corto plazo)
- Eventos tipo parrilladas para acercar a los productores con empresarios restauranteros y comensales de toda la ciudad. (Mediano plazo)
- Creación de un nuevo restaurante en la ciudad dedicado a la venta de cortes de carne poblanos. (Largo plazo)

6.1.1 Rediseño del menú en Casareyna y El Mural de los Poblanos

Esta acción consiste en que se propondría a los restaurantes Casareyna y El Mural de los Poblanos, ubicados en la ciudad de Puebla, el rediseño de sus menús para incluir una sección dedicada cortes de carne bovino con acompañamientos y preparaciones que ellos consideren las más adecuadas y se pueda ofertar bajo el esquema de que es un producto 100% poblano adecuado al concepto que manejan y que complementa la experiencia.

Así mismo, se podría logra un acercamiento con algún productor de Huauchinango para que sea su proveedor, cumpliendo con los estándares que requiera cada uno de los establecimientos y se lleve a cabo la introducción en sus menús de este tipo de productos con una oferta diversa de cortes poblanos de gran sabor y calidad.

Esta acción sería con el propósito de aumentar la oferta de estos restaurantes que son muy reconocidos en la ciudad de Puebla por un concepto de gastronomía poblana con insumos de la región y que de igual forma se permitiera complementar la experiencia dentro para los comensales, cuestión que podría beneficiar el ingreso de los restaurantes ya que es un segmento que no se tiene muy desarrollado pero existe dentro de ellos.

6.1.2 Eventos tipo parrilladas para generar un acercamiento

Esta acción consistiría en realizar eventos de recreación tipo parrilladas en diversas locaciones dentro de la ciudad de Puebla para generar un acercamiento entre productores cárnicos de la región de Huauchinango y empresarios restauranteros cuyo restaurante tenga un enfoque poblano o su tema sea la carne bovina.

De igual manera sería un canal para que personas en general vivan un evento de recreación en donde puedan degustar de diferentes cortes de carne poblanos y conozcan este producto, lo que provocaría una difusión mayor y sería un medio que genere un conocimiento y gusto por esto y así crear un mayor mercado para los restaurantes que participen.

Esta propuesta tendría como fin el crear un vínculo de negocios y apoyo mutuo entre los productores de carne que son desconocidos y los empresarios restauranteros que buscan una opción que complemente sus establecimientos; adicional se favorecería a crear una economía de escala en la que se ven inmersos tanto productores locales, restauranteros y poblanos en general.

6.1.3 Nuevo concepto de restaurante en la ciudad de Puebla

Esta acción correspondería a la creación de un nuevo concepto restaurantero en la ciudad de Puebla, en la que el enfoque central sea los cortes de carne bovinos poblanos y que enaltezca la cultura de México y en especial de Puebla mediante la oferta de un menú variado dedicado 100% a estos cárnicos hechos en la parrilla.

Se resaltaría el concepto central de ser un restaurante de parrilla totalmente poblana funcionando como diferenciador el enaltecer a la cultura mexicana y poblana desde los insumos hasta el diseño y decoración del establecimiento para que sea un concepto global en donde se pueda crear una círculo de cooperación entre productores y el restaurante para mejorar tanto el desarrollo económico de ellos y potencializar la rentabilidad del establecimiento.

De igual manera se ampliaría la oferta gastronómica en la ciudad y se introduciría un concepto nuevo que trae consigo muchos beneficios en cuestiones de desarrollo social y económico, además de satisfacer a un mercado tanto local, nacional y extranjero, ya que se crearía una opción para aquellos que no les interesa como tal la comida típica poblana o turistas que no están acostumbrados a la cocina mexicana, pero que quieren experimentar algo de la región sin salir mucho de su centro.

6.2 Responsables

Sería necesario contar con personas adecuadas que fueran los responsables para realizar cada una de las acciones propuestas y que se implementen correctamente, por ello, a continuación se describe los involucrados para llevar a cabo cada una de las propuestas.

En el caso de la primera propuesta referente al rediseño de los menús de Casareyna y El Mural de los Poblanos, se tendría que contar con los gerentes, dueños o responsables del restaurante que puedan tomar la decisión y autorizar el cambio.

Así mismo tendría que existir un diseñador que ayude a la creación de los nuevos menús con la incorporación de esta sección de cortes que vaya apegado al concepto e identidad de los restaurantes y que se encargue de la impresión o actualización del menú digital. De igual forma con el chef encargado de la cocina para adaptar las preparaciones de estos platillos e identificar la mejor manera de presentarlos para potencializar su sabor.

Para la segunda propuesta respecto a la organización de eventos tipo parrilladas para generar un acercamiento el principal responsable sería el organizador, ya que tendría que revisar las cuestiones de locación, productores y restauranteros que asistirán, así como la difusión del evento para los poblanos en general.

De igual manera los productores son los encargados de brindar su producto en el mejor estado y dar información que requieran los asistentes tanto empresarios como público el general. Otro de los responsables serían los parrilleros encargados de la preparación y degustación de estos productos.

Para la última propuesta correspondiente a la creación de un nuevo concepto de restaurante en la ciudad de Puebla, el responsable sería en primera instancia el inversionista que brinde el recursos económico para construcción y adaptación del establecimiento. Del mismo modo otro responsable sería el área de compras que busque a los proveedores de los insumos poblanos que se utilizaran, en especial de los cárnicos.

El arquitecto sería el responsable de la adecuación del lugar respecto al diseño y concepto planteado por el dueño, el cuál trabajaría en conjunto con el diseñador gráfico que se encargaría de la creación de la imagen corporativa.

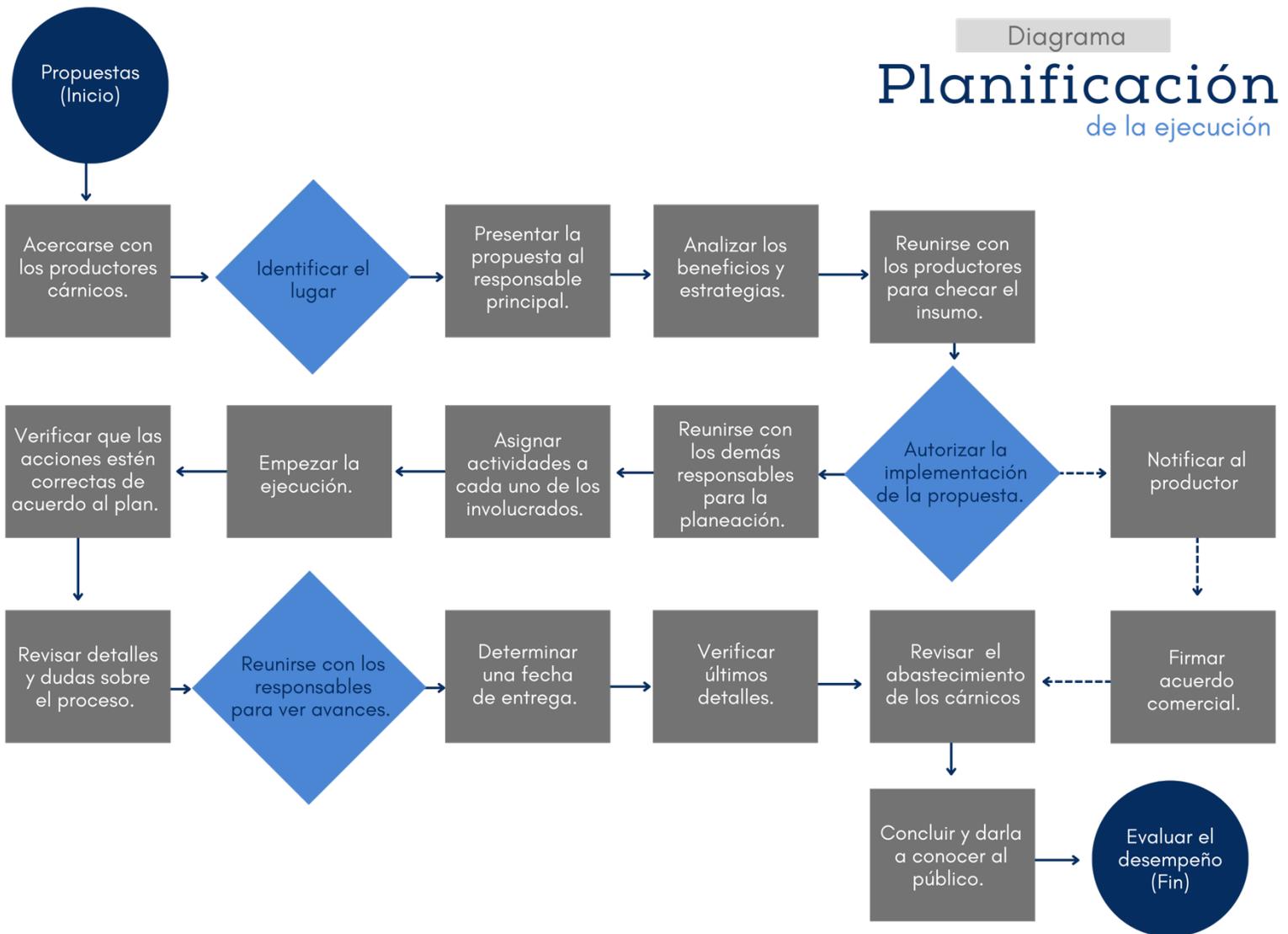
Así mismo el responsable de que la operación salga correctamente es el gerente general del restaurantes, ya que controla a todos los colaboradores brindándoles sus actividades para ofrecer el mejor servicio y se disponga de una experiencia completa a los comensales.

Por último, el área de marketing sería la responsable de la difusión en los diferentes canales para la promoción y publicidad del lugar, así como de resaltar el concepto. El área contable se encargaría de llevar las finanzas del mismo para maximizar la utilidad y generar una circulación en todos los aspectos referente a presupuestos, sueldos y análisis.

6.3 Planificación de la ejecución

En la imagen 16 se puede observar el diagrama a seguir para la implementación de cualquiera de las tres acciones propuestas y se pueda ejecutar de la mejor manera.

Imagen 16: Diagrama planificación de la ejecución



Fuente. Elaboración propia (2022).

6.4 Recursos y costos

Para poder llevar a cabo las propuestas que se plantearon es necesario contar con un recurso económico que pueda proyectar un estimado para su realización. A continuación se presentará el presupuesto con los recursos y su costo respectivamente para las tres propuestas: rediseño del menú de Casareyna y El mural de los Poblanos, eventos tipo parrilladas para generar acercamiento y la creación de un nuevo concepto restaurantero.

En la tabla 4 se muestra el presupuesto referente a la propuesta uno sobre al rediseño del menú de los restaurantes Casareyna y El Mural de los Poblanos.

Tabla 4: *Presupuesto propuesta uno rediseño de menús*

PROPUESTA 1	
Recurso	Costo
• Diseñador (menú impreso y digital)	\$2,000
• Impresión de prueba	\$30
• Impresiones con papel (50 menús)	\$1,500
Total	\$3,530

Fuente. Elaboración propia (2022).

Para el caso del restaurante El Mural de los Poblanos la inversión es menor debido a que el menú que ofrecen a sus comensales es digital, por lo que el costo de impresiones se eliminaría siendo el total de \$2,000.

En la tabla 5 se muestra el presupuesto necesario para la propuesta dos sobre la realización de eventos tipo parrilladas para generar un acercamiento.

Tabla 5: Presupuesto propuesta dos eventos tipo parrilladas

PROPUESTA 2	
Recurso	Costo
• Organizador de eventos con staff	\$15,000
• Renta de locación	\$10,000
• Stands para productores (8)	\$8,000
• Carteles de promoción (50)	\$1,500
• Parrilleros (4)	\$4,000
• Carbón	\$1,000
• Renta de asadores (4)	\$4,000
• Extras	\$1,000
Total	\$44,500

Fuente. Elaboración propia (2022).

Para el caso de los productores ellos serían los responsables de brindar el producto a ofrecer y comercializar durante el evento por lo que no representa un costo, ya que la venta es directa. De igual manera el organizador dentro de su costo incluiría al staff necesario para la coordinación y ejecución del evento y en el concepto de extras es para cualquier eventualidad adicional que se presente durante el evento y que no se haya contemplado.

En la tabla 6 se muestra el presupuesto estimado sobre la propuesta de creación de un nuevo concepto de restaurante que se enfoque en cortes de carne poblanos enalteciendo la cultura mexicana y en especial la poblana.

Tabla 6: *Presupuesto propuesta tres nuevo restaurante*

PROPUESTA 3	
Recurso	Costo
• Arquitecto	\$50,000
• Contratista	\$300,000
• Diseñador gráfico	\$20,000
• Mobiliario	\$200,000
• Equipo de cocina	\$250,000
• Decoración	\$160,000
• Licencias y Permisos	\$150,000
• Insumos	\$30,000
• Bebidas	\$150,000
• Sueldos de colaboradores (3 meses)	\$726,000
• Promoción y publicidad	\$50,000
• Extras	\$100,000
Total	\$2,186,000

Fuente. Elaboración propia (2022).

En el caso del contratista se está tomando en consideración el material y todos los encargados de realizar la adaptación del lugar, de igual manera en el concepto de sueldos de colaboradores es una estimación para cubrir tres meses de operación y en el apartado extras es para cualquier eventualidad durante el proceso de construcción y adaptación.

En la tabla 7 se presenta un listado de los colaboradores y su respectivo sueldo mensual que se necesitaría para la operación del restaurante, ya que con esta estimación se realizó el cálculo del total para el presupuesto general.

Tabla 7: *Colaboradores y sueldos mensuales*

Colaboradores	Sueldo mensual
• Contador	\$15,000
• Meseros (6)	\$48,000
• Cocineros (5)	\$50,000
• Sous chef	\$15,000
• Chef ejecutivo	\$20,000
• Gerente general	\$30,000
• Community manager	\$10,000
• Valet parking (3)	\$18,000
• Encargado Marketing	\$12,000
• Encargado RRHH	\$12,000
• Limpieza (2)	\$12,000
Total	\$242,000

Fuente. Elaboración propia (2022).

6.5 Sistema de seguimiento

Es importante que al momento de implementar una propuesta se le dé seguimiento para ver los resultados y las acciones que se pueden tomar para que perdure y no solo

quedé en algo momentáneo, sino que genere un impacto benéfico en el entorno y cumpla el fin por el que fue hecho.

Para el caso de las tres propuestas planteadas y descritas anteriormente para la inclusión de los cárnicos poblanos en los restaurantes de Puebla se pueden generar diversos indicadores que permitan seguir el comportamiento e impacto de las mismas.

El volumen de venta de los cárnicos puede ser una herramienta que ayude a verificar el impacto de la propuesta uno que consta del rediseño de la carta en Casareyna y El Mural de los Poblanos, esto permite generar estrategias para seguir potencializándolos y provoque un ingreso mayor para los establecimientos complementando la experiencia del comensal.

Así mismo, el capacitar a los meseros en ambos restaurantes para que promuevan los platillos y expliquen el contexto que involucra puede ayudar a incrementar la visualización y por ende el posicionamiento de los platillos dentro del menú, esto con el propósito de que no se pierdan y se continúe la recomendación.

Para el caso de la propuesta dos acerca de los eventos tipo parrilladas, un sistema de seguimiento para ver el impacto de los mismos es el número de asistentes a dichos eventos y los vínculos de negocios que se formen entre los productores y los empresarios restauranteros.

También para que no se pierda esta iniciativa es necesario que se haga un análisis del evento y se verifiquen las necesidades que pueden presentar tanto los comensales como los empresarios para ir adaptándolos en la realización de eventos futuros, además

de capacitar a los productores con herramientas que le faciliten cada vez más la comunicación y comercialización de sus productos.

Respecto a la última propuesta sobre la creación de un nuevo restaurante, un sistema de seguimiento se relaciona con indicadores que permitan verificar la afluencia del restaurante, así como el nivel de satisfacción de los comensales y el nivel de venta para analizarlo y comprobar el crecimiento del mismo.

De igual forma es importante seguir creando estrategias de difusión y posicionamiento para que más personas lo conozcan y puedan asistir, así como la constante actualización en tendencias y comportamientos de los comensales para adaptarlas al establecimiento y que complementen el concepto para perdurar en el tiempo.

Fuentes

AMAI. (2020). *Nivel Socioeconómico 2020*. AMAI.

<https://www.amai.org/NSE/index.php?queVeo=2018>

Arias, E. (2020). *Investigación experimental*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-experimental.html>

Arias, E. (2021). *Investigación descriptiva*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>

Balanzino, M. (2022). *Los 101 mejores restaurantes de carne del mundo 2022*. The

Gourmet Journal. <https://www.thegourmetjournal.com/noticias/los-101-mejores-restaurantes-de-carne-del-mundo-2022/>

Bravo, L.; García, U.; Hernández, M.; Ruiz, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico. Investigación en educación*

médica. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009

CANIRAC. (2022). *Celebra la CANIRAC 30 años del Premio al Mérito Empresarial*

Restaurantero. CANIRAC. <https://ww1.canirac.org.mx/2022/01/18/merito-empresarial-2021/>

Casareyna a. (2022). *Restaurante*. Casareyna. <https://www.casareyna.com>

Casareyna b. (2022). *Galería*. Casareyna. <https://www.casareyna.com>

Daena. (2014). *El Método de la Investigación*. Daena: International Journal of Good

Science. [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)

DataTur. (2022). *Número de visitantes DataTur Junio 2022*. Datos abiertos Municipio de Puebla. [https://datos.pueblacapital.gob.mx/dataset/estad%C3%ADstica-de-turismo-datatur/resource/5dc52e35-dd8e-4dbc-9fa0-b6dbf60ac849#view-grid:{columnsWidth:\[{column:!!Llegada++de++turistas,width:124}\]}}](https://datos.pueblacapital.gob.mx/dataset/estad%C3%ADstica-de-turismo-datatur/resource/5dc52e35-dd8e-4dbc-9fa0-b6dbf60ac849#view-grid:{columnsWidth:[{column:!!Llegada++de++turistas,width:124}]}})

Díaz, L. (2011). *La observación*. Facultad de Psicología UNAM. https://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf

El Mural de los Poblanos a. (2019). *Nuestro concepto*. El Mural de los Poblanos. <http://elmuraldelospoblanos.com>

El Mural de los Poblanos b. (2019). *Galería*. El Mural de los Poblanos. <http://elmuraldelospoblanos.com>

El Universal. (2021). *Puebla tiene al volcán más alto de México y al más pequeño del mundo*. El Universal Puebla. <https://www.eluniversalpuebla.com.mx/que-hacer/puebla-tiene-al-volcan-mas-alto-de-mexico-y-al-mas-pequeno-del-mundo>

Escamilla, M. (s.f.) *Aplicaciones básicas de los métodos científicos*. Universidad Autónoma del estado de Hidalgo. https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf

Equipo editorial Liferder. (2022). *Método experimental*. Liferder. <https://www.liferder.com/metodo-cientifico-experimental/>

Estudio Global de Nielsen. (2016). *Tendencias de comida fuera del Hogar*. The Food Tech. <https://thefoodtech.com/historico/comen-fuera-de-casa-40-de-los-mexicanos/>

Explorable. (2009). *Muestreo no probabilístico*.

Explorable. <https://explorable.com/es/muestreo-no-probabilistico>

Fabbri. (2016). *Las técnicas de investigación: la observación*. Instituto de Ciencias

Humanas. <http://institutocienciashumanas.com/wp-content/uploads/2020/03/Las-técnicas-de-investigación.pdf>

Fuentes-Juárez, N., & Barragán, S. (2019). *Mole de caderas, una tradición en Tehuacán*.

Revista Buen

viaje. https://www.revistabuenviaje.com/conocemexico/saboramexico/mole_de_caderas/mole_caderas.php

Guevara, G. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*. Recimundo.

<https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>

Guía Michelin Reino Unido. (2022). *Hawksmoor*. Michelin Guide.

<https://guide.michelin.com/es/es/greater-london/london/restaurante/hawksmoor>

Gobierno de Puebla. (2019). *Programa sectorial Desarrollo Rural 2019-2024*. Plan Estatal de Desarrollo / Gobierno de Puebla.

<https://planeader.puebla.gob.mx/pdf/ProgramasSectoriales2020/PROGRAMA%20SECTORIAL%20DE%20DESARROLLO%20RURAL%202019-2024.pdf>

Gobierno de Puebla. (2020). *Programa sectorial Turismo 2020-2024*. Plan Estatal de Desarrollo / Gobierno de Puebla.

<https://planeader.puebla.gob.mx/pdf/ProgramasSectoriales2020/06%20Programa%20Sectorial%20de%20Turismo.pdf>

Gobierno Municipal de Puebla. (2022). *Pirámide poblacional del Municipio de Puebla 2020*. IMPLAN. <https://implan.pueblacapital.gob.mx/sig/puebla-en-datos/item/49-piramide-poblacional-del-municipio-de-puebla-2020>

González, J. (2021). *Técnicas de investigación cualitativas en los ámbitos sanitarios y sociosanitarios*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. <https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/28529/04%20TECNICAS-INVESTIGACION-WEB-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hawksmoor. (2022). *British Bred Brief*. Hawksmoor. <https://thehawksmoor.com/food/our-meat/>

Hernández, M. (2022). *CANIRAC anuncia la apertura de 20 nuevos restaurantes en Puebla*. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Canirac-anuncia-la-apertura-de-20-nuevos-restaurantes-en-Puebla-20220926-0137.html>

INEGI. (2019). *La industria restaurantera en México*. Censos Económicos 2019 / INEGI. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825199357.pdf

INEGI a. (2020). *Información por Entidad*. Cuéntame INEGI. <https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/pue/territorio/default.aspx?tema=me&e=21>

INEGI b. (2020). *Climas en Puebla*. Cuéntame INEGI. <https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/pue/territorio/clima.aspx?tema=me&e=21>

- Lugo. (s.f.). *Población y muestra*. Diferenciador Ciencias.
<https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/>
- Mejía, T. (2020). *Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos*. Lifeder.
<https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Méndez, J. (2022). *30% de los turistas visitan Puebla por su gastronomía*. UPRESS.
<https://historioupres.upaep.mx/index.php/noticias/nota-del-dia/2511-30-de-los-turistas-visitacion-puebla-por-su-gastronomia>
- Mitjana, L a. (2019). *Investigación cuasi experimental: ¿qué es y cómo está diseñada?*. Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/miscelanea/investigacion-cuasi-experimental>
- Mitjana, L b. (2019). *Técnicas de observación participante: tipos características*. Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/psicologia/tecnica-observacion-participante>
- Montaño, J a. (2021). *Investigación cuasiexperimental*. Lifeder.
<https://www.lifeder.com/investigacion-cuasi-experimental/>
- Montaño, J b. (2021). *Investigación no experimental*. Lifeder.
<https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/>
- Montes, J. (2018). *Casareyna y su experiencia Audi*. Food and Travel México.
<https://foodandtravel.mx/casareyna-y-su-experiencia-audi/>
- Muguira, A. (2022). *Margen de error ¿qué es y cómo se calcula?* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/margen-de-error-que-es-y-como-se-calcula/>

QuestionPro. (s.f.). Tamaño de muestra. QuestionPro.

[https://www.questionpro.com/es/tamaño-de-la-muestra.html#margen de error](https://www.questionpro.com/es/tamaño-de-la-muestra.html#margen%20de%20error)

Pérez-León, G a. (2022). *Qué es el método deductivo*. GPL Research.

<https://gplresearch.com/que-es-el-metodo-deductivo/>

Pérez-León, G b. (2022). *Qué es el método inductivo*. GPL Research.

<https://gplresearch.com/que-es-el-metodo-inductivo/>

RAE. (2022). *Diccionario de la lengua española: Deducción*. Real Academia Española.

<https://dle.rae.es/deducción?m=form>

Redacción Culinaria Mexicana. (2018). *Restaurante del año El Mural de los Poblanos*.

Culinaria Mexicana. <https://www.culinariamexicana.com.mx/restaurante-del-ano-el-mural-de-los-poblanos/>

SADER. (2022). *Listado de rastros y/o centros de matanza en los que se realiza vigilancia o seguimiento operativo por parte de las entidades federativas*. SENASICA.

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/736767/LISTADO_RASTROS_P_BLICO_220622.pdf

Sanjuán, F. (2021). *Nivel de confianza*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/nivel-de-confianza.html>

Sectur a. (2020). *Huauchinango, Puebla*. Gobierno de México.

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/huauchinango-puebla>

Sectur b. (2020). *Presa de Nexapa*. Gobierno de México.

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/huauchinango-puebla>

SEMARNAT. (2020). *Ganado registrado en producción*. Compendio 2020.

https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/compendio_2020/archivos/02_agrigan/d2_agrigan04_10.pdf

Shuttleworth, M. (s.f.). *Diseño Cuasiexperimental*. Explorable.

<https://explorable.com/es/disenio-cuasi-experimental>

SIC MÉXICO. (2022). *Museos en Puebla, Puebla*. Sistema de Información Cultural.

https://sic.gob.mx/lista.php?table=museo&disciplina=&estado_id=21&municipio_id=114

TAU. (2022). *Tipos de investigación*. Tecana American University.

<https://tauniversity.org/tipos-de-investigacion>

Toledo, J. (2013). *Con sabor de provincia: El Mural de los Poblanos*. El Economista.

<https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Con-sabor-de-provincia-El-mural-de-los-poblanos-20130613-0126.html>

UNESCO. (2022). *Centro Histórico de la Ciudad de Puebla*. UNESCO World Heritage

Convention. <https://whc.unesco.org/en/list/416>

Valverde, Y. (2020). *60 estadísticas de la industria restaurantera*. Gestión gastronomía.

<https://gestiongastronomia.com/60-estadisticas-de-industria-de-restaurantes>

Villapol, L. (2022). *Puebla, capital gastronómica iberoamericana*. Cocina y Vino.

<https://www.cocinayvino.com/actualidad-tendencias/noticias/puebla-capital-gastronomica-iberoamericana/>

Wells, P. (2021). *Does New York Need a British Steakhouse? Yes, if It's Hawksmoor*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2021/12/21/dining/hawksmoor-steakhouse-review.html>