

ANEXO METODOLÓGICO

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO PARA EVALUAR EL IMPACTO ECONÓMICO DE LAS TS

En el presente Capítulo, la alternativa metodológica para valorar el impacto de las TS en la actividad económica se basa en la interpretación de la información de campo proporcionada por los propios actores (las empresas prestadoras del servicio de alimentos y bebidas), que resienten sus efectos.

Se siguieron los siguientes pasos para obtener los datos de la investigación:

1) Se elaboró un *cuestionario* redactado específicamente para tal fin, el cual se aplicó durante el periodo de Diciembre de 2003 a Marzo de 2004 (García Jarquín 2004).

2) Se determinó la población total en base a los establecimientos que proporcionan el servicios de alimentos y bebidas en el Centro Histórico de la Ciudad de Oaxaca: 56 empresas (Ver Cuadro No. 11.6).

3) Se seleccionó un tamaño de muestra, basado en el procedimiento del “muestreo aleatorio simple”. En este caso, para un tamaño de muestra fijo, el tamaño de muestra esperado es:

$$n' = z^2 s^2 / v^2 \quad (1)$$

Este tamaño de muestra n' se puede ajustar utilizando la relación:

$$n = n' / (1 + (n'/N)) \quad (2)$$

donde N es el tamaño de la población, siempre y cuando se cumpla la condición

$$n'/N \geq 0.05 \quad (1)$$

donde v^2 : error estándar (precisión aceptada o varianza de la media, que puede variar de 1% al 10%); s^2 : varianza = $p \cdot q$, donde p : probabilidad de éxito; q : probabilidad de fracaso. De aquí que s^2 máximo = 0.25 (dado que $p = 0.5$ define una probabilidad igual de éxito o fracaso); Z^2 : constante que define al intervalo de confianza ($Z=2.68$ para un intervalo de confianza de 99%; $Z=1.96$ para un intervalo de confianza de 95%, $Z=1.65$ para un intervalo de confianza de 90%). Finalmente n' representa el tamaño de muestra proporcional.

Con una población total de 56 restaurantes, datos de confiabilidad del 95%, y un error del 8%, se obtienen los siguientes resultados:

$$n_1 = \left(\frac{1.96}{0.08} \right)^2 0.5(0.5) = 119$$

debido a que

$$n'/N = 2.125 \geq 0.05$$

entonces

$$n = \frac{119}{1 + 119/56} \approx 38 \text{ cuestionarios}$$

Se optó por un tamaño de muestra de 40 establecimientos.

4) Posteriormente se efectuó el análisis estadístico de frecuencias de las preguntas del cuestionario, tomando como *variables* básicas: la afluencia de turismo extranjero (E), la afluencia de turismo nacional (N), los ingresos (I), la actividad económica (A), los precios (P), las compras a proveedores (C), el salario del personal (S), el despido del personal (D), los créditos (CR), la publicidad (PU), la promoción (PR) y los cambios de las instalaciones de los establecimientos (CA), es decir:

Frecuencia en porcentaje (%) = Respuesta parcial / Total de respuestas

Los criterios metodológicos utilizados para la aceptación o rechazo de las respuestas proporcionados por las frecuencias de las preguntas del cuestionario se indican a continuación:

Valor cualitativo	Porcentaje (%)	Criterio de aceptación de las respuestas
Demasiado	80 a 100	Muy alto impacto de las variables
Mucho	61 a 80	Alto impacto de las variables
Regular	41 a 60	Regular impacto de las variables
Poco	21 a 40	Bajo impacto de las variables
Nada	0 a 20	Muy bajo impacto de las variables

En el esquema No. 9.2 se resumen los resultados obtenidos.

5) Posteriormente se efectuó la correlación de las variables del cuestionario, considerando como *variables independientes* (Vi): la afluencia de turismo extranjero (E), la afluencia de turismo nacional (N), los ingresos (I), la actividad económica (A), así como la localización de los establecimientos (L); y como *variables dependientes* (Vd) los precios (P), las compras a proveedores (C), el salario del personal (S), el despido del personal (D), los créditos (CR), la publicidad (PU), la promoción (PR) y los cambios de las instalaciones de los establecimientos (CA), es decir:

$$\text{Corr (Vi, Vd)} = r$$

donde Vi: Variables independientes (E, N, I, A); Vd: Variables dependientes (P, C, S, D, CR, PU, PR, CA) ya indicadas; Corr: Correlación; y r: coeficiente de correlación.

6) Se seleccionan las correlaciones más relevantes de las variables del cuestionario, tomando como base la escala de valoración siguiente:

Valor	Rango (+/-)	Criterio de aceptación de la respuesta
Muy alta interacción de las variables	0.80 a 1.00	Se acepta
Alta interacción de las variables	0.61 a 0.80	Se acepta
Regular interacción de las variables	0.41 a 0.60	Se acepta parcialmente
Baja interacción de las variables	0.21 a 0.40	Se acepta parcialmente
Muy baja interacción de las variables	0.00 a 0.20	Se rechaza

Estas correlaciones permiten seleccionar las interacciones más significativas (Ver Cuadro No.11.4) de las variables analizadas, para posteriormente determinar el “atractor de caos” o el “círculo vicioso” correspondiente a las variables analizadas (Ver esquema No. 9.2).