

## Capítulo I. Introducción

### 1.1 Planteamiento del problema.

China tuvo un gran comienzo en el 2011, donde, se dio a conocer la noticia de haber sobrepasado a su vecino asiático Japón en el ranking mundial económico, convirtiéndose así en la segunda potencia económica Mundial en el 2010 (World Bank, 2011).

Actualmente han pasado 33 años desde la reforma económica de China (1978), en los cuales, la entrada de diferentes culturas extranjeras en este país, ha dejado una gran influencia en la sociedad china de hoy en día. Influencias que permite observar a una cultura china diferente en su vestimenta, comida y forma de pensar. Las zonas urbanas es el ejemplo más claro de estos cambios que presentan los chinos, en donde dentro de dichas zonas son las que representan una oportunidad para entrar en mercado.

La sociedad urbana china ha generado cambios en sus gustos y preferencias para satisfacer sus necesidades. Esto ha llevado a establecer nuevas formas de venta, como son los supermercados, las tiendas de descuentos, las franquicias, outlets de fabrica, las cadenas de tienda, así como club y centros nocturnos.(Chen, Li, Reuvid, 2005).

Uno de los sectores que muestra una oportunidad para entra en el mercado de China es el sector restaurantero; ya que ha mostrado gran aceptación del mercado local. El crecimiento de este sector está reflejado por las franquicias de comida rápida, en donde, según el Buro de estadística de China durante lo que va del 2011 la industria de comida rápida se incrementó un 20% a diferencia de las últimas dos décadas.

Con lo anterior, se puede observar la gran oportunidad que se presenta para incursionar en el mercado chino en el ámbito de servicio de una franquicia de restaurante. Un ejemplo más claro de esto, es el éxito que han alcanzado las

franquicias de KFC, McDonald's, Pizza Hut, Starbucks entre otras, en donde han manejado los aspectos, factores, condiciones y a los consumidores para poder entrar al mercado chino.

Sin embargo, no hay que dejar de tomar en cuenta que se enfrenta a un país que ideológica y culturalmente es diferente a México. En donde el lenguaje representa una gran barrera, ya que el mandarín es uno de los lenguajes más complejos del mundo y su estudio tarda años poder perfeccionarlo. También se encuentra la complejidad de entender al mercado chino, ya que es él país con mayor población en el mundo, en donde existen diferentes regiones y su población varía entre ellas. Es así, que dependiendo del área que se pretende incursionar se tiene que tomar decisiones de cómo introducir un producto o un nuevo concepto. Por último, se encuentra la parte administrativa o gubernamental, en cuanto a normas y reglamentos, ya que se tienen que estudiar debido a que son diferentes a las que se encuentran en México.

Tomando en cuenta lo anterior, el presente trabajo de investigación se enfocará a identificar cómo se debe preparar la franquicia Karma Bagels si desea incursionar en el mercado Chino. Dicho trabajo investigará cuáles son los elementos que enfrenta la franquicia al entrar a un mercado internacional como es China; en donde estos elementos se identificarán a través de casos de éxito de franquicias en China. Se realizará el estudio correspondiente para desarrollar un análisis de la competencia, el cual se basa en la dimensión de la rivalidad competitiva de Porter. También se tendrá el estudio empírico de las técnicas de grupos de enfoque y entrevistas, las cuales se realizaran con el mercado potencial y con personas con experiencia en establecer un negocio en china de este rublo. También se identificará las leyes y reglamentos que se establece según el gobierno local para poder establecer un negocio dentro del territorio de China.

## **1.2 Objetivos**

El presente proyecto de investigación tendrá el objetivo general identificar los elementos que tiene que tomar en cuenta la franquicia de Karma Bagels, para poder desarrollarse en el mercado internacional de China dentro de la ciudad de Beijing..

Basándonos en el objetivo general, pero de manera más delimitada trabajaremos sobre los objetivos específicos.

- El primer objetivo específico será analizar cuál es la oportunidad para Karma Bagels en mercado de Beijing, China.
- El segundo objetivo será identificar la competencia para Karma Bagels que existe en el mercado local.
- Por último, se identificará que tipos de requisitos gubernamentales de China son necesarios para abrir una franquicia de restaurante dentro de éste territorio.

### **1.3 Justificación**

Tras vivir dos años en Beijing, pude observar las grandes oportunidades que representa invertir o realizar negocios con éste país. También pude notar el gran interés que demuestra la sociedad china por probar o experimentar las cosas Occidentales. Surge una gran curiosidad dentro del mercado local, el poder encontrar este tipo de cosas a su alcance, ya que para ellos es difícil salir a experimentar realmente estas cosas.

Por esta razón, se generó un interés de realizar este proyecto de investigación, en donde se pretende incursionar la franquicia de Karma Bagels. Esto tiene el fin de no sólo generar beneficios para dicha franquicia; sino que también, para los demás negocios del sector mexicano de franquicias. Con esto, poder contar con una base para comprender los requerimientos de adentrarse en Beijing, China, es decir, que este trabajo se genera para tomar en cuenta las ideas principales que debe tener una franquicia al pensar en el mercado de China.

Otra de las razones del proyecto es ver la gran aceptación que tiene Karma Bagels entre los extranjeros, ya que esto se ve reflejado en sus sucursales como son Playa del Carmen y en Cholula. Con este concepto de franquicia no sólo se pretende llegar al mercado chino, sino que también al mercado de expatriados que se encuentran viviendo en Beijing.

Por otro lado, la mayoría de los chinos en las zonas urbanas, tienen una dieta saludable a base de granos, cereales, verduras y carne, lo que hace que se preocupen en su salud y busquen comidas que sean ricas en nutrientes. Una de las características de Karma Bagels es el menú que presenta actualmente que lo destaca por la comida saludable baja en grasas, así como variedades de ensaladas.

Asimismo, para la franquicia de Karma Bagels es muy significativo poder expandir y llevar el concepto de esta franquicia a nuevos mercados como el de Beijing. En donde, la franquicia encontrara un medio para expandirse y con esto, se vea reflejado en un futuro una ganancia el contar con su presencia en el mercado internacional.

#### **1.4 Alcance**

Este proyecto se establece para crear una iniciativa que sirva en un futuro para desarrollar un plan de negocio para la franquicia del restaurante Karma Bagels. Debido a esto se enfocará a identificar que factibilidad tiene esta franquicia para incursionar en un mercado nuevo tomando en cuenta el análisis de los casos de éxito de franquicias en China. También se investigará los aspectos en cuanto, al mercado potencial, la competencia y sus requerimientos legales. En donde el mercado sólo se limitará a la ciudad de Beijing, China en un segmento de mercado específico del distrito de Chaoyang, teniendo este tipo de consumidores cómo el nicho principal al que se desea llegar.

Como parte de la etapa de inicio se establecerá una investigación en el posible mercado nicho descrito con anterioridad, la cual utilizará únicamente las técnicas cualitativas de los grupos de enfoque y entrevistas. También se realizará un

análisis de la competencia, exclusivamente dentro del distrito de Chaoyang, este se basará en la dimensión de rivalidad competitiva del análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter.

Por último, el análisis de los requisitos legales que debe tomarse en cuenta como franquicia, en donde únicamente se identificará sus reglas de normatividad. De igual forma, los tipos de documentos que se tendrá que presentar para poder establecer actividades dentro de este país.

### **1.5 Limitaciones**

Dentro del tiempo de investigación, por cuestiones de extensión de visa el tiempo se limita a 30 días para desarrollar los métodos para recabar la información correspondiente para el proyecto.

Otro gran limitante que se tiene es la disposición de participación para los grupos de enfoque y para las entrevistas. Al igual que la disposición que se contará por parte del gobierno, en los asuntos de la recolección de la información que se necesitará para establecer la franquicia en Beijing, China.

En términos de la disposición con la que se contó por parte del mercado de investigación fue positiva, no obstante cuando se notificó que ésta información sería utilizada para un proyecto de investigación se generó una distancia en cuanto a la veracidad y el flujo de las respuestas. En las situaciones con los posibles clientes chinos no estuvieron dispuestos a ser grabados y requirieron que fuera de forma anónima.

Las entrevistas con gente experta en el ámbito, requirieron que no fueran grabadas las conversaciones, esto por motivos legales ante la empresa que trabajaban y por miedo de crear alguna situación de plagio. Para lo cual, se tuvo que adaptar a generar conversaciones de tipo informales, las cuales fueron registradas con la toma de notas y la observación por parte del investigador.

De igual forma, por parte del gobierno se encontró gran disposición, sin embargo por falta de tiempo no se pudo recabar mucha información legal. Esto debido a

que dentro de los Departamentos del gobierno a los que se recurrieron se debía sacar previamente una cita para ser atendidos.

Otra limitación que se enfrentó fue la dificultad y en algunos casos falta de información que se encontraba en las fuentes de recursos bibliográficos, tanto físicos como en la web y la información encontrada no es actual.

Por último, siguiendo la metodología del análisis de datos que se debía realizar, por falta de tiempo y de recursos se tuvo que reducir a los principios básicos para el análisis de resultados, en donde la confiabilidad y la validez de los resultados sólo es una estimación de la realidad. La retroalimentación, corrección y regreso al campo no se cumplen dentro de este trabajo dejando abierta la propuesta para que esto se realice en un estudio futuro.

## **1.6 Organización del documento**

El desarrollo de este trabajo de investigación se conformará por el presente capítulo de introducción, el cual muestra la problemática a estudiar, así como el objetivo general y los objetivos específicos del proyecto, las razones por las que se realiza, los alcances que tendrá y las limitaciones que se presentan.

El capítulo 2 contendrá el marco teórico el cual se enfocará a definir los temas principales que se relacionan o se abordarán en el proyecto. Dentro de estos temas se definirá lo que es una franquicia, sus elementos, su estructura, las ventajas y desventajas que se presentan en el sistema de franquicias y cuáles son los obstáculos que tienen las franquicias. Como segundo tema principal son los casos de éxito de las franquicias en China, con esto se pretende tener una base de conocimientos de los casos de éxito que se han dado dentro de este territorio.

También se analizará los tipos de reglamentos y leyes regulatorias de la República Popular de China que tienen para las franquicias o en empresas en conjunto de inversión extranjera. Del mismo modo se definirá el concepto de la dimensión de rivalidad competitiva de Porter.

En el Capítulo 3, método, contiene la metodología que se utilizará para el proyecto. La investigación de mercado será de tipo cualitativa, la cual se basará en las técnicas de grupos de enfoque para analizar la sensibilidad del posible mercado hacia los productos que ofrece la franquicia de Karma Bagels. Otra de las técnicas que se utilizará es la entrevista, la cual busca una retroalimentación por parte de las personas que ya han tenido la experiencia de entrar en el mercado Chino.

Después de haber realizado el estudio correspondiente de los métodos que se utilizarán para recolectar información se pasará al análisis de los resultados que se obtuvieron; esto estará dentro del Capítulo 4 del proyecto.

Por último, se tendrá el Capítulo 5, el cual resumirá toda la información de los capítulos anteriores para poder dar lugar a las conclusiones en donde se mostrará que tan adecuada esta la franquicia para enfrentar este tipo de mercado y si es conveniente invertir o no.