

CAPÍTULO 1

Introducción

Emerson en su libro *Los nuevos economistas de la comida rápida*, define a la industria de restaurantes de comida rápida, como los establecimientos que tienen como principal característica la de ofrecer un alimento mediante el sistema de autoservicio o la entrega a través de una ventana.

A través de los años, esta industria de la comida rápida ha sufrido crisis, como la de los años 70's, la cual fue provocada principalmente por dos factores, en primer término, la sobreventa y saturación del mercado por la entrada de diversas marcas, y la demografía, que era principalmente la gente joven los principales consumidores en los cuales fue bajando el nivel de popularidad de este tipo de servicio (Emerson, 1990).

La industria de la comida rápida siempre ha estado en cambio, ya que a cada momento van naciendo nuevas cadenas para reemplazar a las que se han quedado estancadas y se han vuelto obsoletas o pasan de moda. De esto resulta, que este tipo de restaurantes ha crecido rápidamente, un ejemplo de esto es McDonald's, el cual empezó su expansión en el año

1955, y a finales de este mismo año ya tenía 12,418 restaurantes (Ritzer, 1996). Para que este tipo de lugares se lograra introducir de manera exitosa en el mercado, tuvieron que dar entrada a nuevos conceptos como el autoservicio y los desayunos.

Para la fácil aceptación de los restaurantes de comida rápida en la sociedad, éstos han manejado estrategias de mercado haciendo atractivas las características de estas empresas, como las formas y colores de sus establecimientos que llaman la atención de los comensales, y los incitan al consumo de alimentos dentro de los mismos, los comerciales que resaltan la comida fresca y nutritiva, la disponibilidad, atención y amabilidad de los empleados hacia los clientes, que les hace pensar en una experiencia divertida y satisfactoria (Ritzer, 1996).

1.1 Planteamiento del Problema

El crecimiento de este tipo de establecimientos, se ha dado principalmente por las rutinas familiares que han estado cambiando desde hace unos años atrás, los roles de los padres, y por el desarrollo de la sociedad misma.

El fundamento principal de esta industria radica en la estandarización y simplificación de las tareas que realiza el personal de dicho establecimiento hasta conseguir un producto universal barato y muy sencillo de conseguir. De esta manera, logran entrar con mayor facilidad en la mente de los consumidores que están abiertos a experiencias nuevas, tratándose de comodidad (Emerson, 1990).

Estos establecimientos cuentan por lo tanto con atributos que logran llamar la atención de los comensales, haciendo que éstos acudan con mayor frecuencia a este tipo de lugares, estas son las características que se buscarán y analizarán, con el fin, de en un futuro próximo, este proyecto guíe a los nuevos empresarios de este tipo de restaurantes, en la captación de los comensales, teniendo conocimiento de cuales son las expectativas que buscan llenar y así tener un clientela cautiva.

1.2 Objetivo General

Conocer los atributos de los restaurantes de comida rápida que influyen en el consumidor para seleccionarlos.

1.3 Objetivos Específicos

- Conocer las expectativas del cliente respecto a los restaurantes de comida rápida.
- Conocer las cualidades actuales de los restaurantes de comida rápida.
- Determinar los atributos en base a las expectativas del cliente y a lo que actualmente ofrecen los restaurantes de comida rápida.
- Conocer el perfil de las personas que asisten a este tipo de restaurantes.

1.4 Preguntas de investigación

- ¿Cuales son los atributos que influyen al consumidor a asistir a restaurantes de comida rápida?
- ¿Cuál es el atributo con mayor prioridad en los consumidores de la Ciudad de Puebla?
- ¿Quiénes son las personas que más asisten a este tipo de establecimientos?

1.5 Justificación y relevancia

La información obtenida podrá ser usada por los dueños de restaurantes de comida rápida o nuevos empresarios en este tipo de establecimientos, para poder dirigir sus productos de acuerdo a lo que de este trabajo resulte, en el aspecto de cubrir las necesidades y expectativas de los comensales.

1.6 Limitaciones

Para fines de esta investigación los Restaurantes de comida rápida que se analizaron son los más populares de franquicia como McDonald's, Burger King, Pizza Hut, Domino's Pizza, Taco Inn y Kentucky Fried Chicken.