

CAPÍTULO 4

Análisis de Resultados

4.1 Descripción de Análisis.

En el presente capítulo, teniendo como base la metodología utilizada para la recopilación de los datos, se mostrarán los resultados obtenidos durante el transcurso de la investigación, dichos resultados se analizaron utilizando la estadística descriptiva, que como menciona Stevenson (1978) se trata de la interpretación de los resultados obtenidos en números, para representar hechos en términos generales, realizando esto mediante un método sencillo.

4.2 Interpretación de cuestionarios.

A continuación se hace una concentración de la información obtenida, para ofrecer datos específicos con base en las preguntas evaluadas a los comensales.

Referente a la pregunta número uno, acerca de los rangos de edades de los acompañantes frecuentes de los encuestados al asistir a los restaurantes de comida rápida, se obtuvieron los siguientes resultados : el 25 por ciento de los acompañantes eran adultos, el 66 por ciento jóvenes y el último 9 por ciento son niños.

En la pregunta número dos, se exponen los motivos por los cuales asisten a este tipo de restaurantes, y se obtuvo la Figura 1:

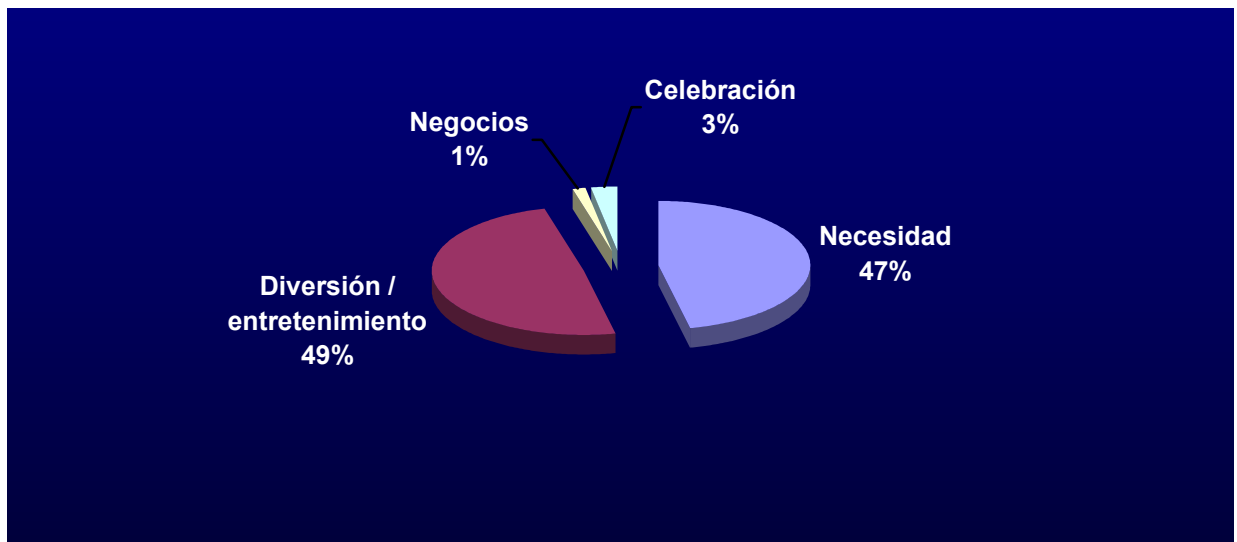


Figura 1. Porcentajes de motivos de asistencia de los consumidores a Restaurantes de Comida Rápida.

Se puede decir, que los motivos más importantes de las personas para asistir a estos lugares para alimentarse, son la diversión / entretenimiento y la necesidad; y por lo que menos asisten, es por negocios.

En la tercera pregunta, el cliente de estos restaurantes, señala cuales son los atributos que considera que son más importantes cuando suele asistir a los fast food, sin importar por el momento, el grado de categoría que se les asigna. Esto se ve en la figura 2.

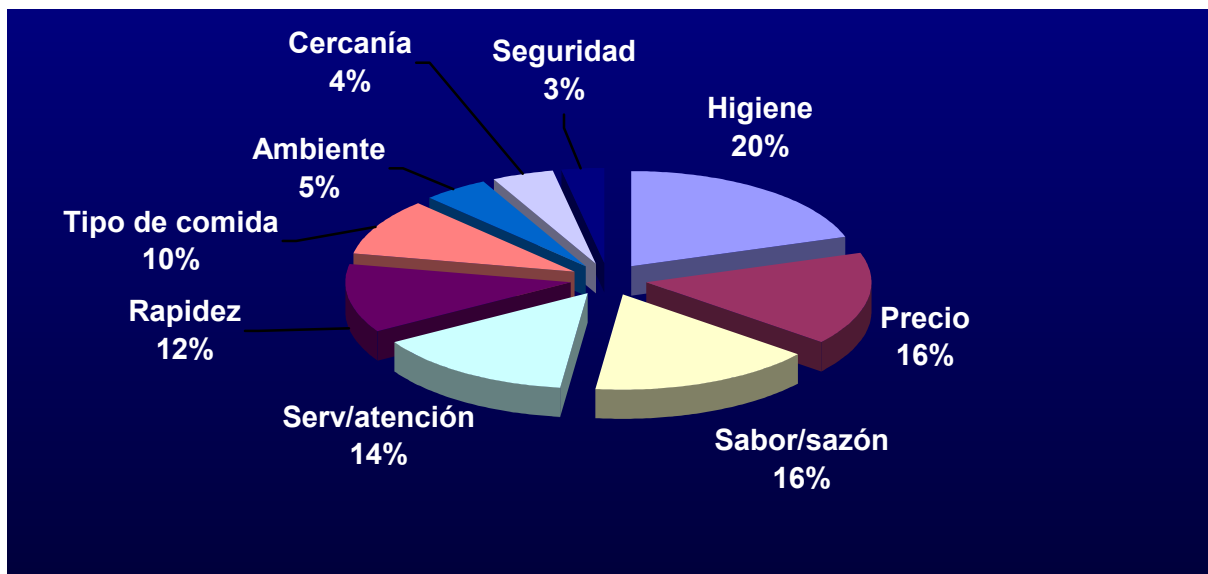


Figura 2. Atributos más importantes de acuerdo a las expectativas de los clientes de los Restaurantes de Comida Rápida.

En cuanto a las expectativas de los clientes, los aspectos más importante de acuerdo a su elección, son la higiene de los alimentos, el precio y el sabor / sazón en la misma categoría, y un poco más abajo en sus votaciones, el servicio / atención; y las menos trascendentales, la seguridad, la cercanía y el ambiente de los mismos.

En la pregunta número cuatro, se le pidió al comensal que ordenara los restaurantes a los que asistía de acuerdo con su frecuencia, asignando el número uno al que más asiste y el número tres al que menos asiste. Los resultados se observan en la tabla 1:

Tabla 1. Frecuencias de asistencias de los consumidores a establecimientos de fast food.

	Primer lugar	Segundo lugar	Tercer lugar
McDonald's	84	36	22
Taco Inn	13	8	15
Domino's Pizza	41	42	29
Pizza Hut	14	23	18
Burger King	42	22	41
Kentucky Fried Chicken	19	32	32

Como se puede apreciar a simple vista, el lugar al que más asisten las personas, en lo que se refiere a comida rápida, es McDonald's como primer lugar, le sigue Domino's Pizza y como última opción, Burger King.

La pregunta número cinco, con base en la pregunta anterior, requirió que el comensal explicara el porqué de su preferencia, calificando con niveles, siendo el número uno el aspecto que encuentra más importante y asignándole un 9 al que menos le interesa,

refiriéndose a los atributos que ofrece el restaurante de comida rápida al que asiste, y se obtuvo la siguiente tabla:

Tabla 2. Atributos importantes para el consumidor de acuerdo con su experiencia en Restaurantes de Comida Rápida.

	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°
Precio	39	26	28	11	21	18	15	5	17
Tipo de comida	40	22	22	21	18	22	13	11	12
Rapidez	26	33	22	25	18	23	16	13	7
Sabor / sazón	52	41	26	25	15	12	8	9	2
Serv/atención	12	17	26	29	38	23	16	12	7
Seguridad	1	1	5	11	13	15	38	45	45
Higiene	24	29	35	32	21	21	8	8	4
Ambiente	4	7	7	12	16	25	35	37	32
Cercanía	15	6	10	13	15	17	23	33	47

De esta tabla se puede observar que los principales atributos por los cuales la gente asiste a este tipo de restaurantes son en primer lugar, elegido como primer y segundo aspecto relevante el sabor y sazón de los alimentos; en tercer y cuarto lugar, la higiene en general que manejan estos lugares para alimentarse; y como mucho menos importante, por las veces que lo eligieron así, la cercanía de la ubicación de los restaurantes de comida rápida.

De la pregunta número seis, se indagó el grado de satisfacción que las personas tenían con el restaurante al que asistían con más frecuencia, se consiguieron los siguientes datos que se aprecian en la figura 3.

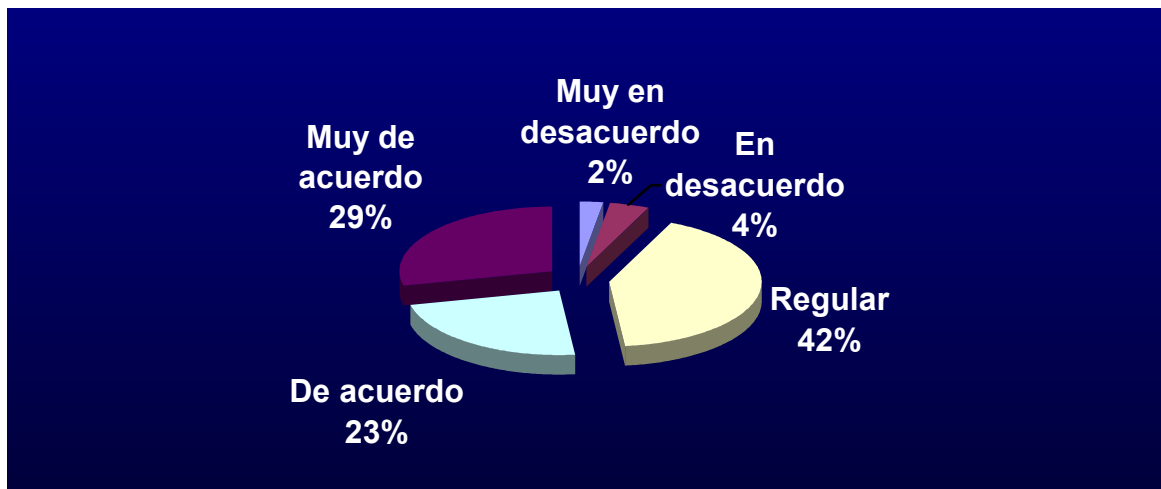


Figura 3. Satisfacción de los consumidores con los Restaurantes de Comida Rápida.

El 42 por ciento de las personas señalaron como regular su grado de satisfacción con este tipo de establecimientos.

La séptima pregunta, hizo referencia a las cualidades que el comensal consideró más importantes para el restaurante de comida rápida al que asiste. Esta pregunta la han calificado siendo el número uno el aspecto que la gente consideró prioritario y con tres el menos relevante. En la tabla 3 se puede ver que el número en las casillas representan las repeticiones que las personas señalaron:

Tabla 3. Cualidades más importantes de los Fast food de acuerdo con las experiencias de los comensales.

	1°	2°	3°
Promociones	29	26	19
Comodidad	23	25	31
Precios	25	50	54
Servicio	43	36	54
Fiestas	7	2	3
Juegos	13	9	7
Comida	84	45	25

En este caso, las cualidades más importantes para los clientes fueron el tipo de comida que se ofrece en estos establecimientos, y como menos importante señalaron el servicio de fiestas que en los mismos se ofrecen.

En estos últimos datos que se muestran a continuación, se expone un resumen de los datos demográficos de las personas encuestadas, esto para conocer el perfil de los sujetos de la investigación.

La octava pregunta arrojó un 60 por ciento de mujeres encuestadas y un 40 por ciento de hombres.

De la pregunta nueve, se obtuvieron los siguientes datos, que son los ingresos mensuales de los encuestados. Esto para conocer en que nivel socio económico se encontraban (Fig. 4).

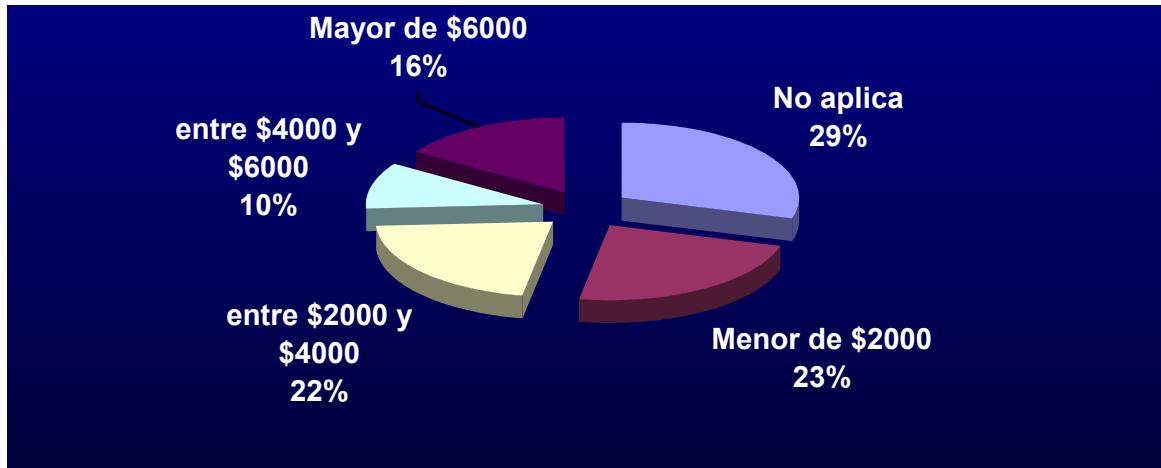


Figura 4. Ingresos mensuales de los encuestados.

En la figura 5, se tienen las edades de los clientes de los restaurantes de comida rápida:

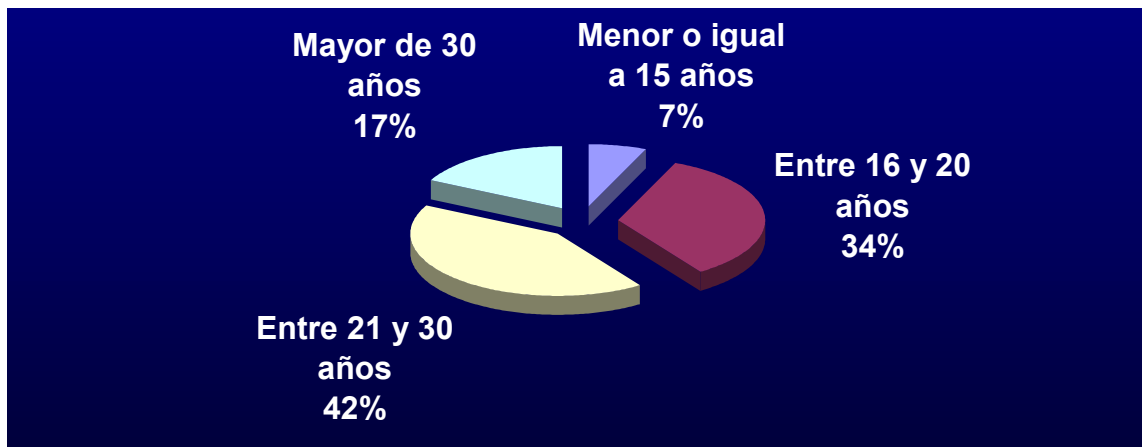


Figura 5. Edades de los clientes de los Fast Food.

Por último, en la figura 6, se observan los datos referentes a la ocupación de los encuestados, para esto se tuvo que agrupar a las personas; obteniéndose un mayor porcentaje de estudiantes.

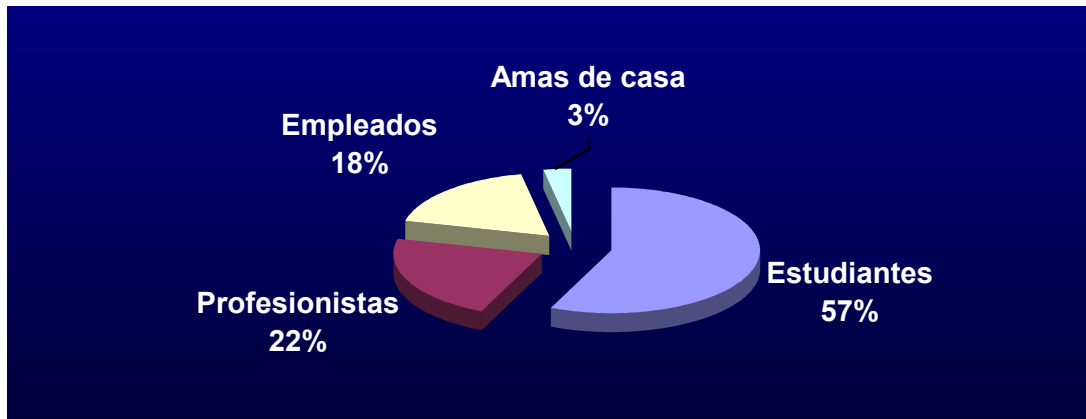


Figura 6. Ocupación de los sujetos de la investigación.