



## **Capítulo IV**

### **Análisis e Interpretación de Resultados**

#### ***4.1 Introducción***

En el presente capítulo se desarrollará el análisis de la información obtenida en las encuestas realizadas a los clientes de los restaurantes Fonda de Sta. Clara y Mi Ciudad, con el fin de dar a conocer y explicar detalladamente los resultados obtenidos para una mejor comprensión de esta investigación.

#### ***4.2 Análisis de la Información***

Para la realización de este análisis se utilizó el programa Microsoft Excel y posteriormente el programa SPSS versión 12, el cual facilitó la obtención de cálculos estadísticos como frecuencias, medias, modas, porcentajes y realización de figuras y tablas.



De igual forma se menciona los 34 los adjetivos de la escala de la personalidad de la marca de Aaker que fueron aplicados para la investigación, para obtener una diferenciación en la marca de cada restaurante encuestado.

**Tabla 4.1.**

**Personalidad de marca dimensiones y características.**

<b>Competencia</b>	<b>Sinceridad</b>	<b>Pasión</b>	<b>Sofisticación</b>	<b>Rudeza</b>
Seguro	Amistoso	Independiente	Clase alta	Masculino
Corporativo	Sentimental	Contemporáneo	Glamoroso	Del Oeste
Líder	Alegre	Único	Buen visto	Al aire libre
Confidente	Original	Imaginativo	Femenino	Fuerte
Exitoso	Sano	Joven	Encantador	Duro
Técnico	Real	Fresco	Suave	
Inteligente	Sincero	Espiritual		
Trabajo duro	Honesto	Excitación		
Confiable	Práctico	Audaz		
		A la moda		



### **4.3 Análisis Demográfico**

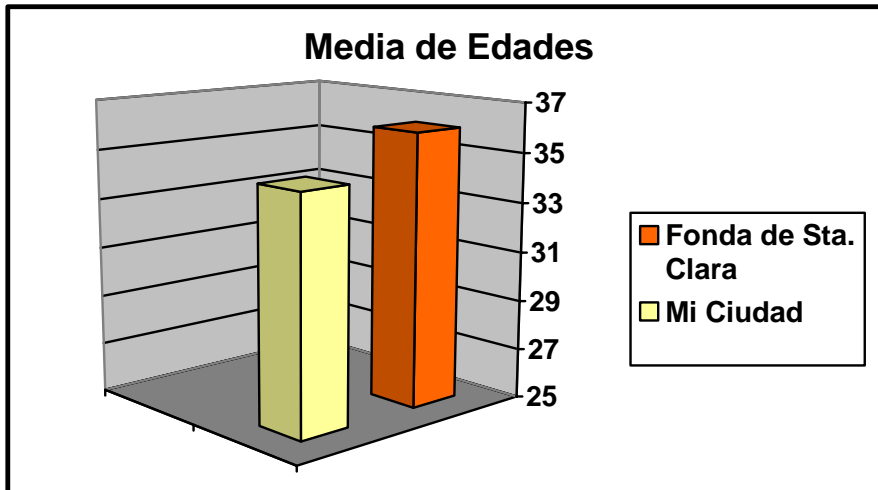
#### **4.3.1 Género**

De los 161 cuestionarios aplicados a los comensales de los dos restaurantes de comida típica se encontró que el 58% de los cuestionarios contestados fueron por mujeres y el 42% fueron por hombres, en cuanto al restaurante Fonda de Sta. Clara. Mientras que en el restaurante Mi Ciudad el 53% fueron contestados por personas del sexo femenino y el 47 % del sexo masculino.

Obteniendo un total de 55% de encuestas contestadas por mujeres y un 45% hombres.

#### **4.3.2. Edad**

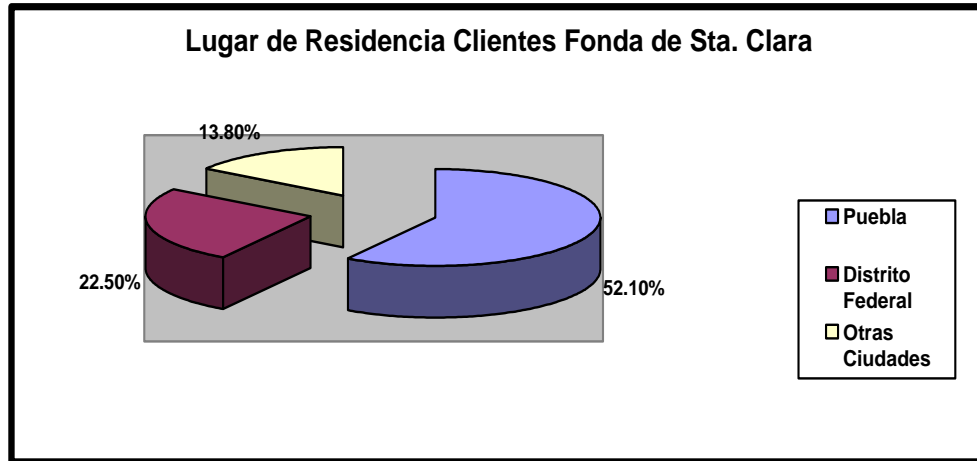
De los comensales encuestados en los restaurantes Fonda de Sta. Clara y Mi Ciudad, se mostró un rango de los 18 a los 60 años de edad, obteniendo como tal una media de 36 años en el restaurante Fonda de Sta. Clara mientras que en el restaurante Mi Ciudad se obtuvo una media de 34.4 años, lo cual indica que el promedio de edad de los clientes que frecuentan el restaurante Mi Ciudad es más joven que el que asiste a Fonda de Sta. Clara, obteniendo una diferencia de 1.6 años, como se puede ver en la figura 4.1



**Figura 4.1 Media de Edades de los comensales que respondieron y asisten frecuentemente a los restaurantes Fonda de Sta. Clara y Mi Ciudad.**

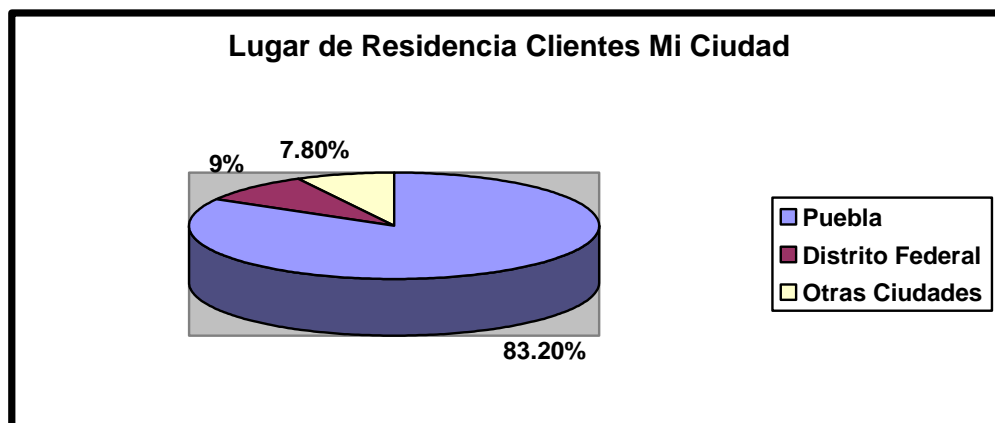
#### **4.3.3 Lugar de Residencia**

Del total de las encuestas aplicadas a el restaurante Fonda de Sta. Clara el 52.1% corresponde a clientes residentes de la ciudad de Puebla, mientras que el 22.5% es de clientes provenientes del Distrito Federal y el 13.8% de ciudades como Chiapas, Veracruz y Guadalajara, como se puede ver en la figura 4.2



**Figura 4.2 Lugar de Residencia Clientes Fonda de Sta. Clara.**

Por otro lado el restaurante Mi Ciudad se muestra con un porcentaje mayor de clientes poblanos, el cuál es del 83.2% y con 9% para clientes del Distrito Federal. El 7.8% corresponde a clientes provenientes de ciudades como son: Tlaxcala, Toluca y Monterrey, como se muestra en la figura 4.3

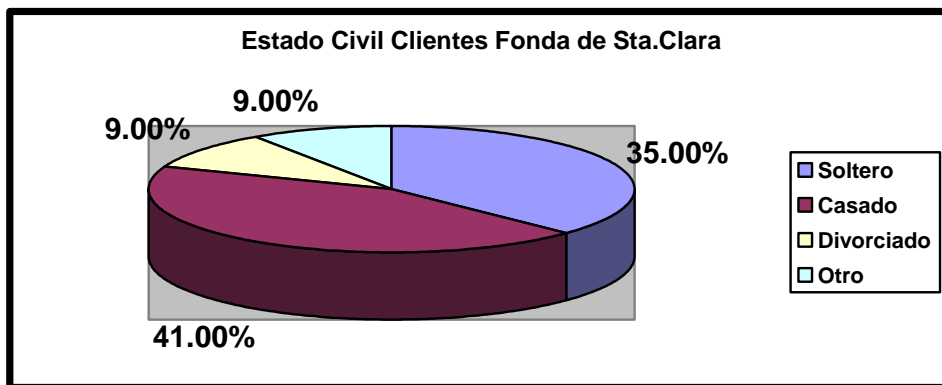


**Figura 4.3 Lugar de Residencia Clientes Mi Ciudad.**

#### 4.3.4 Estado Civil

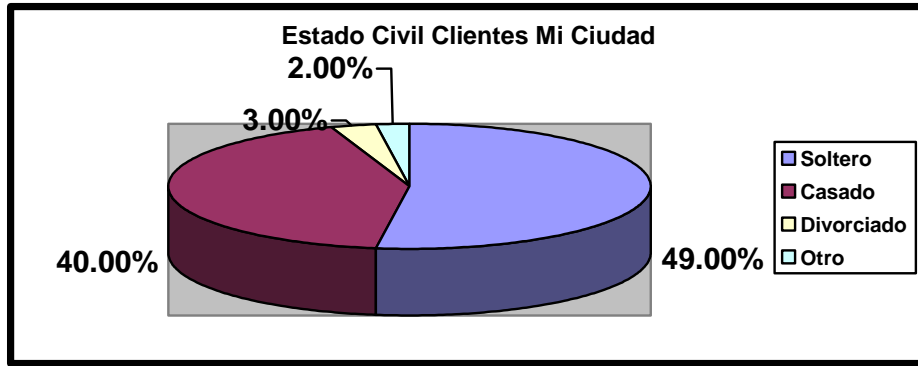
El 41% de los encuestados en el restaurante Fonda de Sta. Clara resultó ser casado, el 35% soltero, el 9% contestaron que se encontraban divorciados y el otro 9% contestó otro refiriéndose a que se encontraba en unión libre o viudo.

Como se observa en la figura 4.4



**Figura 4.4 Porcentajes del Estado Civil de los clientes del Restaurante Fonda de Sta. Clara.**

Respecto a los resultados obtenidos en el restaurante Mi Ciudad, el 49% de los clientes son solteros, el 40% son casado, un 3% son divorciados y un 2% de los clientes contestaron otro, como se muestra en la figura 4.5

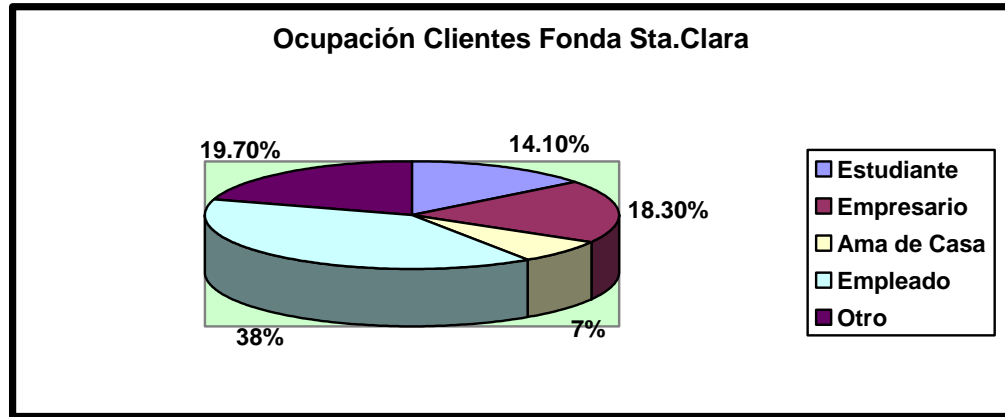


**Figura 4.5 Porcentajes del Estado Civil de los clientes del Restaurante Mi Ciudad.**

Estos resultados reflejan que los clientes solteros son los que asisten a Mi Ciudad con mayor frecuencia mientras que los casados o familias predominan en Fonda de Sta. Clara.

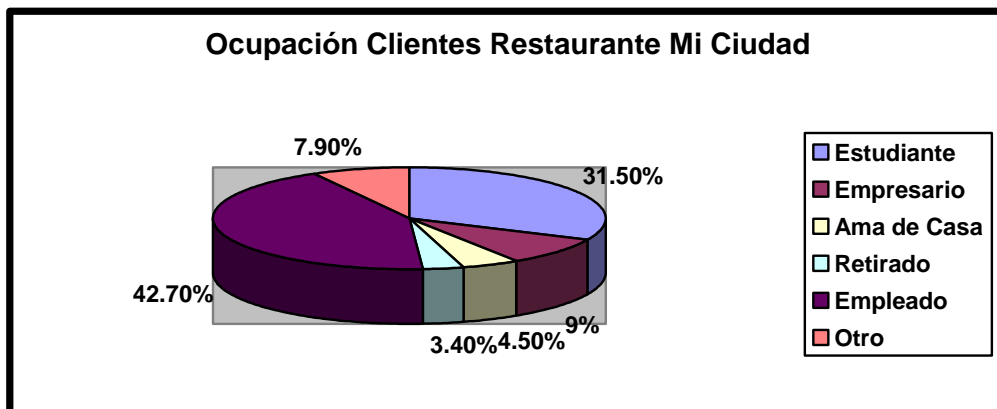
#### **4.3.5 Ocupación**

Del restaurante Fonda de Sta. Clara se obtuvo que el 14.1 % de los clientes son estudiantes, el 18.3% resultaron ser empresarios, tan sólo el 7% fueron amas de casa mientras que el 38% son empleados y el 19.7% restante se dedican a otras actividades, como se muestra en la figura 4.6



**Figura 4.6 Ocupación de los Clientes del Restaurante Fonda de Sta. Clara.**

En cuanto al restaurante Mi Ciudad, el 31.5% fueron estudiantes, el 9% empresarios el 4.5% amas de casa, el 3.4% resultaron ser personas retiradas, el 42.7% empleados y por último un 7.9% que realizan otra actividad no mencionada en el cuestionario aplicado, como se observa en la figura 4.7



**Figura 4.7 Ocupación Clientes Restaurante Mi Ciudad**





Se observó en los resultados que en Fonda de Sta. Clara el mayor número de clientes que asisten al restaurante son empleados, al igual que en Mi Ciudad, sin embargo en Fonda de Sta. Clara no existió ninguna persona que fuera retirada.

#### ***4.4 Análisis del Comportamiento del Consumidor***

##### ***4.4.1 Elección del restaurante que conocen y frecuentan más los clientes de Fonda de Sta. Clara y Mi Ciudad.***

Dentro del cuestionario se mencionaron cinco restaurantes de comida típica de la ciudad de Puebla para poder medir cuales son los preferidos, y que están presente en la mente de los consumidores entre ellos estaban: Mi Ciudad, Fonda de Sta. Clara, La Guadalupana, La Casita, El Delirio.

Se calificaron con valores del 1 al 6 ya que se les dio opción para que pusieran otro restaurante que conocieran y frecuentaran.

Los resultados obtenidos por los clientes de Fonda de Sta. Clara quedaron de la siguiente manera: los clientes pusieron 66 veces en primer lugar Fonda de Sta. Clara, en segundo lugar de su preferencia Mi Ciudad con 26.8 veces, el restaurante La Casita quedó en tercer lugar de preferencia con 28.2 veces mencionado en ese lugar, La Guadalupana quedó en cuarto lugar con 18.3 veces mencionado, el Delirio con 36.6 votos en quinto lugar y por último la opción de otros restaurantes, como Mi Viejo Pueblito, San Francisco, La Garita entre otros con 32.4 veces mencionado en sexto lugar. ( véase tabla 4.2).



Tabla 4.2

**Restaurantes más frecuentados por clientes del restaurante Fonda de Sta. Clara.**

<b>Nombre restaurante</b>	<b>Lugar de preferencia</b>
Fonda de Sta. Clara	1
Mi Ciudad	2
La Casita	3
La Guadalupeana	4
El Delirio	5
Otros	6

En cuanto a los clientes de Mi Ciudad, frecuentan y prefieren a este restaurante ya que lo señalaron con 55.1 veces, en segundo lugar se encuentra Fonda de Sta. Clara con 40.4 veces de preferencia, en tercer lugar esta la casita, con 34.8 votos , La Guadalupeana con 29.2, el Delirio con 32. votos en quinto lugar y por último otro restaurante en sexto con 44.9 veces mencionado en ese lugar, como se puede ver en la tabla 4.3.

**Tabla 4.3****Restaurantes más frecuentados por clientes restaurante Mi Ciudad.**

<b>Nombre Restaurante</b>	<b>Lugar de preferencia</b>
Mi Ciudad	1
Fonda Sta.Clara	2
La Guadalupana	4
La Casita	3
Delirio	5
Otro	6

Se obtuvieron datos similares en cuanto a la preferencia de los clientes hacia otros restaurantes de comida típica, haciendo que tanto Mi Ciudad como Fonda de Sta. Clara sean los favoritos y más frecuentados por las personas.

**4.4.2 Características importantes de los Restaurantes Fonda de Sta. Clara y Mi Ciudad.**

El reconocimiento del cliente para el restaurante es muy importante y se debe tener en cuenta ciertas características que hacen único a este.

Por tal motivo se pusieron 8 aspectos que se consideran importantes para que el cliente prefiera un restaurante de otro, estos aspectos fueron: Rapidez, Sabor, Calidad, Prestigio del lugar, Ubicación, El nombre, El precio y otro.



De 71 cuestionarios aplicados al restaurante Fonda de Santa Clara, el sabor fue la característica más importante por el cliente el cual la menciona 50.7 veces en el primer lugar, el siguiente aspecto importante fue la rapidez con 28 veces mencionadas en segundo lugar, mientras que en tercer lugar se encontró el prestigio del lugar con 22.5 menciones y la calidad con 29.6, el cuarto lugar de importancia con 26.8 veces mencionadas fue la ubicación, sexto lugar fue el nombre ya que fue mencionada 26.8 veces en este lugar, siguiéndole el precio en el séptimo lugar con 35.2 veces mencionado y por último otro aspecto como la decoración, el servicio con 59.2 veces mencionada en el octavo lugar. (Véase tabla 4.4).

En Mi Ciudad con 89 cuestionarios aplicados, el sabor quedó con 49.4 votos en primer lugar, la calidad con 39.3 fue la segunda característica más importante, siguiéndole de la rapidez en tercer lugar con 20.2 veces, posteriormente el prestigio y la ubicación del lugar con 15.7 y 21.3 veces mencionadas en quinto lugar siguiéndole del precio con un 24.7 en sexto lugar, en séptimo el nombre y otras características, como se puede ver en la tabla 4.4



Tabla 4.4

Características por las que prefieren acudir los comensales al restaurante  
Fonda de Sta. Clara.

Característica	Fonda Sta. Clara
Sabor	1
Rapidez	2
Calidad	3
Prestigio Lugar	3
Ubicación	3
Nombre	5
Precio	7
Otro	8

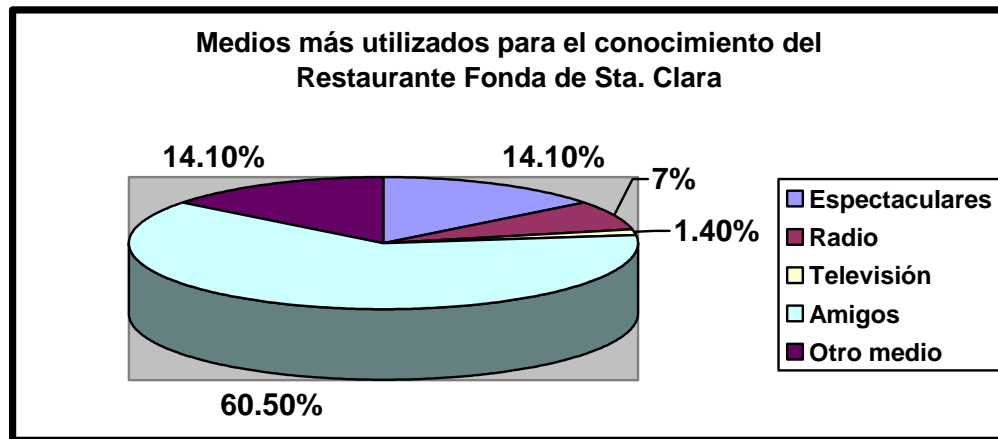
Tabla 4.5

Características por las que prefieren acudir los comensales al restaurante  
Mi Ciudad.

Característica	Mi Ciudad
Sabor	1
Calidad	2
Rapidez	3
Prestigio Lugar	4
Ubicación	4
Precio	5
Nombre	6
Otro	8

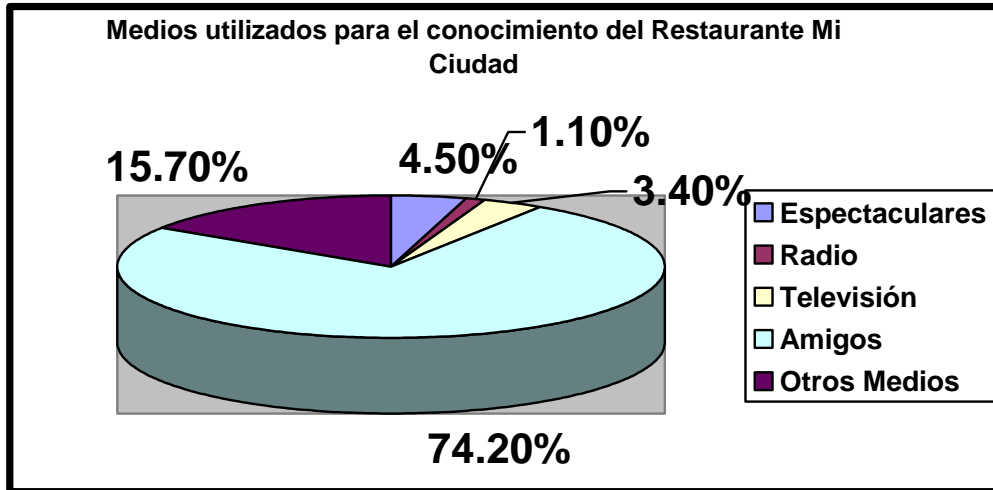
#### 4.4.3 Medios Publicitarios por el cual conocen los restaurantes.

Los clientes de Fonda de Sta. Clara con un 60.5% conoce el restaurante por medio de un amigo o conocido, mientras un 14.1% lo conoce por otros motivos como el taxi, revistas, periódico, también el 14.1% mencionó que por medio de espectaculares conocieron el restaurante dejando un 7% de los encuestados que lo escucharon por radio y el 1.4% vio un anuncio en la televisión, como se muestra en la figura 4.8



**Figura 4.8 Medios utilizados para el conocimiento del Restaurante Fonda de Sta. Clara.**

También los clientes del restaurante Mi Ciudad contestaron con un porcentaje alto de 74.2% el hecho que conocían el restaurante por un amigo, el 15.7% lo conoce por otros motivos, mientras que espectaculares, radio y televisión tienen porcentajes bajos de 4.5%,3.4%,1.1% respectivamente, como se muestra en la figura 4.9.



**Figura 4.9 Medios utilizados para el conocimiento del Restaurante Mi Ciudad.**

Con estos datos se concluye que ambos restaurantes son conocidos debido a recomendaciones o comunicación interpersonal por parte de amigos, conocidos o familiares, y que el Internet no tuvo un gran uso y éxito para que el cliente conociera o supiera más sobre los restaurantes.

#### **4.5 Análisis Personalidad de la Marca**

Se aplicaron 34 adjetivos de escala de la personalidad en la marca (Aaker, 1997) para que los clientes de los restaurantes pudieran describir mejor como percibían el restaurante por medio de la escala tipo Likert donde los encuestados elegían uno de los cinco puntos de la escala:

- 1 No lo describe en absoluto
- 2 No lo describe
- 3 Indiferente
- 4 Lo describe
- 5 Lo describe totalmente.



Tabla 4.6

**Personalidad de la marca de los restaurantes Fonda Sta. Clara y Mi Ciudad.**

<b>Adjetivo</b>	<b>Media Fonda de Sta. Clara</b>	<b>Media Mi Ciudad</b>
Confiable	<b>4.18</b>	<b>4.07</b>
Seguro	<b>4.1</b>	<b>4.02</b>
Exitoso	3.9	<b>4.17</b>
Especializado	<b>4.2</b>	<b>4.03</b>
Líder	3.77	3.68
Corporativo	3.42	3.37
Honesto	3.59	3.62
Sincero	3.6	3.4
Real	3.64	3.49
Original	3.77	3.86
Sentimental	3.2	<b>2.9</b>
Amistoso	3.54	3.84
Alegre	3.7	3.86
Sano	3.8	3.84
Práctico	3.6	3.49
Audaz	3.09	3.1
A la Moda	3.25	3.48
Emocionante	2.97	3
Animado	3.47	3.56
Fresco	3.54	3.53
Joven	2.9	3.46
Único	3.59	3.46
Imaginativo	3.23	3.44
Independiente	3.39	3.49
Contemporáneo	3.29	3.49
Glamoroso	3	3.15
Femenino	<b>2.9</b>	2.66
Clase alta	3.23	3.23
Fino	3.46	3.42
Encantador	3.33	3.33
Al aire libre	<b>2.98</b>	<b>2.95</b>
Masculino	<b>2.78</b>	<b>2.67</b>
Fuerte	<b>2.85</b>	<b>2.85</b>
Duro	<b>2.81</b>	<b>2.46</b>





Como se puede observar el Restaurante Fonda de Sta. Clara fue descrito por sus clientes como un restaurante Confiable, Seguro y Especializado.

Fonda de Sta. Clara no es considerado ni se describe como un restaurante Joven, Emocionante, Femenino, Masculino, Fuerte, Duro y al Aire Libre.

En cuanto al restaurante Mi Ciudad fue descrita por sus comensales como un restaurante Confiable, Seguro, Exitoso y Especializado.

Los clientes no consideraron que el restaurante Mi Ciudad sea sentimental, al aire libre, masculino, fuerte y duro.

#### **4.6 Pruebas *t***

Las Pruebas “*t*” sirven para comparar dos medias de muestras diferentes o de diferentes variables. Con la intención de saber si hay alguna diferencia entre las opiniones de hombres y mujeres con respecto a la importancia que le dan a cada valor.

Se estableció la hipótesis nula, hipótesis alternativa y el nivel de significancia que se debe aplicar en los valores. La hipótesis nula es aquella que explica que no hay diferencias significativas entre grupos o que no hay relación alguna entre estos. Por otra parte, la hipótesis alternativa es aquella donde entran las variables que no son cubiertas por la hipótesis nula y finalmente el nivel de significancia es la máxima probabilidad de error que se establece desde antes de contrastar una hipótesis (Hinkle et al., 2003).



En este caso, la hipótesis nula es que las respuestas del género femenino son iguales a las del género masculino, La hipótesis alternativa señala que las respuestas del género masculino NO son iguales a las del género femenino.

Los datos que se deben incluir son los siguientes:

$$H_0: \mu_M = \mu_F$$

$$H_A: \mu_M \neq \mu_F$$

$\alpha=0.05$  para tener una probabilidad de error mínima (5%)

$t_{vc}$  = de acuerdo a la tabla de distribución  $t$

$t_c$  = valor  $t$  obtenido con la prueba estadística

Partiendo de ahí, se usa un nivel de significancia (alpha) de .05 porque se consideró apropiado trabajar con un 5% de error como máximo. Además, se consiguió el valor crítico ( $t_{vc}$ ) por medio de una tabla  $t$  y se usó el valor calculado ( $t_c$ ) que es el valor  $t$ , que la comparación entre géneros arrojó gracias al paquete estadístico utilizado.

Al evaluar las opiniones de hombres y mujeres en relación con los aspectos de la personalidad de marca de los restaurantes Fonda de Sta. Clara y Mi Ciudad, no se encontró diferencia estadística significativa, es decir, en todos los casos se aceptó la hipótesis nula.

Los valores fueron apreciados de la misma manera tanto para los hombres y mujeres que son clientes de ambos restaurantes.



#### **4.7 Análisis de Varianza**

El análisis de varianza (ANOVA) sirve para comparar varios grupos en una variable cuantitativa, por medio del análisis ANOVA ya que es posible probar la hipótesis con el alpha establecido en un principio.

ANOVA permite comprobar la hipótesis y al mismo tiempo analizar datos por medio de una variable independiente que puede constar de dos o más niveles (Hinkle et al., 2003). Es decir que puede hacer comparaciones entre varios datos y no solamente dos como lo hacen las pruebas *t*.

Es necesario establecer una Hipótesis nula e Hipótesis alternativa para este tipo de análisis.

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$$

$$H_A: \mu_i \neq \mu_k \text{ para } i, k$$

$$\alpha = 0.05 \text{ para tener una probabilidad de error mínima (5\%)}$$

$$F_c = \text{valor } F \text{ obtenido con la prueba estadística.}$$

##### **4.7.1 Resultados de ANOVAS con Edad.**

Para realizar el análisis de información, se dividió en 5 grupos la edad. El primer grupo fue formado por personas que tienen de 16 a 24 años. El segundo grupo lo conforman individuos que tienen de 25 a 34 años. El tercer grupo es conformado por personas de 35 a 44 años. El cuarto grupo es de individuos



de edades entre los 45 y 54 años y por último esta el quinto grupo que lo conforman personas de 55 años en adelante.

Se analizó los valores para ubicar diferencias en las opiniones de cada grupo, tomando en cuenta la edad de los clientes de los restaurantes que contestaron las encuestas y se realizó las tablas de comparación donde se presentan los resultados en la Tabla 4.7. y la Tabla 4.8.

**Tabla 4.7**

**Valores de Opiniones en clientes del Restaurante Fonda de Sta. Clara.**

<b>Valor</b>	<b>F</b>	<b>Valor p</b>
Sinceridad	.460	.765
Sofistificación	1.171	.332
Competitividad	1.113	.358
Pasión	1.573	.192
Rudeza	.990	.419

**Tabla 4.8**

**Valores de Opiniones en clientes del Restaurante Mi Ciudad.**

<b>Valor</b>	<b>F</b>	<b>Valor p</b>
Sinceridad	2.757	.033
Sofistificación	4.275	.003
Competitividad	4.467	.003
Pasión	3.212	.017
Rudeza	3.462	.011



Como se puede observar en la Tabla 4.7 no se encontró una diferencia significativa sobre los aspectos de personalidad de la marca del restaurante Fonda de Sta. Clara.

Por otro lado se observó que en la Tabla 4.8 si existe una diferencia significativa en todos los aspectos de la personalidad del restaurante Mi Ciudad. Por lo tanto se realizó la prueba de Sheffé para conocer exactamente en que grupo de edad existe la diferencia de opinión con respecto a los valores señalados.

El grupo 4 que corresponde a personas de 45 a 54 años de edad opinó de manera diferente a los demás en relación a todos los aspectos (sofisticación, sinceridad, competitividad, emoción o pasión, rudeza) de personalidad de marca del restaurante Mi Ciudad, es decir que personas maduras tienen una imagen y perciben de diferente manera al restaurante que al resto de la población.