



CAPÍTULO V

Conclusiones y Recomendaciones

El presente capítulo tiene como objetivo mostrar las conclusiones obtenidas de la investigación realizada. En base a estas conclusiones se darán recomendaciones para que futuros empresarios e inversionistas reflexionen sobre el proyecto que les conviene iniciar.

5.1 Conclusiones

5.1.1 Sociodemográficas

- De los 330 encuestados se puede concluir que tanto estudiantes como profesionistas salen a comer a un restaurante por lo menos una vez a la semana.
- En cuanto a lo que está dispuesto a pagar un estudiante al salir a comer a un restaurante de servicio completo, por persona e incluyendo bebidas, el gasto es de \$100 a \$200 pesos, mientras que los profesionistas están dispuestos a pagar entre \$201 y \$300 pesos. Esto se debe a que los estudiantes todavía reciben dinero por parte de sus padres y los profesionistas ya obtienen un ingreso propio.
- La razón principal por la que las personas, tanto estudiantes como profesionistas, salen a comer a un restaurante es por placer, seguido de cercanía a la Universidad para los estudiantes y por razones de negocios para los profesionistas.



5.1.2 Comportamiento del Consumidor

- Los factores externos que influyen en la decisión de los estudiantes para escoger un restaurante son las recomendaciones seguidas del ambiente del lugar debido a que los jóvenes se guían más por lo que la gente les dice. En cuanto a los profesionistas, se ven primeramente influenciados por el buen ambiente del lugar y la segunda es por recomendaciones.
- Tanto estudiantes como profesionistas se basan en el tipo de comida para escoger un restaurante. Para los estudiantes en segundo lugar esta la ubicación, ya que prefieren asistir a un restaurante que les quede cerca de los lugares en donde realizan sus actividades cotidianas mientras que para los profesionistas está el prestigio del lugar ya que prefieren ir a un lugar que ellos creen que es el mejor o el de la mejor marca.
- Los estudiantes deciden regresar a un restaurante por la comida y en segundo lugar por el servicio y los profesionistas se fijan mucho en el servicio para regresar a un restaurante seguido de la comida que ofrece el lugar.

5.1.3 Percepción del Cliente

- La mayoría de los estudiantes relacionan un restaurante de franquicia con calidad seguido de la estandarización, estos dos conceptos se encuentran muy relacionados ya que la gente supone que al estar los procesos estandarizados es más probable que encuentren un mayor nivel de calidad debido a que en cualquier establecimiento podrán encontrar lo mismo. Los profesionistas lo relacionan con calidad y en segundo lugar con confianza, ya que percibir buena calidad conlleva a sentir confianza por el lugar.



- Los estudiantes relacionan a los restaurantes independientes con un servicio personalizado y con algo que es diferente, es decir, que este tipo de restaurantes los perciben como si no existiera otro igual. Los profesionistas relacionan los mismos conceptos pero también lo relacionan con calidad.
- Los restaurantes de franquicia y los restaurantes independientes generalmente cumplen las expectativas tanto de los estudiantes como de los profesionistas. Para los estudiantes cumplen más sus expectativas los restaurantes de franquicia, porque prefieren consumir marcas consolidadas y porque se caracterizan por buscar mecanismos simples para resolver su situación de compra. Para los profesionistas cumplen más sus expectativas los restaurantes independientes debido a que algunas personas todavía no se encuentran muy familiarizados con los restaurantes de franquicia y es por esto que prefieren asistir a los que ya conocen.

5.1.4 Posicionamiento

- Los restaurantes de servicio completo mejor posicionados entre los encuestados son:

| | |
|---------------------|----------------------------------|
| Italianni's | <i>restaurante de franquicia</i> |
| Tony Roma's | <i>restaurante de franquicia</i> |
| Mi Ciudad | <i>restaurante independiente</i> |
| Chimichurri | <i>restaurante independiente</i> |
| Fonda de Sta. Clara | <i>restaurante de franquicia</i> |

Con esto se puede concluir que los restaurantes de franquicia no necesariamente son los mejores posicionados como lo dice la teoría, sino que también los independientes tienen un alto posicionamiento aunque en este estudio los resultados arrojaron un mayor número de menciones a los restaurantes de franquicia.



- Los tres restaurantes que más les gustan a las personas encuestadas son: Italianni's, Mi Ciudad y Tony Roma's.

5.1.5 Otras

- Algunas de las personas que contestaron esta encuesta no supieron distinguir lo que es un restaurante de servicio completo, por lo que mencionaron algunos restaurantes de servicio rápido y cafeterías.
- Muchas veces las personas contestaron restaurantes de servicio rápido ya que relacionan la palabra franquicia con éste tipo de restaurantes debido a que están muy bien posicionadas en el mercado. Las personas contestaron que relacionan las franquicias con rapidez, es por esto que les viene a la mente el concepto de restaurante de servicio rápido al escuchar la palabra franquicia.

5.2 Recomendaciones

- Los jóvenes son una buena herramienta de publicidad y por lo mismo también son un medio de comunicación favorable para que recomienden un lugar. Es por esto que se le debe poner mucha atención a este segmento y volverlo parte de la estrategia de mercado. Se les debe ofrecer un buen servicio ya que la primera impresión es la que cuenta para la recomendación.
- El buen ambiente de un lugar es un factor importante que influye al consumidor. Se debe recordar que el ambiente no es el que hacen las personas que asisten a un lugar sino también lo hace el personal que trabaja en dicho establecimiento.



Conclusiones y Recomendaciones

- Si se quiere dirigir a un mercado de profesionistas es importante tener un excelente manejo de la marca para que se obtenga el prestigio necesario en el cual se basan los profesionistas para la elección de un negocio.
- Es necesario saber qué tipo de comida buscan las personas y no guiarse en deseos personales.
- Si se quiere dirigir a un segmento de estudiantes, es recomendable ubicar el negocio cerca de los lugares donde realizan sus actividades cotidianas.
- Puebla es un lugar en desarrollo donde los inversionistas deben prestar atención para el establecimiento de nuevos negocios.
- Se debe tomar en cuenta que el mercado de la Cd. de Puebla es inconcientemente cambiante en cuanto a sus preferencias y gustos.
- Muchas veces un negocio exitoso en un lugar no lo será en otro. Poner atención en el consumidor es más importante que hacerlo en el valor de una marca.
- El empresario debe estar consciente del tipo de negocio que quiere establecer en base a su situación financiera.
- Es necesario que el perfil del empresario sea congruente con el negocio que desee establecer.
- Recordar que la franquicia es un negocio con menor riesgo de inversión, pero no es una solución a problemas financieros.