



CAPÍTULO I

Introducción

Sweeny menciona que “Abrir un restaurante no es una mala idea, lo que sí lo es, es hacerlo sin los conocimientos empresariales oportunos” agregando que factores como saber negociar un buen contrato de *leasing* para el local o hacer un estudio de mercadeo sobre cuál sería la ubicación óptima para el tipo de restaurante de que se trate, son mucho más fundamentales para el éxito que las habilidades del cocinero, o el “sabor único de la salsa de tomate de la abuela” (Arenales, 2004, párr. 6).

Una mala elección de la ubicación, el insuficiente financiamiento del negocio, la falta de estrategias para diferenciarse de su competencia son algunos errores frecuentes que muchos restauranteros inexpertos cometen lo cual les dificulta aún más el poder mantenerse dentro del mundo restaurantero. A pesar de todas estas dificultades, se considera que los restaurantes son una excelente opción para empresarios porque se trata de una industria que ha crecido mucho en los últimos años y que tiene una tendencia a seguir creciendo y generando empleos en la mayor parte del mundo.



Actualmente en la República Mexicana existen alrededor de 221 mil establecimientos de alimentos y bebidas en operación que generan ventas anuales de 136 mil millones de pesos, dejando un 23.8 % del PIB turístico, permaneciendo en ese lugar después de la hotelería y de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática se generan 813 mil empleos directos que se han mantenido desde el 2003.

Puebla es la cuarta ciudad más grande de la República Mexicana con un crecimiento notorio en los últimos años, tanto de forma industrial como de servicios principalmente en el sector restaurantero.

Sin embargo, un porcentaje elevado de restaurantes cierran sus operaciones por diferentes circunstancias y muy pocos son los que se han mantenido posicionados en el mercado.

Por lo que la investigación consiste en identificar las variables que hacen de los restaurantes empresas de éxito, entendiéndose como empresa restaurantera de éxito para efectos de este estudio, aquella que es capaz de generar utilidades y tener aceptación en el mercado. Bajo esta conceptualización el estudio buscará identificar los factores que influyen para lograr tener una buena aceptación en el mercado, y elementos coyunturales (conjunto de circunstancias que intervienen en la resolución de un asunto importante) en la gestión del restaurante que permiten generar beneficios.



1.1 Planteamiento del problema

El desarrollo del sector restaurantero en la ciudad de Puebla se ha ido acentuado en los últimos años. Así por ejemplo, se puede observar el surgimiento de Plazas Comerciales con un gran énfasis en servicios restauranteros; también se ha observado como diversas zonas residenciales de la ciudad de Puebla han optado hacia la terciarización especializándose en restaurantes, como es el caso de la Colonia El Mirador, la Ave. Juárez y la Colonia La Paz, entre otras.

Sin embargo, se ha observado que no todos los restaurantes que abren en la ciudad de Puebla tienen éxito (en función al concepto antes definido) y cierran operaciones. Bajo este contexto el problema consiste en identificar para el mercado poblano que frecuenta restaurantes con servicio a la mesa y que no son establecimientos de moda, los factores que en la opinión de este segmento debe tener un restaurante para permanecer en el mercado. Sin embargo, el éxito empresarial debe ser considerado como un factor elemental, por lo que indagar elementos claves de gestión de restaurantes de éxito será la contraparte a investigar para poder definir para Puebla, los factores de éxito de un restaurante.



1.2 Objetivo general

El objetivo general del presente estudio es:

Identificar cuáles son los factores más importantes que influyen en el éxito de un restaurante dentro de la Ciudad de Puebla en base a sus utilidades y la aceptación en el mercado.

1.3 Objetivos específicos

- Analizar los restaurantes dentro de diversos puntos de la Ciudad de Puebla, enfocándose principalmente en la Avenida Juárez.
- Analizar opiniones de líderes restauranteros que tienen negocios de alimentos y bebidas en zonas importantes de Puebla.
- Identificar cuáles son los factores positivos y negativos que influyen en el posicionamiento de un restaurante.
- Determinar si el servicio y calidad son variables importantes dentro del estudio realizado.
- Hacer un análisis de los resultados obtenidos durante dicho periodo, de los cuáles se identificarán los restaurantes más exitosos de la ciudad y las estrategias utilizadas para mantenerse posicionados en el mercado poblano.



1.4 Preguntas de investigación

- ¿Qué factores son importantes para alcanzar el éxito en la industria restaurantera en la Ciudad de Puebla?
- ¿Cuáles son los factores que inducen al fracaso de los restaurantes?
- ¿Cuáles son los gustos y preferencias del cliente que influyen en la elección de un restaurante?
- ¿Cuáles son las estrategias a seguir de los líderes del sector restaurantero en Puebla?

1.5 Justificación y relevancia

Un factor importante en la decisión de llevar a cabo esta investigación es el hecho de que en los últimos años la industria restaurantera se considera una buena opción de negocios con una gran posibilidad para lograr éxito como empresario y generar buenas ganancias debido al actual ascenso de la industria. Gran porcentaje del presupuesto familiar se destina a comer fuera de casa teniendo una gran demanda dentro de este segmento, pero por más que este tipo de negocio cubra una necesidad básica para la que siempre existe demanda, un porcentaje elevado de restaurantes nuevos fracasan en sus primeros meses o años de operación, principalmente en la ciudad de Puebla.



Por lo tanto, se considera de gran importancia saber cuáles son los factores que determinan que un restaurante de la Ciudad de Puebla pueda tener la aceptación y fidelidad del público que lo demanda.

1.6 Alcance y limitaciones

Debido a la gran cantidad de restaurantes abiertos en diversas zonas de la Ciudad de Puebla, el estudio se enfocará principalmente a los establecimientos ubicados en la avenida Juárez y otros restaurantes que tengan líderes de opinión.

Los restaurantes a estudiar serán aquellos que sean independientes, así como una franquicia que esté posicionada en el país desde hace algunos años para tener conocimiento sobre las diferencias y ventajas que tienen los restaurantes independientes sobre estos y viceversa, y que tengan un mínimo de un año de operación en el mercado poblano.