



CAPÍTULO IV

Análisis e Interpretación de Resultados

En este capítulo se presentarán los resultados obtenidos de las encuestas. Los datos serán mostrados ordenadamente, los primeros resultados que se expondrán serán el género y las edades, siendo primordial delimitar el tipo de clientela que asiste al escenario de estudio. Posteriormente se analizarán y se interpretarán las preguntas de la encuesta, observando cuáles fueron las respuestas más significativos para los resultados de la investigación, además de incluir datos relevantes.

La herramienta técnica que se utilizó para poder analizar las encuestas fue el programa de Excel porque tiene un gran número de funciones tanto gráficas como matemáticas en donde se pueden hacer combinaciones y con esto obtener los datos fundamentales para esta investigación.

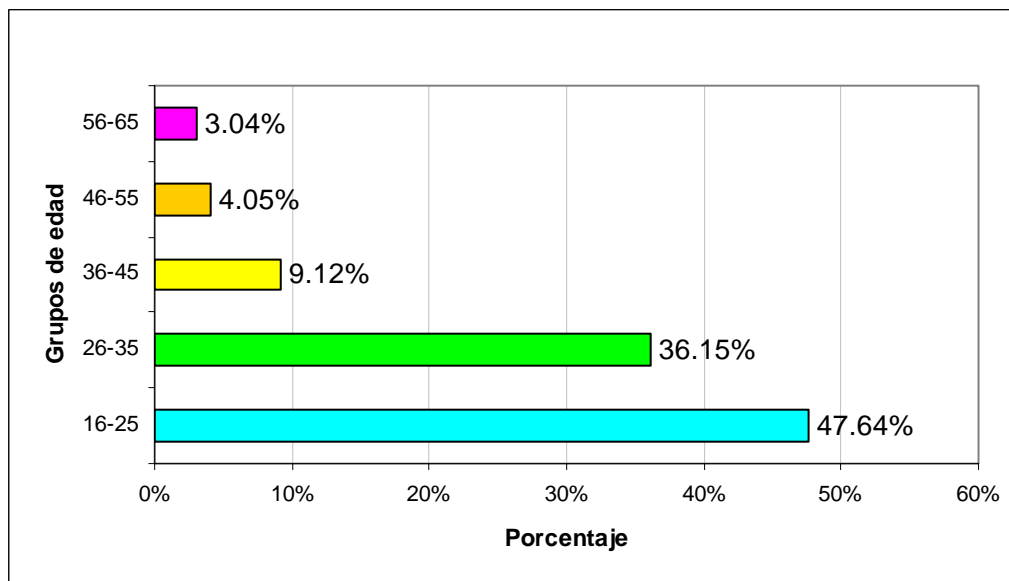
4.1 Análisis y representación de Datos

En este apartado se plasman los resultados de cada pregunta con diferentes gráficas demostrando los resultados más relevantes de esta encuesta. Antes de analizar las preguntas se conocerá el perfil demográfico de las personas encuestadas las cuales fueron divididas en cinco rangos de edades: de los 16 años a los 25, el segundo rango es de los 26 años a los



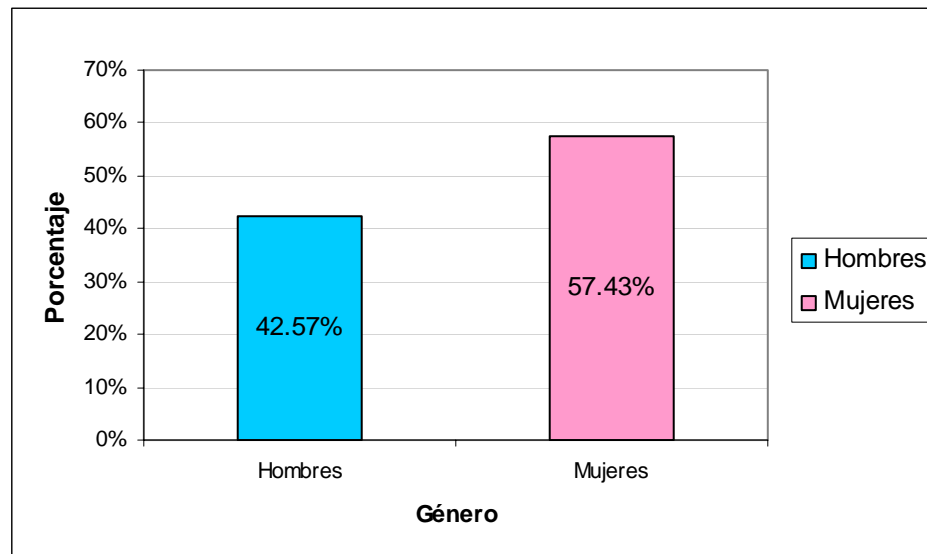
35, el tercer rango es de 36 a 45 años, el cuarto rango es de 46 a 55 años y la última división de los 56 en adelante, con un total de 296 personas encuestadas.

Es importante aclarar que con esta división de edades se logró identificar cuál es el tipo de clientela que más frecuenta las cafeterías de la Condesa, siendo las personas entre 16 a 25 años de edad con un porcentaje del 47.64 %. En el segundo lugar se encuentran las personas de 26 a 35 años. Estos datos se muestran en la gráfica 4.1 .



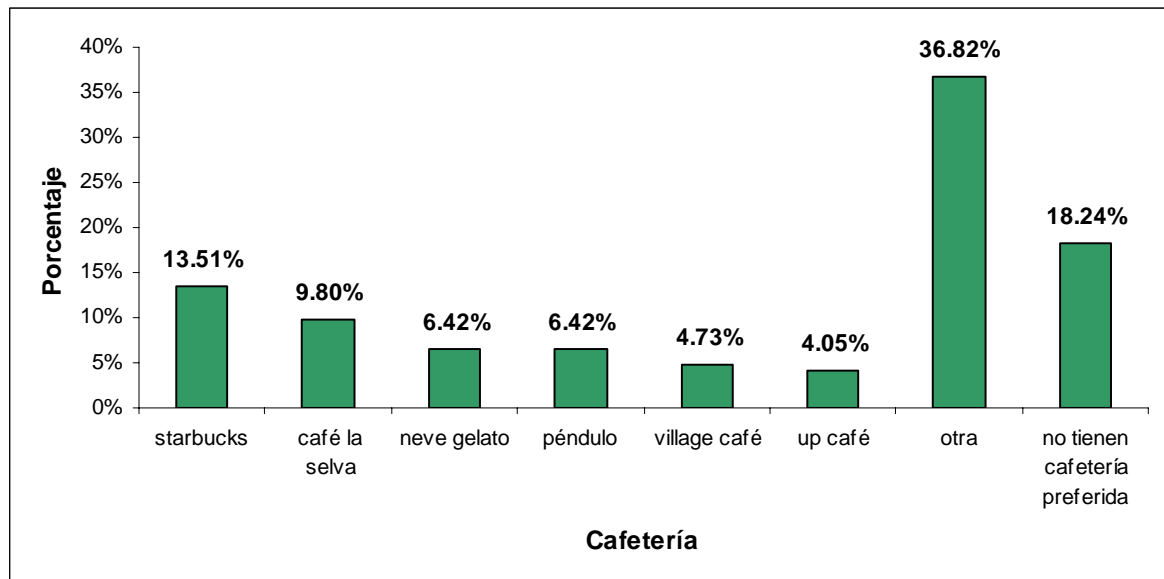
Gráfica 4.1 División de los encuestados por rangos de edades.
Fuente: Elaboración propia

La siguiente división que se consideró fue el género en donde las mujeres tienen un porcentaje del 57.43 %, mientras que el hombre tuvo un 42.57 % como se señala en la gráfica 4.2.



Gráfica 4.2 División de los encuestados por sexo.
Fuente: Elaboración propia

Otro punto considerado fue las preferencias de la gente por las cafeterías en donde la gráfica 4.3 muestra esta elección, es importante aclarar que en el apartado de otras cafeterías se toman en cuenta varias como Café Ocho, Cafemanía, Coffee Max, Café Toscano, Pícolo Café, Las Orquídeas, Finca Santa Veracruz entre otras.



Gráfica 4.3 Cafetería Preferida
Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en la gráfica 4.3 la cafetería preferida de los encuestados fue Starbucks y después Café la Selva.

De las 296 personas encuestadas 126 son profesionistas, 79 estudiantes, 37 empleados, 24 empresarios y el resto tienen diferentes ocupaciones. El horario de las encuestas aplicadas fue aproximadamente a partir de las seis de la tarde, lo que se refleja en el gran número de estudiantes encuestados; se tomó este horario porque es el momento en el cual la mayoría de las cafeterías tienen una gran afluencia.

A continuación se muestran los resultados de acuerdo a cada pregunta de la encuesta realizada.

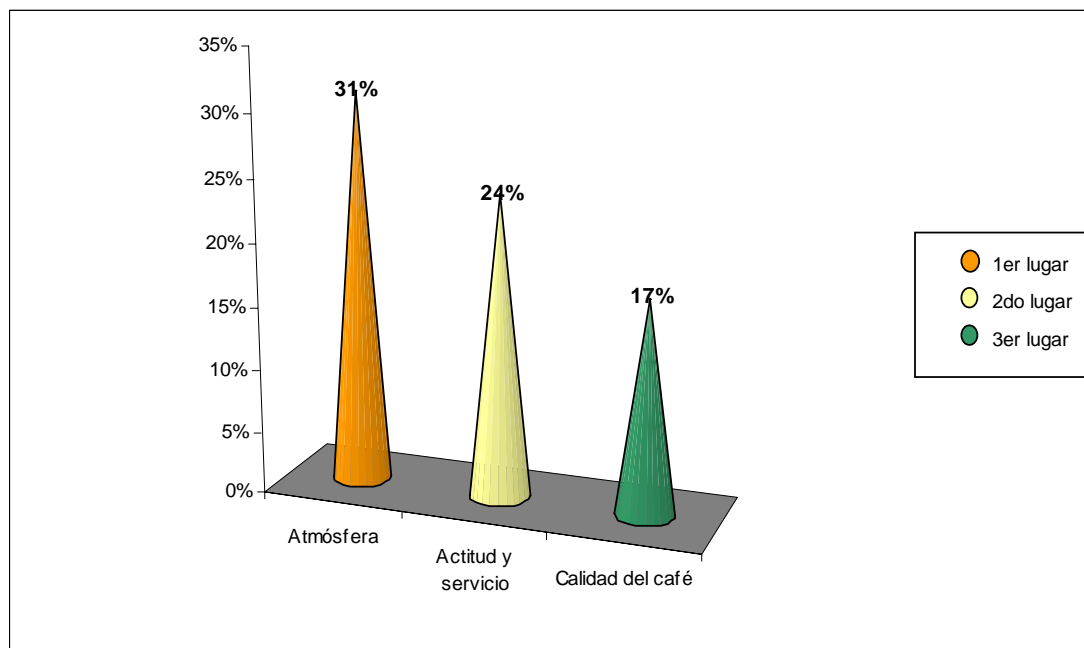
- **Pregunta 1**

Ésta es la pregunta más significativa de toda la encuesta porque abarca todos los factores que son considerados al momento de asistir a una cafetería en específico.

Las siguientes preguntas son más delimitadas, siendo los atributos de cada uno de los factores que se mencionan en esta pregunta y los resultados fueron los siguientes:

Lo que primero consideran los clientes al momento de asistir a una cafetería es el ambiente, esta respuesta tuvo un porcentaje del 31%. Este resultado estuvo muy competido ya que la calidad del café obtuvo un 28 %, lo cual es solo un 3 % de diferencia, aunque hay un cambio al momento de escoger el segundo factor porque no es la calidad del café lo que el cliente busca en una cafetería, sino que la actitud y servicio proporcionado por los empleados con un porcentaje del 24 %, mientras que la tercera opción sí es la calidad del café con un 17 %.

Es importante aclarar que estos resultados no dan el 100 % porque para obtener estos porcentajes en cada resultado se tomó en cuenta todo el universo de encuestados, siendo 296 personas. Estos resultados se muestran en la gráfica 4.4



Gráfica 4.4 Porqué asiste a una cafetería
Fuente: Elaboración propia

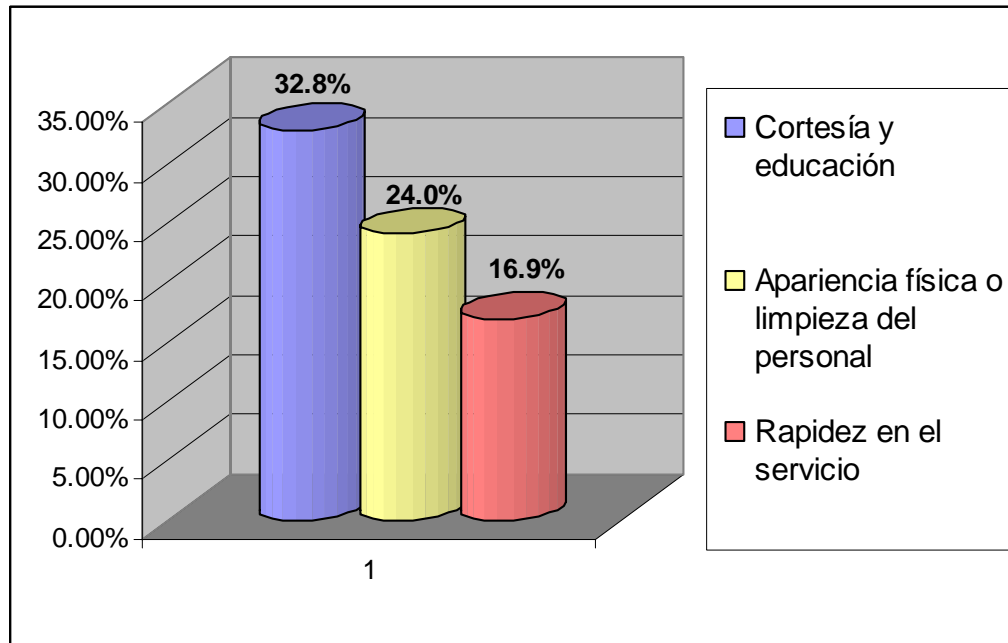


Cabe recalcar que el punto que la gente no considera al momento de elección de una cafetería es el que se relaciona con otras amenidades, específicamente área de fumar, venta de diferentes productos, con un porcentaje del 2 % solamente, en comparación con los demás factores; el cuarto más importante es el menú con un 10 % y los otros tres factores tienen porcentajes parecidos: relación del precio en cuanto al valor percibido con un 5.7 % y las promociones y entretenimiento junto con las otras comidas y bebidas con un porcentaje de 4.4%.

- **Pregunta 2**

La pregunta dos de la investigación es de los conceptos relacionados al servicio.

El 32.8% de los entrevistados optó por la cortesía y la educación, como primera opción. Como segunda opción, con el 24% de los entrevistados, que considera importante la apariencia física y limpieza del personal; la tercera opción, con el 16.9%, afirmó que la rapidez en el servicio es importante para la elección de una cafetería. Estas cifras, se observan en la gráfica 4.5:



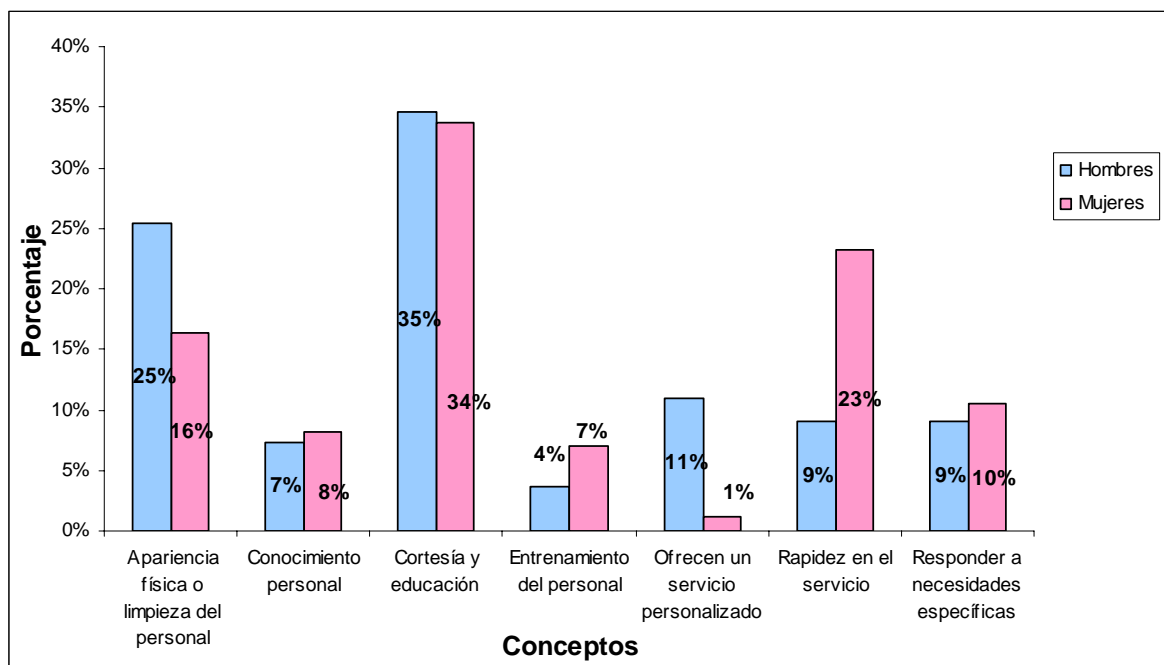
Gráfica 4.5 Conceptos más relevantes relacionados al servicio recibido
Fuente: Elaboración propia

Para la mayoría de los individuos entrevistados, la cortesía y educación fue considerado prioritario en el servicio. Para los hombres de 16 a 25 años con un 35% y en mujeres de la misma edad con un 34%. La apariencia física o limpieza del personal es la segunda opción, para los hombres el porcentaje es de 25% y en cuanto a las mujeres se refiere, el porcentaje es de 16%.

La rapidez en el servicio, es significativo para el segmento de las mujeres con un 23%, a diferencia del 9% del segmento masculino. En lo que se refiere al conocimiento del personal, la diferencia entre porcentajes es mínima, con un 7% para los hombres y un 8% para las mujeres. El servicio personalizado, sólo es valorado por los hombres con un 11% y para las mujeres con un 1% lo cual es casi nulo. El entrenamiento del personal, nuevamente es considerado por los hombres con un 7% y para las mujeres con un 4%. Responder a

necesidades específicas es contemplado por ambos segmentos, con un porcentaje de 9% para los hombres y un 10% para las mujeres.

Lo que muestra esta gráfica es que la cortesía y la educación es lo que los clientes valoran más, para la elección de un establecimiento.



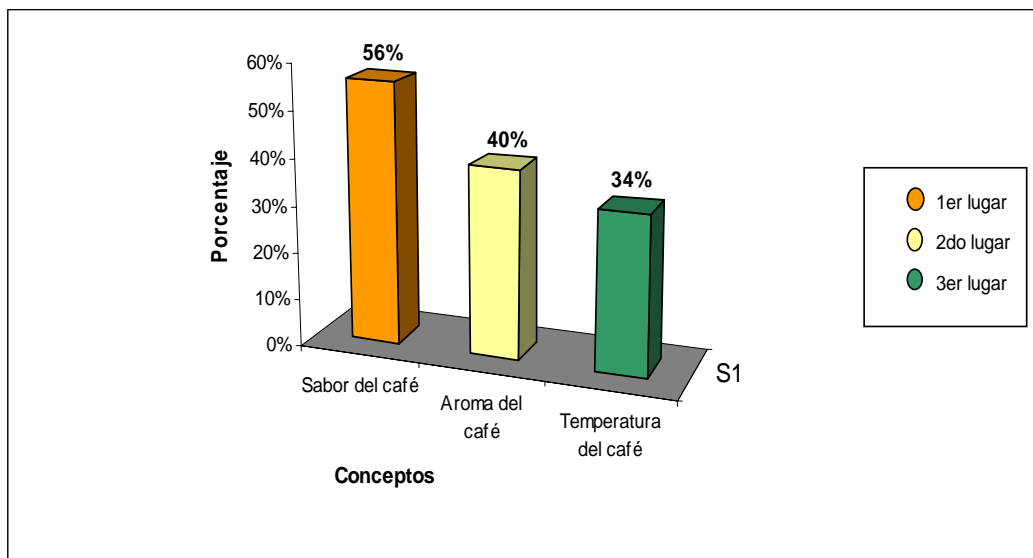
Gráfica 4.6 Relación con el servicio. Personas de 16 a 25 años
Fuente: Elaboración propia

- **Pregunta 3**

Esta pregunta es trascendente para el estudio porque se relaciona con el café específicamente, siendo el producto el punto de partida de la presente investigación.

Del total de las personas encuestadas el 56% prefiere en primer lugar el sabor del café, el 40% prefiere en segundo lugar el aroma del café, el 34% prefiere en tercer lugar la

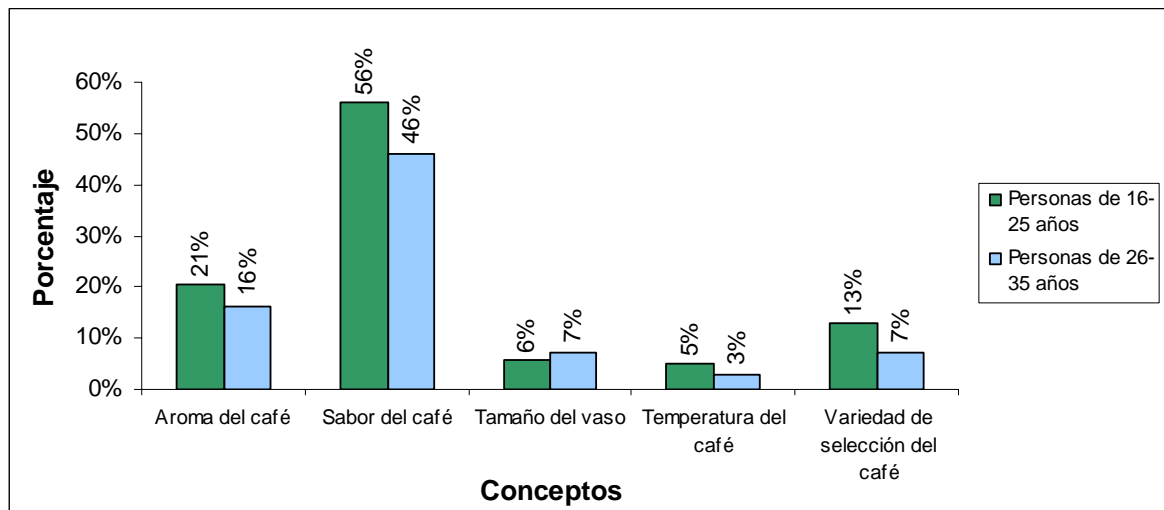
temperatura del café. Cabe señalar que en cada uno de estos porcentajes el universo de muestra es del 100% por lo que al sumar estos tres resultados no dan el 100%, estos resultados se muestran en la siguiente gráfica y se demuestra que la calidad del café se define con el sabor con un 56%.



Gráfica 4.7 Atributos del café
Fuente : Elaboración personal

En la gráfica 4.8 se presentan las preferencias de las personas encuestadas de 16 a 35 años de edad en donde las personas de 16 a 25 años son representadas por el color verde y las de 26 a 35 se encuentran por el color azul. Las personas de 16 a 25 años de edad prefieren en primer lugar: el sabor del café, el aroma del café y la variedad en la selección del café

Las personas de 26 a 35 años de edad prefieren en primer lugar: el sabor del café, aroma del café y con el mismo porcentaje el tamaño del vaso y la variedad de la selección del café.

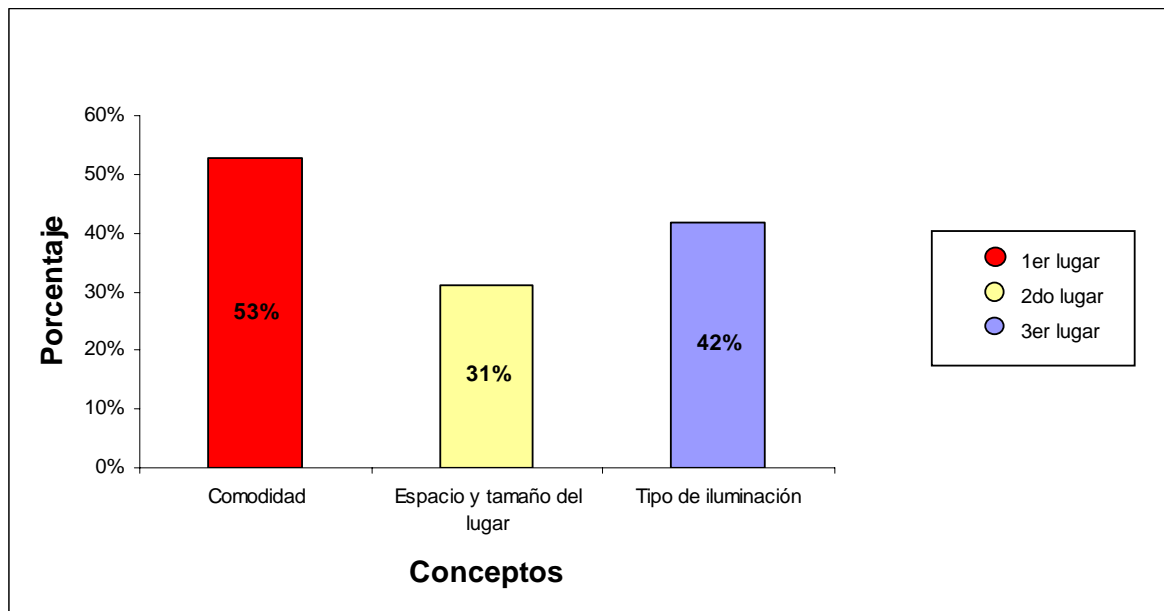


Gráfica 4.8 Conceptos relacionados con el café, personas entre 16 y 35 años de edad
Fuente: Elaboración propia

- **Pregunta 4**

La pregunta número cuatro se refiere a la ambientación del lugar en donde sus principales atributos son la comodidad, específicamente el mobiliario del establecimiento: sillas, sillones, mesas, mesas bajas, barra entre otras cosas. Otro de sus atributos es el espacio y tamaño del lugar, es decir qué tan fácil es la movilidad dentro del espacio. Posteriormente se menciona el tipo de iluminación, si hay luz natural o artificial, si es suficiente o no y por último el tipo de música que se escucha en los establecimientos.

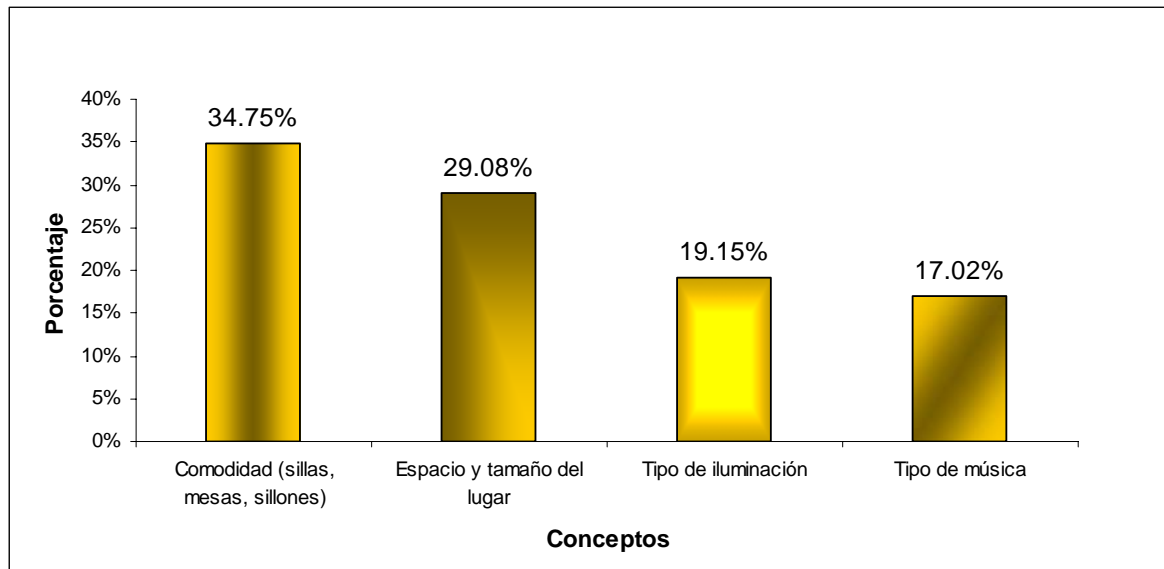
Los resultados de esta pregunta ponen en primer lugar la comodidad, en segundo lugar el espacio y tamaño del lugar y como tercero el tipo de iluminación, a continuación se muestra la gráfica 4.9 con los porcentajes de cada uno de estos atributos.



Gráfica 4.9 Conceptos relacionados con la ambientación

Fuente: Elaboración propia

En este mismo atributo, vinculado con la ambientación, se presenta otra gráfica (4.10) en donde se toman en cuenta los resultados dados por las personas entre 16 y 25 años de edad, que como se menciona anteriormente es el grupo con mayor número de personas (141), reflejándose que el tipo de música es lo que menos se toma en cuenta al momento de elegir una cafetería u otra y que el tema de la comodidad es el primero que se toma en ser evaluado.

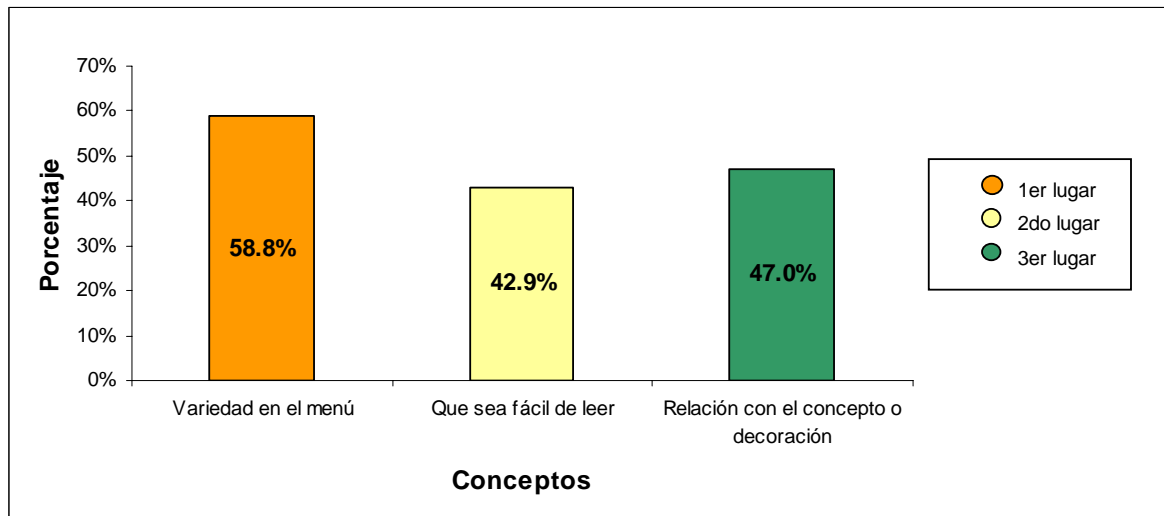


Gráfica 4.10 Conceptos relacionados con la ambientación con personas de 16 a 25 años de edad.

Fuente: Elaboración propia

- **Pregunta 5**

Esta pregunta se refiere al menú de cada establecimiento el que es primordial para una impresión positiva o negativa del lugar, en donde los principales atributos son los siguientes: que el menú sea fácil de leer, que tenga relación con el concepto del lugar y su variedad. A continuación se muestra la gráfica 4.11 con los resultados obtenidos de las encuestas que exponen que los clientes lo primero que evalúan es la variedad del menú con el 58.8 %, en segundo sitio se encuentra que sea fácil de leer con un 42.9 % y por último que tenga relación con el concepto, con un 47 %.

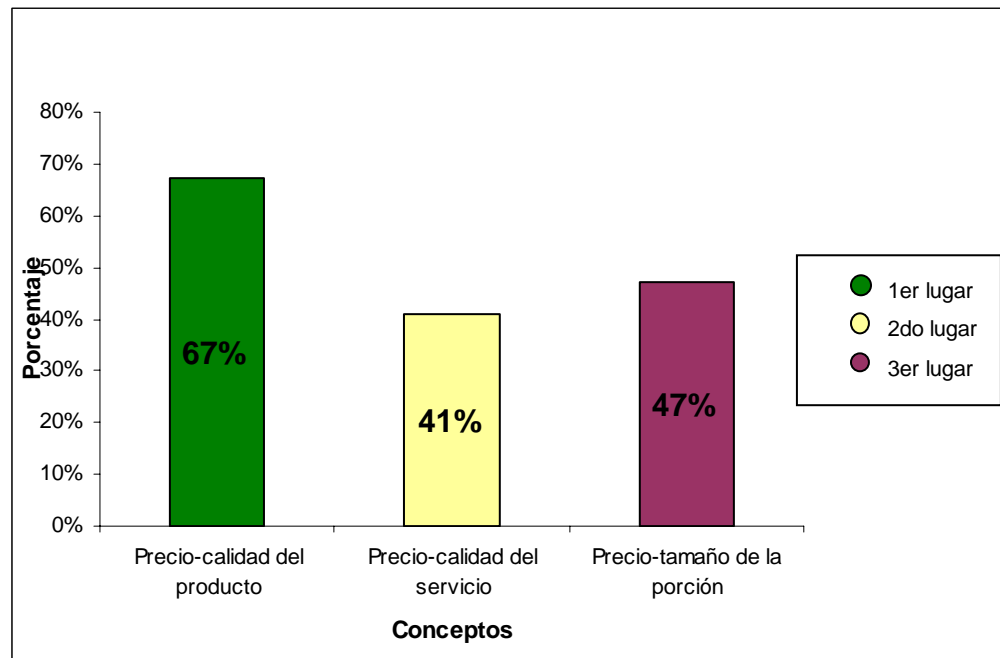


Gráfica 4.11 Conceptos relacionados con el menú
Fuente: Elaboración propia

- **Pregunta 6**

La pregunta seis, es de los conceptos relacionados con el precio-valor de los productos y servicios, siendo ésta importante para saber cuál es la relación que tienen los clientes en cuanto al valor del precio conforme al servicio y al producto.

El precio en cuanto a la calidad del producto es el factor más importante, con un 67.2%. El precio-tamaño de la porción es el segundo en importancia con un 47%, porcentaje que desplaza la relación precio-servicio, con un 41%, como se ve en la gráfica 4.12.



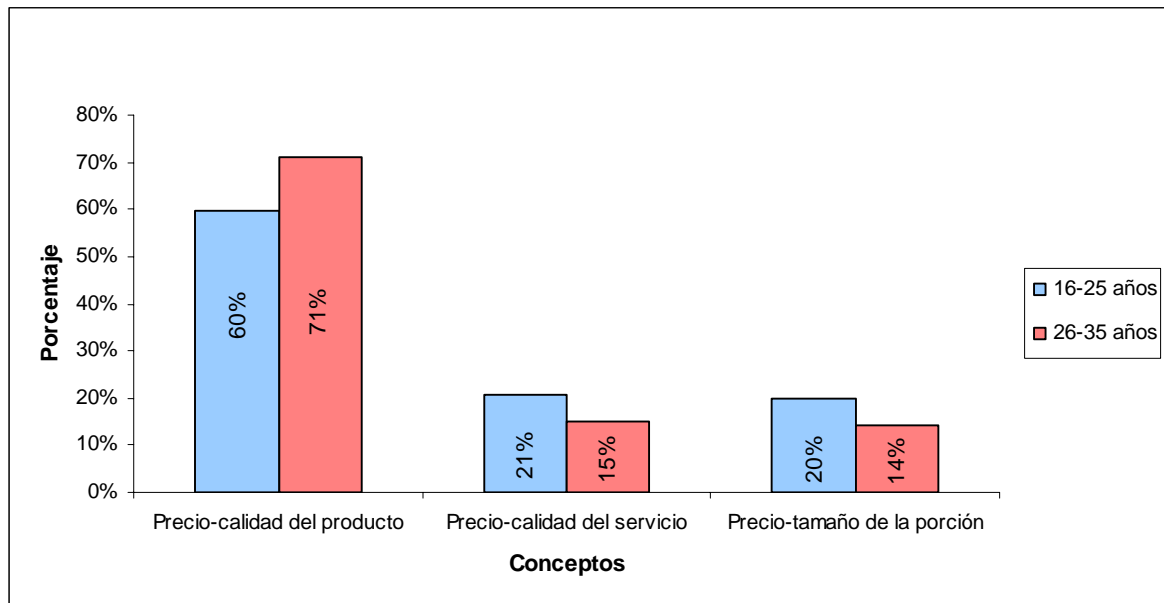
Gráfica 4.12 Conceptos relacionados con el precio valor percibido
Fuente: Elaboración personal

La división del muestreo para esta edad, se hizo por el rango de edades utilizado en la investigación, de 16-25 años y de 26-35 años. La relación precio-calidad es importante para ambas categorías.

El rango de 26-35 años opta por la calidad con un 71% y el rango de los 16-25 años, con el 60%. Siendo el rango de mayor edad, más exigente que el anteriormente señalado.

En cuanto al precio-calidad y precio-tamaño los porcentajes son prácticamente iguales, con 1% de diferencia, cuando se dividen por edades y del 6%, de manera general.

El tamaño y el servicio son dos aspectos que, a pesar de que el cliente los considere necesarios, no tienen gran diferencia porcentual como se muestra en la gráfica 4.13.

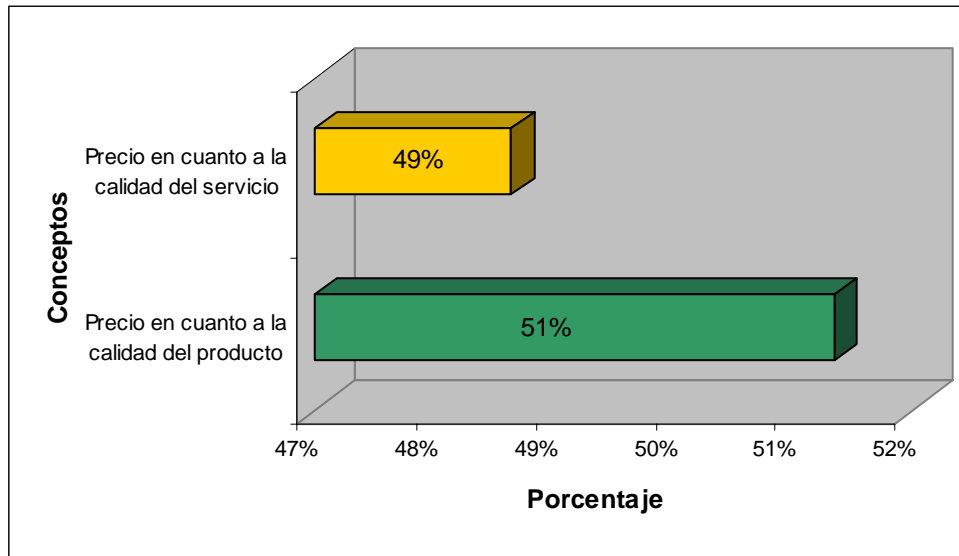


Gráfica 4.13 Conceptos relacionados con la relación precio-valor percibido

Fuente: Elaboración propia

- **Pregunta 7**

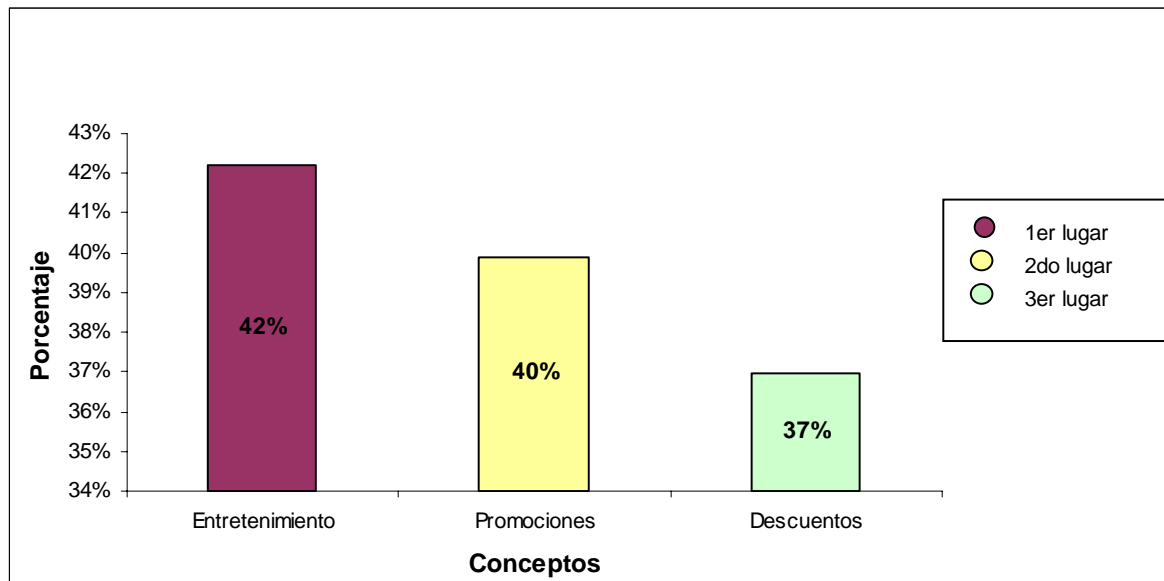
Esta pregunta se corresponde a los diferentes productos que se pueden ofrecer en una cafetería aparte del café, que principalmente son la variedad de bebidas aparte del café que se ofrece y a la variedad de los alimentos y como los clientes evalúan estos dos atributos. Los resultados de esta pregunta solamente tienen una diferencia del 2 % como se muestra en la gráfica a continuación:



Gráfica 4.14 Conceptos relacionados con los diferentes productos
Fuente: Elaboración personal

- **Pregunta 8**

La pregunta 8 examina los conceptos en relación al marketing y entretenimiento que se ofrecen en el establecimiento. El entretenimiento es lo que prefiere el cliente, al escoger una cafetería con un 42% y las promociones con una 40%. Siendo el margen de diferencia mínimo entre esto dos elementos. El 37% de los entrevistados prefiere los descuentos.



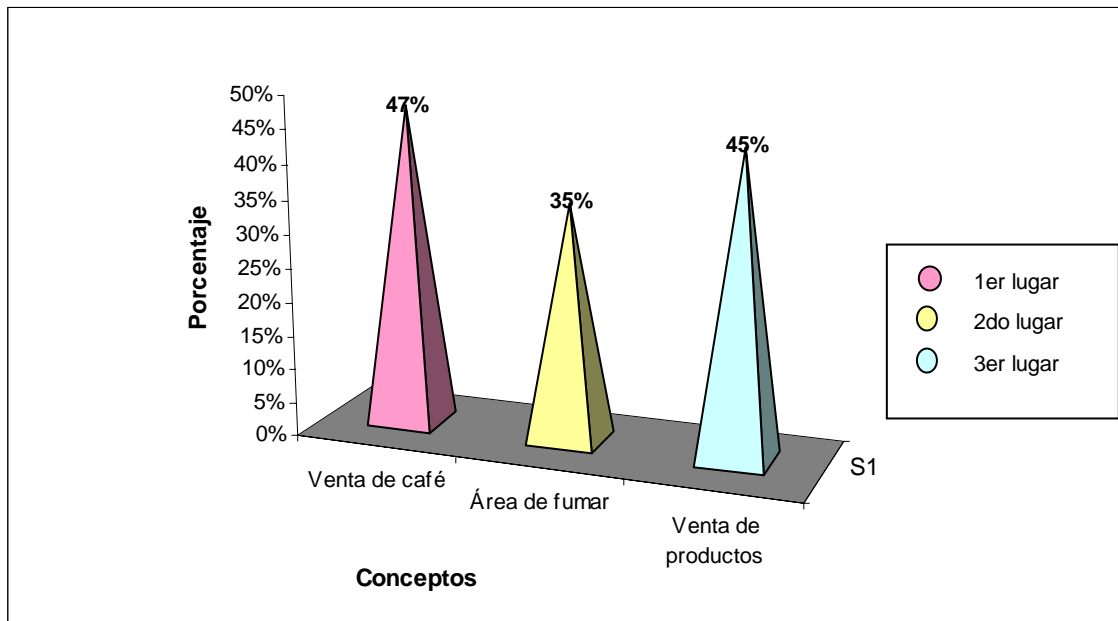
Gráfica 4.15 Conceptos relacionados con el marketing y entretenimiento

Fuente: Elaboración propia

- **Pregunta 9**

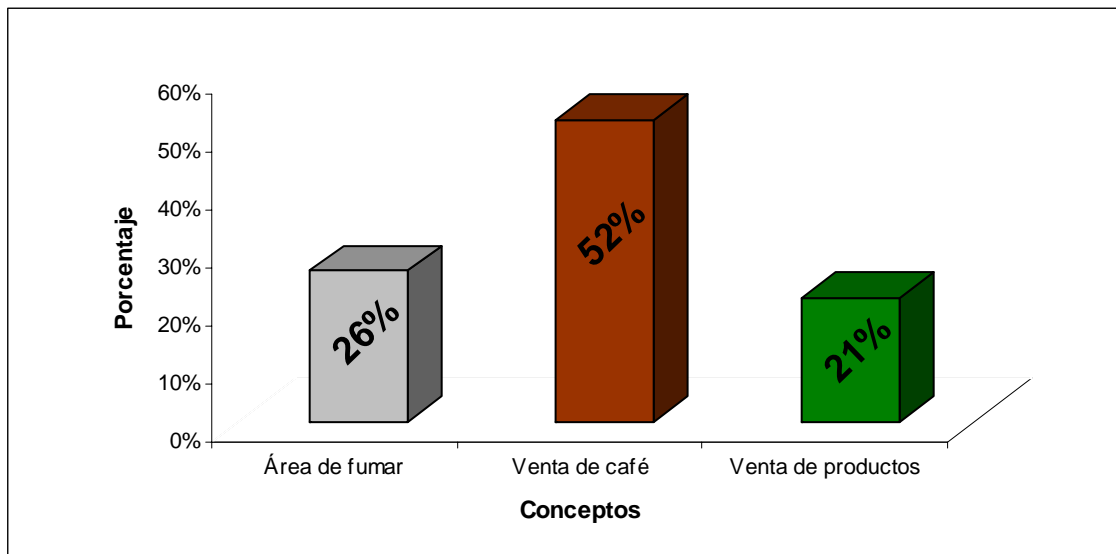
La última pregunta del cuestionario se refiere a otras amenidades que la mayoría de las cafeterías tiene, como son el área de fumar, la venta de diferentes productos ya sean playeras, tazas y la venta del café entre otras cosas para llevar a casa, en donde se ubica como número uno la venta de café con un 47 %, en segundo lugar se encuentra el área de fumar con un 35% y en tercer lugar la venta de diferentes productos con un 45 %.

La gráfica 4.16 muestra los resultados de esta pregunta:



Gráfica 4.16 Conceptos relacionados con diferentes amenidades
Fuente. Elaboración propia

En esta misma pregunta hay otra gráfica 4.17, la cual demuestra como un segmento de los encuestados, específicamente el de las edades de 26 a 35 años tuvieron un resultado semejante a lo que se muestra en la gráfica anterior, lo que afirma que la venta de café es lo que un cliente prefiere al momento de tomar en cuenta otra amenidades.



Gráfica 4.17 Conceptos relacionados con diferentes amenidades en personas de 26 a 35 años de edad.

Fuente. Elaboración propia