

RESUMEN

La finalidad de la presente tesis, es el análisis descriptivo de las razones por la cual la gente selecciona y asiste a un restaurante, así como identificar el perfil del consumidor sociodemográfico en la Zona Dorada del Puerto de Acapulco. La muestra está constituida por 350 sujetos que representan turistas y residentes, que conforman un segmento importante para la industria restaurantera. El instrumento de medición utilizado se basó en una encuesta escrita cuyas preguntas se enfocan en la percepción del comensal respecto al momento de seleccionar y al asistir a un restaurante. Así como de conocer la frecuencia con que come en restaurantes, el número de lugares que conoce y saber a cual negocio acostumbra ir a comer. Las herramientas estadísticas que se emplearon para la obtención de los resultados se basaron en dos métodos: análisis de preferencias y análisis del coeficiente de correlación.

Con lo anterior, se concluye que mediante estos métodos se logró identificar que el consumidor en los restaurantes come en promedio una vez al día y conoce 10 o más lugares. Los restaurantes a los cuales acostumbra comer la gente son: 100% natural, El Zorrito, Pipo's, Mc Donald's, Carlos and Charlie's y Vips. Las principales razones en las que se fija el cliente al seleccionar un restaurante son: limpieza e higiene, ambiente y la apariencia física. En cuanto al asistir a un restaurante lo motiva el tener una experiencia nueva, por la recomendación y que esté cerca de la playa el restaurante. Por otra parte, no existe ninguna relación del perfil sociodemográfico del consumidor entre las razones y factores al seleccionar así como al asistir a un restaurante, esto quiere decir que son variables totalmente independientes y no influyen entre sí.