

INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	vii
--------------------------------	-----

INTRODUCCION	viii
---------------------------	------

Definición del Problema	ix
-------------------------------	----

Justificación del Problema	x
----------------------------------	---

CAPITULO I: Marco Teórico

1.1 Análisis Estructural de la Industria	1
--	---

1.2 Macroentorno Industrial	5
-----------------------------------	---

1.3 Industria de los Restaurantes	6
---	---

1.3.1 Clasificación de Restaurantes.....	7
--	---

1.3.2 Restaurantes Independientes.....	8
--	---

1.4 Comportamiento del consumidor.....	9
--	---

1.4.1 El proceso de decisión de compra del consumidor.....	10
--	----

1.4.2 Motivos por lo que los consumidores comen fuera de sus hogares	12
--	----

1.4.3 Razones en las preferencias del consumidor al escoger un restaurante	14
--	----

CAPITULO II: Objetivos y Metodología

2.1 Objetivos de la Investigación.....	16
--	----

2.1.1 Objetivo General.....	16
-----------------------------	----

2.1.2 Objetivos Específicos	16
-----------------------------------	----

2.2 Metodología	16
-----------------------	----

2.2.1 Tipo de Investigación	17
-----------------------------------	----

2.2.2 Sujetos de Estudio	18
--------------------------------	----

2.2.3 Marco Muestral	19
----------------------------	----

2.2.4 Instrumentos de Medición	20
--------------------------------------	----

2.2.5 Recolección de Información.....	21
---------------------------------------	----

CAPITULO III: Resultados de la Investigación

3.1	Antecedentes Generales	22
3.1.1	La Gastronomía en la actualidad	22
3.1.1.1	La Gastronomía en el Mundo	22
3.1.1.2	La Gastronomía en Chile	24
3.1.2	Los Restaurantes en la actualidad y su evolución	26
3.1.2.1	Los Restaurantes en Chile.....	26
3.1.2.2	Los Restaurantes en la Sexta Región.....	27
3.1.2.3	Futuro de los Restaurantes	30
3.1.2.4	La importancia de actividades características del turismo en la economía	32
3.1.2.5	Variación de las ventas de los restaurantes en Chile	35
3.1.2.6	Tendencia en las ventas de los restaurantes	37
3.2	Análisis Estructural de la Industria	37
3.2.1	Sistema de Valor.....	37
3.2.2	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas.....	39
3.2.2.1	Intensidad de la rivalidad entre las empresas establecidas	39
3.2.2.2	Riesgo de entrada de competidores potenciales.....	41
3.2.2.3	Poder de negociación de los proveedores	44
3.2.2.4	Poder de negociación de los compradores	45
3.2.2.5	Productos sustitutos	45
3.2.3	Macroentorno Industrial	46
3.2.3.1	Fuerzas Económicas	46
3.2.3.2	Fuerzas Tecnológicas.....	47
3.2.3.3	Fuerzas Demográficas.....	48
3.2.3.4	Fuerzas Sociales.....	48
3.2.3.5	Fuerzas Políticas y Legales.....	48
3.3	Análisis Descriptivo.....	49
3.3.1	Análisis de la información.....	49
3.3.2	Análisis descriptivo de frecuencia y de tablas de contingencia.....	50
3.3.2.1	Perfil sociodemográfico del consumidor	50
3.3.2.2	Género, edad y nivel de ingreso familiar	50

3.3.2.3	¿Asiste o ha asistido alguna vez a un RISC?	51
3.3.2.4	Frecuencia con la que acuden a este tipo de lugar	52
3.3.2.5	Personas con la que concurren generalmente a un RISC.....	53
3.3.2.6	Momento del día en que asisten habitualmente a este tipo de lugar	54
3.3.2.7	Motivos por lo que generalmente salen a comer a un RISC.....	55
3.3.2.8	Factores externos que influyen en la decisión para ir a un RISC	56
3.3.2.9	Factores internos que influyen al momento de escoger un RISC	57
3.3.2.10	Factores que influyen para repetir la asistencia a un restaurante	59
3.3.2.11	Importancia de otros aspectos	61
3.3.2.12	Evaluación del servicio gastronómico.....	61

CAPITULO IV: Conclusiones, limitaciones y sugerencias

4.1	Conclusiones	63
4.2	Limitaciones.....	67
4.3	Sugerencias	67

BIBLIOGRAFIA	68
---------------------------	----

ANEXOS	74
---------------------	----

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1: Modelo de las cinco fuerzas de Porter.....	2
Gráfico N° 2: El papel del Macroambiente.....	5
Gráfico N° 3: Categorías para la toma de decisiones del consumidor.....	11
Gráfico N° 4: Número de Restaurantes y otros Servicios de Alimentación en Chile.....	26
Gráfico N° 5: Número de restaurantes y otros servicios de alimentación en la VI Región	27
Gráfico N° 6: Giros de restaurantes entregados por la Municipalidad de Rancagua.....	28
Gráfico N° 7: Distribución de los restaurantes en Rancagua.....	29
Gráfico N° 8: Clasificación y número de los restaurantes en Rancagua.....	30
Gráfico N° 9: Aporte al PIB de las Actividades Características del Turismo (2003).....	33
Gráfico N° 10: Aporte del sector Restaurantes y similares a las ACT.....	34
Gráfico N° 11: Sistema de Valor de la Industria Restaurantera.....	38
Gráfico N° 12: ¿Con qué frecuencia acuden a este tipo de lugar?.....	52
Gráfico N° 13: Frecuencia con la que acuden a este tipo de lugar según estrato social.	53
Gráfico N° 14: ¿Con quién o quienes concurren generalmente?.....	53
Gráfico N° 15: ¿En qué momento del día asisten habitualmente?.....	54
Gráfico N° 16: Momento del día en que asisten habitualmente según estrato social.....	55
Gráfico N° 17: Motivos por lo que salen generalmente a comer.....	55
Gráfico N° 18: Factores externos que influyen en la decisión para ir a un RISC.....	56
Gráfico N° 19: Factores externos que influyen para ir a un RISC según estrato social.....	57
Gráfico N° 20: Importancia del factor precio al momento de escoger un RISC según estrato social.....	58
Gráfico N° 21: Importancia del factor estacionamiento al momento de escoger un RISC según estrato.....	59
Gráfico N° 22: Importancia del factor precio al momento de repetir la asistencia a un RISC según estrato.....	59
Gráfico N° 23: Importancia del factor cercanía al momento de repetir la asistencia a un RISC según estrato.....	60

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Distribución de áreas según estratos sociales de Rancagua.....	19
Tabla N° 2: Escenario pasado v/s escenario futuro	32
Tabla N° 3: Aporte de los Restaurantes y similares al PIB	35
Tabla N° 4: Variación de las ventas de restaurantes entre 1997 – 2007.	35
Tabla N° 5: Porcentaje de personas encuestadas según nivel de ingreso.....	51
Tabla N° 6: Número de hogares por nivel socioeconómico de la ciudad de Rancagua.....	74
Tabla N° 7: Agrupación de hogares por estrato socioeconómico de Rancagua.....	74

INDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Estratificación Socioeconómica, según metodología Adimark 2004	74
Anexo N° 2: Instrumento de Medición	75
Anexo N° 3: Ordenanza Municipal sobre patentes de Alcoholes	78
Anexo N° 4: Requisitos para Constituir un Restaurante.....	82