

REMERCIEMENTS

Je voudrais remercier tout d'abord, Dieu, pour être mon meilleur confident et pour me permettre de réaliser mes rêves. Merci pour me guider et être toujours avec moi.

Merci aussi à Mademoiselle Elizabeth Salamanca et à Monsieur Dominique Garval de m'avoir guidé dans le processus de ce mémoire et pour leur appui comme superviseurs de ce projet.

A mes parents, Lety et Manuel, pour avoir cru en moi et mes capacités et pour m'avoir permis de me développer dans un endroit différent afin d'accroître mes connaissances et expériences dans mon domaine d'études. Je vous aime !!!

A mes sœurs Paola et Lety pour avoir été toujours avec moi et pour m'avoir aidé dans le processus de ce mémoire. Merci pour l'appui moral que vous me donnez chaque jour de ma vie.

A Auden, pour son aide et sa compréhension dans les moments difficiles de ce mémoire. Merci de faire partie de ma vie et d'avoir partagé mes meilleures expériences en France.

A Dulce, Rocio et Jeniffer pour avoir été avec moi pendant ces deux années et pour avoir partagé de bons et de mauvais moments dans notre vie en France et pour partager une vraie amitié.

INTRODUCTION

Au cours des dernières années, nous avons assisté à une transformation rapide de l'industrie de la restauration : celle-ci a été l'objet d'une rénovation ainsi que d'un profond développement à l'échelle mondiale. Grâce à un accroissement du tourisme, la restauration a eu une transformation qui a permis d'utiliser l'industrie comme centre de comparaison avec d'autres secteurs économiques.

Si la restauration occupe une place privilégiée parmi les secteurs économiques, c'est en partie grâce à la diversification dans le monde, diversification qui a été favorisée par l'homme, ses nouveaux modes de vie, ses nouvelles demandes.

Or, au cours de ce mémoire, nous avons pu distinguer plusieurs facteurs qui affectent les prestations des services et le choix des consommateurs.

Au tour du monde des services, bien des ouvrages, articles, conférences et séminaires ont apparu, mettant en relief la nécessité de développer et d'innover dans ce domaine.

Les auteurs les plus connus, tels que Parasuraman, Berry, Lovelock et d'autres, ont dédié la plupart de leur vie à expliquer l'importance des services et de la qualité du même pour satisfaire à un gros groupe d'individus qui habitent en société en développant une culture qui exige de plus en plus.

Le marché, la concurrence et les tendances sont autant d'éléments qui donnent aux services la capacité de changer et d'évoluer. Or, ce que les entreprises cherchent de plus en plus, ce sont de changements au niveau de la qualité.

Il y a des entreprises qui voient cette dernière comme un investissement et non pas comme une dépense puisqu'elle peut faire face aux changements déjà mentionnés et elle donnera en moyen et long terme des bénéfices.

Dans tout le cas, les entreprises trouvent un accroissement et en même temps une productivité.

D'un autre côté, la culture a une forte influence sur la perception de la qualité dans les services. Nous verrons tout au long de notre étude les différences existantes dans plusieurs établissements qui donnent le même service de base. De même, nous comprenons que c'est grâce à la culture et aux habitudes dans les différents pays qu'il y a des besoins et des exigences qui font la différence dans le monde.

Pour analyser comment la culture affecte le concept de la qualité des services, nous avons comparé les services rendus dans deux différents pays, la France et le Mexique. Grâce à une étude exploratoire de ces deux cultures, nous avons réalisé des entretiens aux experts de la restauration pour connaître leurs expériences et leurs apports. Nous nous rendons compte que ces deux cultures sont totalement différentes, et au niveau de vie et au niveau des attentes comme consommateur.

En ce qui concerne les résultats de notre étude exploratoire, nous remarquerons que la culture est un facteur qui affecte et qui influence la perception de la qualité dans le secteur de la restauration. La culture est donc un moyen de connaître les préférences et coutumes des clients grâce à des influences données par un groupe d'individus qui partagent le même mode de vie.

La vie en société représente une exigence de changer et d'évoluer grâce à des événements sociaux, économiques et surtout culturels pour devenir de plus en plus exigeant et sévère par rapport aux demandes. Ces demandes obligent donc à offrir de plus en plus de produits et services de qualité.

Tout au long de cette étude, nous nous sommes rendu compte que, malgré les différences entre les deux cultures (mexicaine et française), les fournisseurs peuvent homogénéiser un service pour donner un service de qualité à la fin de cette prestation.

La recommandation faite à des prestataires de services tels que les restaurants est de connaître les attentes et attentes des clients pour pouvoir retenir leur clientèle et attirer des nouveaux clients. Connaître les attentes des différents types de clients fait face à la compétence et à donner un monde en pleine globalisation et modernisation.

