

1. INTRODUCCIÓN

Este capítulo está conformado por una explicación general del problema de investigación de la presente tesina; además, se hace mención de los objetivos generales y específicos, justificación, alcances y limitaciones del proyecto, así como de la organización de la misma.

1.1 Planteamiento del Problema

A lo largo de los años la industria del servicio se ha preocupado por brindar a sus clientes lo mejor en términos de calidad y atención; desde instituciones educativas, lugares de esparcimiento o diversión, hasta los más grandes hoteles que forman parte de cadenas internacionales, hoteles nacionales, bares, y restaurantes de cadena o especialidad que se encuentren en todas las ciudades del territorio nacional.

En el caso de la industria hotelera y restaurantera, diversos instrumentos y modelos teóricos han sido el resultado de largos años de investigación por parte de expertos en materia de servicio, calidad y hospitalidad, quienes finalmente buscan idear la manera de llenar las expectativas de servicio y satisfacción del cliente.

En cuanto a la industria de los restaurantes, se han realizado múltiples estudios sobre la percepción que tienen los clientes sobre la calidad de los alimentos y el servicio que reciben, y gracias a estos, y a propuestas que surgen por parte de los mismos clientes, dicha industria ha venido cubriendo las necesidades específicas de los segmentos a los que atiende, logrando el

éxito al ser reconocidos y poder conservar a sus clientes para mantenerse en el mercado.

Sin embargo el éxito de un establecimiento de ésta índole, no sólo depende de la percepción que tengan los clientes sobre el servicio ni de la frecuencia con la que éstos acudan, sino también de la infraestructura, tecnología y personal adecuado con el que se cuente.

Dado que los restaurantes son empresas de servicios, y los servicios son considerados como bienes intangibles, el capital humano es fundamental para poder tangibilizar la atención y calidad del servicio que se ofrece. Es ahí donde entran los meseros: el principal vínculo entre el cliente y los demás empleados del restaurante, quienes usualmente son los encargados de resolver los problemas y responder las inquietudes del consumidor de manera inmediata.

Pero a pesar de que los meseros son importantes dentro de la organización de un restaurante, no existen estudios que hagan referencia de lo que ellos opinan sobre el trato que reciben por parte de los clientes. Por tal motivo la presente investigación está enfocada en conocer su punto de vista para que de esta manera se pueda establecer si ellos consideran que la mala actitud de los clientes afecta en su desempeño y si consideran que el incentivo que reciben por el servicio que brindan es justo o proporcional.

1.2 Objetivo General

Analizar la percepción de los meseros en respuesta a las actitudes, buenas o malas, que se pueden presentar durante la interacción laboral que tienen con los clientes, en los restaurantes independientes de especialidad y de servicio

completo, ubicados en la Avenida Juárez de la Zona Esmeralda en la Ciudad de Puebla.

1.3 Objetivos Específicos

- Identificar las características de los clientes que a los meseros les agrada atender.
- Analizar las características de los clientes que a los meseros les desagrada atender.
- Conocer la forma en que a los meseros les gusta ser llamados por sus clientes, además de por su nombre.
- Detectar los factores que influyen para que un mesero no brinde un servicio de calidad.
- Identificar si existe un cambio en la actitud de servicio del mesero al descubrir una mala actitud por parte del cliente.
- Indagar si el mesero considera que el servicio que ofrece se ve reflejado en la propina.
- Detectar si los meseros creen que reciben una propina justa o injusta.
- Conocer y analizar el porcentaje de propina que los meseros consideran como justo.

1.4 Justificación

Debido a que el personal de los restaurantes representa un elemento crítico para lograr un servicio de calidad, diferenciación y preferencia por parte de los clientes, y a que este segmento laboral no ha sido tomado en cuenta en

estudios anteriores, es importante realizar la presente investigación para conocer la opinión de los meseros en cuanto al trato que reciben por parte de los clientes buscando determinar si esto les afecta en su desempeño profesional; así mismo se busca identificar cuáles son las expectativas de incentivo que tienen los meseros en relación al tipo de cliente que están atendiendo.

1.5 Alcances y Limitaciones

- Este estudio se encuentra enfocado únicamente a los restaurantes independientes de especialidad, y de servicio completo, ubicados en la Avenida Juárez de la Zona Esmeralda en la Ciudad de Puebla.
- Se debe tomar como punto de referencia confiable la información que brinden únicamente los meseros entrevistados.
- Este estudio sólo tendrá validez durante el tiempo que subsista la investigación.

1.6 Organización de la Investigación

Este proyecto está integrado por 6 capítulos; cada uno de ellos plasma parte del desarrollo implementado para lograr los objetivos de investigación. A continuación se enlista la capitalización:

Capítulo I – Introducción: planteamiento del problema, objetivos de investigación, justificación, alcances y limitaciones.

Capítulo II – Marco teórico: literatura relacionada con el tema a investigar y conceptos generales.

Capítulo III – Marco Contextual: información acerca de los restaurantes independientes de especialidad que formaron parte de la muestra para la realización del estudio.

Capítulo IV – Metodología: diseño de investigación, tamaño de la muestra e instrumento de recolección de datos.

Capítulo V – Análisis de Resultados: interpretación de las respuestas obtenidas en la recolección de datos.

Capítulo VI – Conclusiones: deducción de argumentos derivados del análisis e interpretación de resultados.