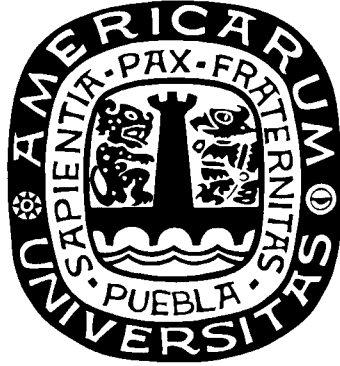


UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS, PUEBLA

Escuela de Negocios

Departamento de Hoteles y Restaurantes



**SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR EN EL ÁREA DE ALIMENTOS Y
BEBIDAS DE LOS CINES DE LA
CIUDAD DE PUEBLA**

TESIS PROFESIONAL PRESENTADA POR

**ALEJANDRA MUNGUÍA QUINTERO ID. 117020
LUCÍA GALINDO LÓPEZ ID. 114222**



CAPÍTULO I

Introducción

1.1 Marco Contextual

El 28 de diciembre de 1895 en París, en el Boulevard de los Capuchinos, los hermanos Auguste y Antoine Lumière pasaron a la historia tras conseguir articular la máquina que revolucionaría el arte de las masas, el cinematógrafo. Aquí nace la historia del cine, con la aparición de la maquinaria técnica necesaria para rodar películas menciona el historiador Francisco Haroldo Alfaro Salazar (1996).

El cine tuvo gran influencia en la sociedad, enseñó a ver las cosas de otra manera, ha logrado desarrollar una percepción especial en el ser humano; ha educado la sensibilidad del ser humano a través de los ojos y se fue convirtiendo en un instrumento expresivo, por lo que Ricciotto Canudo en 1912 lo llamó el séptimo arte, aunque es una unión inseparable de arte e industria.

En México durante los años treinta es cuando los cines entran en su etapa de consolidación, puesto que se definen las necesidades específicas de las grandes salas que se encuentran divididas por tres áreas básicas: pórtico, vestíbulo principal y sala de proyección.

El pórtico es el elemento de transición entre la calle y el interior, y está conformado por un espacio semiabierto donde se encuentran las taquillas. El vestíbulo principal es el sitio rector y distribuidor de las relaciones y actividades interiores, generalmente amplio y



donde la dulcería es una referencia de ese espacio. Por último se encuentra la sala de proyección que de acuerdo a la capacidad del cine, tiene pasillos de distribución principales y secundarios que permiten a los usuarios ubicarse en las diferentes zonas del lunetario. Por estos mismos corredores, es posible llegar a las salidas de emergencia, a los servicios sanitarios o incluso a dulcerías secundarias. Actualmente se han aumentado más áreas ya que en algunos cines también se pueden encontrar un área de bar, un área de video juegos y además salas VIP que cambien por completo el concepto de los cines de antes.

1.2 Planteamiento del Problema

En la actualidad las empresas se preocupan por mejorar los servicios orientados a la satisfacción de una extensa gama de necesidades humanas de índole psicológica y física es decir, la satisfacción de los consumidores es un término que determina los esfuerzos de una empresa que proporciona un servicio o producto (Enciclopedia Wikimedia, 2006).

El sistema de clasificación para las actividades económicas establecido por el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), menciona que los cines se encuentran en la siguiente clasificación:

Sector de servicios comunales y sociales.

Subsector de servicios de esparcimientos culturales, recreativos y deportivos.

Rama de servicios de esparcimiento relacionados con la cinematografía, teatro, radio y televisión prestados por el sector privado.

Actividad de exhibición privada de películas cinematográficas.



Por lo tanto los cines se han preocupado por cambiar la percepción del consumidor, estableciendo las nuevas tendencias con respecto a tecnología, imagen, instalación y sobre todo en mejorar la calidad en los servicios que brinda, porque es sabido que el éxito de las empresas que ofrecen servicios o productos se basa en la calidad y buen trato hacia los consumidores.

En un estudio realizado por la PROFECO en 2001, se menciona que las salas cinematográficas han tenido un sorprendente resurgimiento en todo el país, sin embargo, por medio de un sondeo los consumidores opinaron sobre el mal servicio al cliente, los altos precios y la calidad de los productos de la dulcería y la higiene en salas y baños.

1.3 Objetivo General

El objetivo general de la siguiente investigación es:

Identificar como es actualmente la percepción de los consumidores en relación al servicio y productos que se ofrecen en el área de alimentos y bebidas de los cines en la ciudad de Puebla para conocer si satisfacen sus necesidades y expectativas.

1.4 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos de la presente investigación son:

1. Identificar los servicios que ofrece cada una de las distintas cadenas de cines de la ciudad de Puebla.
2. Identificar que productos se ofrecen en el área de alimentos y bebidas de los cines.



3. Identificar que productos se consumen más en el área de alimentos y bebidas de los cines.
4. Determinar si los productos que se venden en los cines satisfacen al consumidor.
5. Conocer si el consumidor esta de acuerdo con el precio de los productos que se venden en los cines.

1.5 Preguntas de Investigación

1. ¿Cuáles son los servicios que ofrecen las distintas cadenas de cines de la ciudad de Puebla?
2. ¿Qué productos se ofrecen el área de alimentos y bebidas de los cines?
3. ¿Qué productos se consumen más en el área de alimentos y bebidas de los cines?
4. ¿Los productos que se venden en los cines satisfacen el gusto de los consumidores?
5. ¿El consumidor esta de acuerdo con el precio de los productos que se venden en los cines?

1.6 Justificación y Relevancia

El propósito de esta investigación es determinar si el consumidor esta satisfecho con los productos y el servicio que se ofrecen en el área de alimentos y bebidas de los cines, cumpliendo con sus necesidades y expectativas.

Esta investigación será de utilidad para los gerentes de los cines ayudándoles a identificar si su servicio es de calidad apeándose a las necesidades del consumidor.



1.7 Alcances y Limitaciones

La investigación se limitará a estudiar el servicio y productos que se ofrecen en el área de alimentos y bebidas de Cinépolis Angelópolis, Cinemark Plaza El Triangulo, Cinemex Paseo de San Francisco y Lumière Plaza Dorada de la ciudad de Puebla. Además, de identificar si los consumidores están satisfechos con las condiciones del servicio y productos con los que actualmente cuenta el cine para que continúen con su objetivo de entretener y satisfacer las necesidades del consumidor.