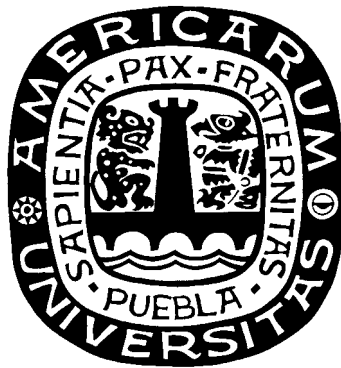




UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS, PUEBLA

**Escuela de Negocios
Departamento de Hoteles y Restaurantes**



**MEJORES RESTAURANTES, MEJORES PRÁCTICAS.
CASO PUEBLA**

TESIS PROFESIONAL PRESENTADA POR

**VERONICA GONZÁLEZ BOCARDO 114152
MAURICIO RODRÍGUEZ ALEMÁN 111540**

**COMO REQUISITO PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELES Y RESTAURANTES**



CAPÍTULO I

Introducción

1.1 Marco Contextual

Hoy día, en una economía globalizada, las empresas tienen que competir para llegar a tener cierto estatus en la región donde se encuentran ubicadas. Cada vez se presenta una competencia mayor entre ellas y es por esto que las empresas tienen que buscar fórmulas, sistemas o ventajas, que las dirijan hacia una productividad y calidad mayores, para de esta manera ser más competitivas (Keams,2004).

De esta idea surge la necesidad de aplicar benchmarking, el cual actúa como herramienta gerencial para medir: productos, servicios o prácticas, contra los competidores más cercanos y más fuertes, o contra aquellas empresas reconocidas como exitosas en el sitio en donde se ubica la propia (Keams, 2004).

El benchmarking, no sólo es un proceso que se realiza una vez, sino que se debe ejecutar continua y constantemente para poder estar en comparación con las demás empresas. En el caso del presente análisis, se tomarán en cuenta como los mejores restaurantes aquellos que son reconocidos como los preferidos dentro de sus categorías.



1.2 Planteamiento del Problema

Para cualquier empresa es de gran importancia conocer como es percibido por sus clientes. Un empresario restaurantero, no es la excepción, ya que de esta manera puede tomar decisiones o llevar a cabo acciones o prácticas que lo hagan mejorar sus puntos débiles o en todo caso reafirmar los fuertes dentro de su negocio. Identificar y comparar estas prácticas, pueden conducir a un desempeño exitoso (Camp, 1993).

Existen toda clase de mecanismos para obtener retroalimentación de los clientes, como son los cuestionarios o encuestas, ya sea escritas, por correo o teléfono, tarjetas de comentarios, buzón de quejas, entre otros. No existen muchas publicaciones acerca de la opinión de los asistentes a restaurantes en México, aunque existen algunas agencias que se encargan de acreditarlos y certificar a su personal tales como las cámaras de comercio o la Secretaría de Turismo (SECTUR) con sus programas de capacitación o de salud como el Programa H.

Como se mencionó anteriormente, para estar bien posicionado en el gusto de la gente, las empresas buscan satisfacer las necesidades de sus clientes a través de una serie de prácticas. El presente estudio pretende conocer cuáles son las prácticas que realizan los mejores restaurantes de Puebla para ser considerados como tales por sus clientes. Por todo esto y para tener una evaluación objetiva, ésta deberá venir de los usuarios y no de del propio restaurante.



Por lo tanto, para detectar cuáles son las mejores prácticas que llevan a cabo los mejores restaurantes, se hace necesario conocer primero cuáles son estos a través de la opinión de los clientes o usuarios. Una vez conocidos los mejores restaurantes, se deberá entrevistar a los gerentes o encargados de estos restaurantes para conocer las prácticas que ellos creen los hacen ser los mejores o en este caso los preferidos.

En la Ciudad de Puebla existen restaurantes de diferentes clases, tipos de servicio ó categorías y desafortunadamente no existe un documento oficial en el que se encuentren todas y cada una estas categorías, ni todos los restaurantes. Por lo tanto, para propósitos de ésta tesis se agruparán en nueve categorías incluyendo solamente restaurantes de servicio completo. Estas son: restaurantes mexicanos, italianos, asiáticos, argentino, cortes finos de carne, comida del mar, americano, internacional y español.

1.3 Objetivo general

El objetivo de esta investigación es:

Identificar los restaurantes de servicio completo de la Ciudad de Puebla que son los preferidos en su categoría por una muestra de comensales y conocer mediante el benchmarking las prácticas que llevan a cabo para situarse en esta posición.



1.4 Objetivos específicos

Los objetivos son los que se muestran a continuación.

- 1.- Identificar los restaurantes poblanos de servicio completo más mencionados en diferentes categorías.
- 2.- Identificar mediante una muestra de comensales, cuales son sus restaurantes preferidos dentro de cada categoría.
- 3.- Elaborar entrevistas a los dueños de los restaurantes seleccionados para identificar las prácticas que lo hacen ser los preferidos según la muestra de comensales.
- 4.- Identificar mediante benchmarking las prácticas que los hacen ser los preferidos según la muestra de comensales.

1.5 Preguntas de investigación

Las preguntas de investigación son las siguientes.

- 1.- ¿Cuáles son los restaurantes de servicio completo de la Ciudad de Puebla más mencionados dentro de cada una de las diferentes categorías?
- 2.- ¿Qué particular restaurante dentro de cada clasificación se encuentra mejor situado en el gusto de la gente de acuerdo a los cuestionarios?
- 3.- ¿Cuáles son las prácticas que en opinión de los dueños de los restaurantes mejor situados, estos llevan a cabo para estar en el gusto de la gente?



1.6 Justificación y Relevancia

Este análisis se realiza con el fin de identificar en la Ciudad de Puebla, los restaurantes de servicio completo de diferentes clasificaciones y reconocer mediante encuestas cuál en cada clasificación es el más popular con base en el gusto de la gente.

El análisis se hará mediante benchmarking ya que según Collier (1994) éste identifica los elementos de *mejores prácticas* para cada industria en términos de su mezcla de recursos, y propone objetivos o estándares de desempeño, para que cada elemento ineficiente de la industria, sea capaz de alcanzar un desempeño al nivel de las mejores prácticas.

Esto traerá beneficios para el empresario restaurantero, porque le dará a conocer su posición en el gusto de la gente dentro de un grupo de restaurantes. El conocimiento de estos datos permitirá a la industria restaurantera ofrecerle al cliente servicios que vayan más de acuerdo a sus necesidades, sus preferencias y sus gustos.

Por último éste análisis podría estimular al ramo restaurantero en Puebla, promoviendo una competencia más clara y objetiva, y al aumento de la calidad del servicio. Esto ayudaría sin duda a la economía nacional incrementando los ingresos por el turismo interno y externo.



1.7 Alcances y Limitaciones

Los alcances y limitaciones son:

- El análisis se realizará únicamente en restaurantes de servicio completo de la Ciudad de Puebla.
- La investigación se limitará a la posibilidad de acceso físico y administrativo en las siguientes zonas: Plaza Triángulo, Plaza Palmas, Plaza las Ánimas, Plaza Angelópolis y la UDLAP.
- La información está en función de la percepción de las personas encuestadas.
- No se pretende elaborar una guía de restaurantes.
 - De acuerdo al diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, (2006) menciona que: “**mejor.** (Del lat. *melior*, *-ōris*). **1.** adj comp. de **bueno**. Superior a otra cosa y que la excede en una cualidad natural o moral”. (Párrafo 1). En este trabajo las cualidades específicas del restaurante no son parte del análisis, por lo que el mejor restaurante será equivalente a aquel que sea preferido por la población seleccionada.

