
CAPÍTULO 4

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

4.1 Introducción

En este capítulo se plasman los resultados obtenidos de la investigación que se llevó a cabo para este proyecto. Para efectos organizacionales de este cuarto capítulo, se decidió estructurar el vaciado de resultados en cuanto al tipo de investigación, es decir, primeramente se presentan los resultados de la investigación cualitativa y después los de la investigación cuantitativa. A su vez, cada apartado de resultados está dividido en base a los casos de este proyecto los cuales son Caso Búrbula y Caso Monchis.

4.2 Investigación Cualitativa

4.2.1 Deficiencias que existen en la entrega del servicio

Los resultados de este apartado fueron obtenidos por medio de la técnica de observación directa que se llevó a cabo tanto en día y hora pico donde existe un tráfico considerable de comensales y en día y hora no pico donde el tráfico de comensales es menor. Para efectos de análisis y descripción de resultados, los cuadros resumen han sido divididos en cinco áreas que se muestran a continuación:

CASO BÚRBULA

✓ **Área de introducción**

En el área de introducción se investigó el horario que la Búrbula considera como días y horas pico y viceversa, a su vez se analizó si el clima fue un factor que influyera en el tráfico de comensales, el tiempo de estancia es el tiempo total que pasan los comensales desde que entran al restaurante hasta que salen y finalmente el número de personas y

géneros ayudó a identificar cuantificablemente la cantidad de personas por mesa así como el género de estas.

Tabla 4.1 Área de introducción: Día y Hora Pico

✓ Horario de Investigación	Sábados entre las 6pm y las 9pm.
✓ Clima	Nublado / Lluvioso
✓ Tiempo de estancia	30 min y no más de 90 minutos (1 hora con 30 minutos).
✓ Número de Personas y Sexo	Parejas hasta mesas de 7 personas. Asistieron 24 hombres, 14 mujeres, de las cuales hubo 4 parejas.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.2 Área de introducción: Día y Hora No Pico

✓ Horario de Investigación	2:00pm a las 5:00pm
✓ Clima	Despejado / nublado.
✓ Tiempo de estancia	Entre 30 y 50 minutos.
✓ Número de Personas y Sexo	Mayoría mujeres. Un total de 9 mujeres y 5 hombres de los cuales hubo 4 parejas.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con datos proporcionados por el Gerente del Restaurante, se obtuvo que los horarios y días con mayor tráfico de comensales son los días viernes y sábados en un horario de las 6pm y 9pm, y los días con menor tráfico son de lunes a jueves en un horario de las 2pm a 5pm. En este análisis se obtuvieron 9 observaciones en día y hora pico y 5 observaciones en día y hora No pico.

Aunque el clima en ambos días de observación varió de “despejado” a “nublado/lluviosos”, se considera que no es un factor que influya en el tráfico de comensales. Respecto al tiempo de estancia ya sea en día y hora pico o en día y hora no pico, los comensales pasan al menos 30 minutos en el restaurante. En los días y hora pico

donde existe un mayor tráfico de comensales, estos están un máximo de 90 minutos a diferencia de los días y horas no pico en los que están menos de 50 minutos en el restaurante. Esto nos indica que entre semana, el tiempo de estancia de los comensales siempre será menor que un fin de semana.

En cuanto al número de personas y sexos se descubrió que en ambos días (pico o no pico) asisten parejas y grupos pequeños de entre 3 y 4 personas mientras que en los fines de semana se registraron mesas de entre 6 y 7 personas por mesa, sin embargo, asisten más hombres en un fin de semana, mientras que entre semana la mayoría son mujeres. Esto nos indica que entre semana, al estar entre actividades, clases y trabajos, es más difícil para los comensales asistir al restaurante en grupos grandes, ya sea por cuestiones de tiempo u organización. También nos sirve para saber que entre semana esta actividad dentro del restaurante tiene que ser más rápido que en fines de semana debido al poco tiempo con el que cuentan los comensales. A su vez, en relación con los horarios y días pico se puede observar que el restaurante Búrbula no es una opción para ir a comer entre semana debido a los largos tiempos que este necesita para llevar a cabo el servicio.

✓ Área de Tiempos consumidos (por parte del Consumidor):

En la sección de tiempos por parte del consumidor, se midieron los tiempos que envuelven las actividades de los consumidores desde que entran al restaurante, hasta que sale de este.

Los tiempos considerados como objeto de estudio fueron:

- Lapso transcurrido desde que el cliente entra al restaurante hasta que llega a una mesa.
- Tiempo en el que los clientes utilizan las facilidades sanitarias.
- El lapso que toma a los consumidores ordenar sus bebidas y alimentos.
- Tiempo transcurrido y actividades realizadas al esperar la orden.
- El tiempo que tardan en consumir los alimentos.
- Tiempo en liquidar la cuenta (desde que el mesero lleva la nota y ésta es cubierta)
- Por último se midió el tiempo total de las actividades mencionadas anteriormente

Tabla 4.3 Área de Tiempos Consumidos (por parte del Consumidor): Día y Hora Pico

✓ Entrada a Mesa	No más de 1 minuto. Evento principal.
✓ Baño (Él o Ella(s))	En PA nunca usaron los sanitarios. Hombres 2 minutos 30 segundos. Mujeres al menos 3 minutos y 30 segundos. 2do evento en PB.
✓ Ordenar	Grupos grandes no más de 3 minutos. Un grupo pequeño toma menos de 1 minuto. 2do evento en PA, 3er evento en PB.
✓ Fumar / celular	No se puede fumar, existe área destinada para fumadores. Llamadas telefónicas mientras esperan por su orden, no les lleva más de 7 minutos. 3er evento en PA. 4to evento en PB.
✓ Ingesta	Tiempo de ingesta va desde los 10min hasta alrededor de los 35 min. 3er o 4to evento en PA. 5to evento en PB.
✓ Pagar Cuenta	En PA los clientes tardan más tiempo en pagar la cuenta con un tiempo mínimo de 2 minutos y 30 segundos hasta los 6 minutos aproximadamente. PB el tiempo es mucho menor, en cuestión de segundos. 4to evento en PA, 6to evento en PB.
✓ Tiempo Total	PB, el tiempo consumido por los clientes es mayor que en la planta alta. PB oscila entre 30 min hasta 1 hora y en PA entre los 15 min y 30 min.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4 Área de Tiempos Consumidos (por parte del Consumidor): Día y Hora No Pico

Entrada a Mesa	Grupo de mayor tamaño más tiempo, entre minuto y medio y 7 segundos. Evento principal.
Baño (Él o Ella(s))	No se utilizaron los baños. Evento nulo.
Ordenar	Grupos de 2 y 3 duraron entre 28 y 52 segundos. Un grupo de cuatro llegó a tomarse hasta un minuto con 57 segundos. 2do evento.
Fumar / celular	Ninguno de los visitantes fumó y sólo uno tomó una llamada telefónica que duró 29 segundos. Evento Nulo.
Ingesta	El tiempo osciló entre 17 y 38 minutos para ésta actividad. 3er evento.
Pagar Cuenta	No más de 47 segundos ni menos de 19 4to y último evento.
Tiempo Total	El tiempo consumido por las mesas ocupadas variaron entre los 18 y 41 minutos.

Fuente: Elaboración propia.

Los tiempos consumidos por el consumidor se demuestran a continuación en base al número de evento que corresponde a cada actividad:

- Evento #1: Acorde a los tiempos se obtuvo que al ser un restaurante de limitadas dimensiones, desde la entrada hasta la mesa más cercana, los clientes no tardan más de 1 minuto en seleccionar una mesa y sentarse, ya sea en la planta alta o en la planta baja del restaurante.
- Evento #2: Se descubrió que los consumidores que se encontraban en la planta alta del restaurante, nunca utilizaron los sanitarios a diferencia de los que se encontraban en la planta baja donde los hombres no tardan más de 2 minutos 30 segundos en utilizar el sanitario y las mujeres tardan al menos 3 minutos con 30 segundos. También es relevante mencionar que día y hora pico los sanitarios nunca fueron utilizados por los comensales que se encontraban en ambas plantas. Se puede afirmar que el uso de los sanitarios depende tanto de la limpieza de estos, como de la localización de los comensales, ahora que si los comensales se encuentran en la parte superior, se hace evidente la falta de sanitarios en dicha área.
- Evento #3: Ordenar ocurre cuando los comensales ya están seguros de lo que van a pedir y mide el tiempo que tardan en transmitir esa información al mesero (a), dicho evento está considerado como el 2do o 3er evento dependiendo de la ubicación de los comensales (planta alta o planta baja). Grupos grandes de clientes en una mesa tardarán más tiempo en ordenar y viceversa con grupos pequeños. Se observó que los grupos pequeños tardan muy poco tiempo en ordenar, y por lo general se ordenaron platillos de fácil preparación que fueron entregados a la brevedad posible lo que habilita el tráfico dentro del servicio.
- Evento #4: Dentro del restaurante no se puede fumar, sin embargo existe un área destinada para fumadores. En cuanto a llamadas telefónicas por celulares, es común que en el día y hora pico se lleven a cabo en la planta baja, dicho evento está en 3er o 4to lugar para los fines de semana y nulo entre semana, es decir, utilizar el celular o fumar no sucede entre semana independientemente de la planta; lo que reitera la disposición de tiempo con la que cuentan los comensales para esta actividad entre semana.

- Evento #5: Ingesta es el tiempo que tardan los clientes en ingerir sus alimentos, se obtuvo que al restaurante le toma menos tiempo en producir el servicio, que él comensal en consumirlo. A su vez, se obtuvo que los comensales necesitan de un menor tiempo para comer en fin de semana que entre semana, es decir, entre semana el tiempo de ingesta es mayor. Esto se debe a que entre semana los tiempos aproximados libres para los comensales son de 1 hora hasta 2 horas, por lo que dicho tiempo libre lo dedican exclusivamente a realizar dicha actividad, invirtiendo comúnmente mayor tiempo entre semana que en los fines de semana.

- Evento #6 y último: Pagar la cuenta es el tiempo que tardan los comensales, desde que el mesero les entrega la nota, hasta que el dinero es proporcionado por los clientes y esté lista la cuenta para ser procesada. En grupos grandes de personas tomará más tiempo, en viceversa para los grupos pequeños, sin embargo, entre semana, esta actividad transcurre mucho más rápido que en fin de semana, esto se debe a que entre semana no existe tanta demanda como la hay en los fines de semana, dando un mayor tiempo a los meseros para atender a las mesas. Después de este evento, los consumidores “reposan” o simplemente abandonan el restaurante.

- Tiempo total es el tiempo consumido por actividades de los clientes, desde que entran al lugar, hasta que abandonan el restaurante. Entre semana esta actividad transcurre más rápido que en los fines de semana, esto se debe a que entre semana los clientes están entre clases, trabajos o en otras actividades que no les permite disponer de más tiempo en su horario de comida. Sin embargo, se considera que invierten un tiempo significativo para llevar a cabo esta actividad, se podría enfatizar en las actividades del restaurante con el fin de agilizar el tráfico de actividades internas.

- ✓ Área de Tiempos de producción (Empleados):
 En cuanto al área de tiempos por parte de los empleados, se tomaron en cuenta los tiempos de respuesta, es decir, tiempos que tardan los meseros y el servicio de cocina en llevar a cabo sus actividades. Se midió el tiempo en que los meseros atienden a los

comensales, los tiempos en entregar tanto bebidas como alimentos entre otros aspectos que a continuación se muestran:

Tabla 4.5 Área de Tiempos de producción (Empleados): Día y Hora Pico

✓ Atención por un Mesero (MENU)	Menos de 1 minuto.
✓ Tiempo en regresar a tomar orden	No más de 2 minutos. 2do evento.
✓ Entrega de Bebidas	En PA o PB no tardan más de 3min en regresar con bebidas, mesas con más clientes tardaran más tiempo. 3er evento.
✓ Entrega de Alimentos	Máximo de entrega es de 23 min=grupos grandes en grupos pequeños= 9minutos con 51 segundos. 4to evento.
✓ Llevar cuenta a mesa	En PB es menor el tiempo que tarda un mesero en llevar la cuenta. En PA tarda solo un poco más que en PB. 5to evento.
✓ Limpieza Posterior	Menos de 2 minutos en efectuar una limpieza a excepción de las mesas que tuvieron que ser unidas. 6to evento.
✓ Tiempo Total	En PA el tiempo consumido por los empleados es mayor que el tiempo consumido por los clientes. En PB el caso es distinto, el tiempo consumido por los empleados es menor.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.6 Área de Tiempos de producción (empleados): Día y Hora No Pico

✓ Atención por un Mesero (MENU)	Entre 11 y 58 segundos. Evento principal.
✓ Tiempo en regresar a tomar orden	No más de 2 minutos ni menos de 42 segundos. 2do evento.
✓ Entrega de Bebidas	Entre 1 minuto con 30 segundos y dos minutos 15 segundos. 3er evento.
✓ Entrega de Alimentos	No menos de 8 minutos ni más de 17. 4to evento.
✓ Llevar cuenta a mesa	No menos de un minuto 16 segundos y no más de dos minutos con dos segundos. 5to evento.
✓ Limpieza Posterior	Varía entre 22 segundos y menos de minuto y medio. 6to y último evento.
✓ Tiempo Total	12 minutos y medio hasta 21 minutos y medio.

Fuente: Elaboración propia.

Los tiempos consumidos por el empleado se demuestran a continuación en base al número de evento que corresponde a cada actividad:

- Evento #1: De acuerdo con la entrega del servicio, después de que un cliente entra al restaurante y se sienta, la atención por un mesero, (que llegue y entregue menús), es inmediata; es cuestión de segundos para que un mesero preste atención a una nueva mesa. Al ser un evento de gran importancia ya que es la primera presentación de los empleados, se considera que debe realizarse rápidamente, con el fin de distribuir más tiempo en otras actividades que lo requieran.
- Evento #2: Posteriormente el tiempo que tarda un mesero en regresar a tomar la orden o bien, el tiempo que da el mesero para que los clientes decidan que ordenar es de 2 minutos en ambos días (pico y no pico). Esto da como resultado que se otorgue más tiempo para otras actividades envueltas en el servicio. Se considera que este tiempo podría acortarse dependiendo de la atención que brinda el mesero.
- Evento #3: Entregar las bebidas es un evento que no toma más de 4 minutos en llevarse a cabo, es más rápido en planta baja que en la alta sin embargo podría ser realizado con mayor rapidez debido a la simplicidad de las bebidas ordenadas. Destaca la falta de una barra de bebidas en la parte superior del restaurante ya que al sólo tener una barra en la planta baja, el tiempo para servir bebidas en la planta alta será mayor.
- Evento #4: Entregar los alimentos es el tiempo que se tarda el mesero desde que levanta la orden, hasta que regresa a la mesa con los platillos. Este evento depende totalmente de la cantidad de clientes por mesa, para grupos pequeños tomará un menor tiempo que para los grupos grandes. Entre semana no hay grupos grandes por lo que esta característica solo aplica para los fines de semana. Es evidente la falta de personal dentro de la cocina en fines de semana.
- Evento #5: Entregar la cuenta es el tiempo que transcurre desde que el cliente solicita la cuenta hasta que el mesero lleva la nota a la mesa, es un evento que se da más rápido en

la planta baja que en la alta, sin embargo esto podría agilizarse. Para esta actividad es elemental la atención de los meseros ya que la falta de estos, puede ocasionar una molestia al final del servicio, perjudicando al servicio completo que le fue entregado al comensal.

- Evento #6 y último: La limpieza posterior es aquella que se da cuando los comensales han abandonado la mesa en la que estaban, dando oportunidad al mesero de limpiar la zona. En esta actividad, el mesero tarda más en días pico que días no pico, es decir, el restaurante al tener mucha gente, los meseros tienen que apresurar muchas de sus tareas para atender y tener la capacidad de cubrir las mesas en las que haya clientes. La limpieza posterior de una mesa en esa situación tardara más tiempo que cuando el restaurante no tenga una saturación de comensales. Se considera que este evento debería ser más rápido en días y horas pico ya que el no tener limpiadas las mesas recién abandonadas ocasionará que se invierta más tiempo por parte del comensal en esperar una mesa limpia, lo que podría ocasionar un disgusto o cambio negativo de comportamiento.
- El tiempo total engloba lo que tarda el restaurante en otorgar el servicio completo desde que un mesero llega a atender a una mesa hasta que realiza la limpieza de la misma. Es común que el restaurante tarde menos tiempo en producir el servicio que el cliente en consumirlo. Este tiempo influye en la decisión de los consumidores para permanecer en el lugar un lapso extra después de haber consumido el servicio.
- ✓ Área de Irregularidades: Problemas con...
 En el área de irregularidades se buscó identificar aquellos problemas que existen en el servicio ya fuera con las bebidas, los alimentos, el mobiliario, la cuenta y otras irregularidades. Dicha sección se relaciona con el apartado de retroalimentación ya que, el hecho de que exista una retroalimentación se da principalmente por medio de algún problema, en este caso, por medio de irregularidades en el servicio ofrecido tanto tangible como intangible.

Tabla 4.7 Área de Irregularidades: Problemas con...: Día y Hora Pico

✓ Bebidas	Grupos grandes, mesero comete algún error o confusión en cuanto a la orden de alguna bebida, lleva una bebida de más, o alguna marca no solicitada.
✓ Alimentos	No es común que existan problemas con los platillos.
✓ Mobiliario	Mesas de PB para grupos grandes, en PA el espacio es más reducido.
✓ Cuenta	De las observaciones del día, solo 1 error en la cuenta, teniendo en cuenta la estancia de dicha mesa que fue de aproximadamente 1 hora. El sistema del restaurante es computarizado.
✓ Otras Irregularidades	-Volumen de la música -Ventanas abiertas

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.8 Área de Irregularidades: Problemas con...: Día y Hora No Pico

✓ Bebidas	No se observaron problemas con las bebidas.
✓ Alimentos	Bote de salsa Maggi vacío.
✓ Mobiliario	No hubo problemas en el mobiliario.
✓ Cuenta	No existieron problemas con las cuentas.
✓ Otras Irregularidades	Se solicitó abrir más ventanas para mejorar la ventilación y se presentaron problemas de iluminación

Fuente: Elaboración propia.

Los tiempos consumidos por el empleado se demuestran a continuación en base a la actividad del servicio:

- **Bebidas:** En día y hora pico es común que debido a los grandes grupos de comensales, los meseros comentan algún error o confusión en cuanto a la orden de sus bebidas; por lo general llevan una bebida de más o alguna marca no solicitada. El caso es nulo en días y horas no pico, esto debido a la cantidad de mesas ocupadas. Lo que nos recalca la falta de atención o en algunos casos la falta de seriedad y profesionalismo en las tareas de los meseros.

- Alimentos: No hubo problemas con los alimentos a excepción de un solo evento en el que un bote de salsa Maggi estaba vacío. En general no existen problemas con los alimentos. Se considera que este es un factor elemental y principal que caracteriza al restaurante por lo cual, descuidarlo podría resultar desastroso en términos de tráfico de comensales.
- Mobiliario: En cuestiones de mobiliario existen problemas cuando llegan grandes grupos de clientes ya que la mayoría de las mesas están diseñadas para tener una capacidad de 4 personas lo que fuerza a los clientes a juntar mesas y sillas. Se considera que hacen falta mesas más grandes o diseñadas de tal forma que permita grandes grupos de personas. Se toma en cuenta que la mayoría de la asistencia que hacen los comensales, es en parejas o grupos de no más de 4 personas, sin embargo, se considera que podría ser de gran utilidad una reestructuración de mesas, incluyendo mesas más grandes.
- Cuenta: En cuanto a errores o confusiones en la cuenta, considerando que el sistema de cobro del restaurante es computarizado, solo hubo 1 error en la cuenta de una mesa que tuvo una estancia de aproximadamente 1 hora. Este evento podría ser realizado con mayor rapidez a fines de tener más tiempo para otras actividades que realmente lo requieran.
- Otras irregularidades: Se observó que suelen haber problemas con el volumen alto de la música que se escucha en todo el restaurante. Sucede también que cuando todas las ventanas del lugar están abiertas, entra mucho viento. Aunque, cuando están cerradas todas las ventanas del restaurante existen problemas de ventilación e iluminación. Se considera que en cuanto al volumen de la música, se debería tener un horario predeterminado donde el volumen de la música sea de bajos decibeles, y un segundo horario donde el nivel de decibeles sea mayor para así evitar problemas con los comensales. En cuanto a los problemas de ventilación, se recomienda asignar esta tarea a alguno de los encargados del restaurante que no cuente con una gran variedad de actividades para que pueda estar al pendiente de la situación de la ventilación.

✓ Área de Retroalimentación

Para la última área que corresponde a retroalimentación, en conjunto con las irregularidades o problemas de la sección anterior, se evaluaron las causas por las cuales retroalimentan, así como las personas que intervinieron en dichos eventos y la solución que se le dió.

Tabla 4.9 Área de Retroalimentación: Día y Hora Pico

✓ Causa	-El volumen de la música -La capacidad del mobiliario (mesas) -Confusión de los meseros -Viento (ventanas) / Iluminación -Cebolla en el platillo (Confusión en la orden)
✓ Personas que intervinieron	1 solo mesero y un par de clientes
✓ Solución	-volumen =la queja le es presentada al gerente en barra y baja el volumen. -mobiliario= clientes optan por juntar mesas y sillas -Confusión= mesero retira la bebida extra. -Ventanas= cerradas después de que un cliente retroalimiente al respecto o cuando algún mesero nota el viento.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.10 Área de Retroalimentación: Día y Hora No Pico

✓ Causa	-Se solicitó a uno de los meseros que se abrieran más ventanas. -Se solicitó a los meseros mejorar la iluminación. -Se solicitó a uno de los meseros la reposición de una botella de salsa Maggi.
✓ Personas que intervinieron	-Por lo general solo interviene 1 mesero y un par de clientes, los meseros tienen el poder de solucionar problemas como los que se observaron.
✓ Solución	-En cuanto a la petición de abrir más ventanas el mesero prendió un ventilador. -Cuando se les solicitó a los meseros mejorar la iluminación, estos retiraron algunas cortinas que cubrían el techo. -La salsa Maggi fue repuesta por una nueva.

Fuente: Elaboración propia.

Las cuestiones de retroalimentación se demuestran a continuación en base a los conceptos de causa, intervención y solución:

- Causa: Las principales causas por las que los clientes retroalimentan son:
 - Volumen de la música
 - Capacidad del mobiliario
 - Viento
 - Iluminación
- Personas que intervinieron: Las personas que intervinieron en la mayoría de los casos de retroalimentación o queja son 1 mesero y un par de clientes. Se observó que los meseros tienen la capacidad de resolver algún problema por sí solos lo que nos indica que tienen poder de decisión. No hubo necesidad de llamar a un gerente o encargado aunque si se considera que debería de existir una capacitación para el mesero, ya que existen algunas faltas al servicio provocadas por estos.
- Solución: Las soluciones a los problemas que se presentaron fueron atendidas de inmediato. Se bajó el volumen de la música, en cuanto a la capacidad de las mesas, los mismo clientes optan por juntar mesas y no hacer el problema más grande, abrir y cerrar ventanas por cuestiones de ventilación no paso a mayores, el mismo caso para la iluminación ya que solo fue cuestión de abrir cortinas y prender un par de luces. Esto nos indica que los comensales cuentan con un alto grado de tolerancia ante los problemas presentados, sin embargo no es una excusa para que dichos problemas se presenten en el servicio.
- Otras observaciones (punto extra): Otras observaciones indican que los meseros atienden con prontitud, sin embargo es indispensable que los gerentes entiendan la diferencia entre eficacia y eficiencia, para que así puedan transmitir una capacitación digna al nuevo mesero. Existe una área para fumadores sin embargo no está especificado, lo que indica la falta de señalización dentro del restaurante. En día y hora no pico, al abrir el restaurante existe un olor muy intenso a causa de varios inciensos que son encendidos para disimular el olor a establo que se puede percibir claramente. Se considera que el

uso de incienso debe ser nivelado para no causar molestias al olfato y también mantener un aroma que disimule el olor a establo.

Comúnmente se ordenan bebidas extra en la PA por lo que es evidente la falta de una barra de bebidas en la parte superior del establecimiento. Al no contar con una barra en la parte superior, genera que los meseros inviertan tiempo en ir a la única barra del restaurante para solicitar las bebidas, por lo que una barra en PA agilizaría dicha actividad, dando mayor margen de tiempo para otra área.

Al parecer las mesas no están designadas por meseros, es decir, no existe una organización o división de mesas. Se observó que los meseros algunas veces no terminan una acción, puesto que tratan de realizar distintas tareas al mismo tiempo. Al no tener una división de zonas para atender, cualquier mesero puede atender la mesa que sea ocasionando posibles confusiones en las órdenes de los comensales. Por lo que se considera que debería existir una estrategia y división por parte de los meseros con el fin de evitar confusiones, entre otros problemas.

Platicar es una actividad común entre los comensales, por lo general dichas platicas son largas y en un alto tono de voz. Se observó que esta actividad se lleva a cabo antes y después de ingerir sus alimentos. Lo que indica que la atmosfera juvenil propicia un ambiente de comunicación.

CASO MONCHIS

✓ Área de introducción

En la sección introductoria se investigó el horario que el Monchis considera como días y horas pico y viceversa, a su vez se analizó si el clima fue un factor que influyera en el tráfico de comensales, se designó el tiempo de estancia como el tiempo total que pasan los comensales desde que entran al restaurante, hasta que salen y finalmente el número de personas y géneros ayudó a identificar cuantificablemente la cantidad de personas por mesa así como el género de estas.

Tabla 4.11 Área de Introducción: Día y Hora Pico

✓ Horario de Investigación	6:00pm a las 9:27pm
✓ Clima	Despejado
✓ Tiempo de estancia	Entre los 55 min hasta 2 horas.
✓ Número de Personas y Sexo	Grupos de mujeres, hombres o mixto. No personas solas, grupos de dos a cuatro personas. Mayoría parejas con un total de 8 parejas. En total se realizó la observación con 14 hombres y 12 mujeres.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.12 Área de Introducción: Día y Hora No Pico

✓ Horario de Investigación	2:00pm a las 5:07pm
✓ Clima	Despejado / Nublado.
✓ Tiempo de estancia	Entre 35 y 57 minutos.
✓ Número de Personas y Sexo	Grupos de personas conformados por mujeres, hombres o mixto, grupos de dos a cuatro personas. Observación con 6 hombres y 7 mujeres.

Fuente: Elaboración propia.

Acorde a los datos proporcionados por el dueño del lugar se obtuvo que los días con mayor tráfico de comensales son los viernes y sábados en un horario de 5pm a 9pm mientras que los días con menor tráfico son de lunes a jueves en un horario de las 2pm hasta las 6pm.

Se observó que el clima no es un factor que influya en el tráfico de los comensales. El clima fluctuó entre despejado y nublado, sin embargo la asistencia fue notable.

De acuerdo con los datos obtenidos se puede afirmar que los comensales pasan al menos 30 minutos en el restaurante y no más de 2 horas. Esto nos indica que en fines de semana, al no tener actividades ni clases, pueden permanecer un mayor tiempo en el

restaurante mientras que entre semana el tiempo es reducido. Lo anterior indica que entre semana el restaurante debe ser veloz para poder atender la demanda tal como los comensales lo necesitan.

Es común que asistan grupos de 2 a 4 personas por mesa, sin embargo, es relevante mencionar que la mayoría asisten en parejas. Debido al reducido espacio que se tiene por mesa, no asisten grupos de mayor tamaño. El mobiliario, en especial las mesas, son demasiado pequeñas ocasionando problemas de espacio por lo que se considera necesaria una reestructuración de mobiliario.

✓ Área de Tiempos consumidos (por parte del Consumidor):

En la sección de tiempos por parte del consumidor, se midieron los tiempos que toman éstos desde que entran al restaurante, hasta que salen de este. Los tiempos considerados como objeto de estudio fueron:

- El lapso que transcurre desde que el cliente entra al restaurante hasta que llega a una mesa y se sienta.
- Tiempo en el que los clientes utilizan las facilidades sanitarias.
- Tiempo que toma a los consumidores ordenar sus bebidas y alimentos.
- Tiempo que utilizan realizando actividades al esperar su orden.
- Tiempo que tardan en consumir los alimentos.
- Tiempo en liquidar la cuenta (desde que el mesero lleva la nota y ésta es cubierta)
- Por último se midió el tiempo total de las actividades mencionadas anteriormente

Tabla 4.13 Área de Tiempos consumidos (por parte del Consumidor): Día y Hora Pico

✓ Entrada a Mesa	Entre 5 y 28 segundos. Evento principal.
✓ Baño (Él o Ella(s))	Ninguno de los comensales entró al baño durante su estancia. Evento Nulo.
✓ Ordenar	No más 2 minutos con 30 segundos en ordenar ni menos de 9 segundos. 2do evento.
✓ Fumar / celular	En pocas ocasiones se utilizaron los aparatos celulares para hacer llamadas. Evento nulo.
✓ Ingesta	Mínimo 14 minutos, máximo es de 50 min 3er evento
✓ Pagar Cuenta	Entre 17 segundos hasta 2 minutos con 30 segundos. 4to y último evento.
✓ Tiempo Total	No menos de 15 minutos ni más de 1 hora para realizar la actividad.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.14 Área de Tiempo consumidos (por parte del Consumidor): Día y Hora No Pico

✓ Entrada a Mesa	Entre 5 y 23 segundos. Evento principal.
✓ Baño (Él o Ella(s))	Sólo uno de los clientes visitó los sanitarios tardando un minuto, 5 segundos en ir y regresar. Evento Nulo.
✓ Ordenar	Entre 17 segundos y un minuto 19 segundos. 2do evento.
✓ Fumar / celular	Ninguno de los visitantes fumó ni utilizó sus aparatos celulares. Evento Nulo.
✓ Ingesta	No menos de 23 minutos y no en más de 34. 3er evento.
✓ Pagar Cuenta	Entre 26 y 54 segundos pagar la cuenta. 4to y último evento.
✓ Tiempo Total	No menos de 21 minutos ni más de 37 para realizar la actividad.

Fuente: Elaboración propia.

Los tiempos consumidos por el consumidor se demuestran a continuación en base al número de evento que corresponde a cada actividad:

- Evento #1: En cuanto a los tiempos que tardan los clientes en recibir el servicio se encontró que tardan al menos 5 segundos y no más de 30seg aproximadamente para encontrar una mesa y sentarse. Esto resulta de las limitadas dimensiones del establecimiento. En algunas ocasiones se da una cordial bienvenida a los comensales ocasionando agrado y confianza, posteriormente los clientes deciden por una mesa en especial, aunque cabe resaltar que entre semana ésta decisión es mucho más rápida que en los fines de semana.
- Evento nulo: Se considera que es un evento nulo ya que es una actividad que no se lleva a cabo regularmente en este restaurante. De todas las mesas observadas, solo 1 cliente visitó los sanitarios tardando alrededor de 1 minuto. Por medio de esto nos podemos dar cuenta de la falta de higiene por parte de los comensales y por parte del restaurante ya que los baños estuvieron en pésimas condiciones. Se considera que se debe prestar atención a este acontecimiento ya que forma parte del mobiliario y netamente del servicio perjudicando la percepción del restaurante.
- Evento #2: El tiempo que tardan los comensales en ordenar es relativamente rápido tanto en bebidas como en alimentos, se observó que en la mayoría de los casos los clientes ya sabían que ordenar, por lo que al momento de ordenar pedían tanto bebidas como alimentos. Esto da como resultado una visión del conocimiento de los comensales sobre el menú y su constante asistencia, sin embargo también nos indica la falta de variedad en el menú.
- Evento nulo: Solo está permitido fumar en la parte exterior (terraza) del restaurante, sin embargo, se considera un evento nulo ya que no hubo más 1 cliente que fumó. El mismo caso aplica para las llamadas con celulares lo que nos indica que los comensales, al ir acompañados o en grupo, tienden a platicar la mayor parte de su estancia, por lo que se puede afirmar que el ambiente del Monchis es apto para dicha actividad y se considera que debería aprovechar este concepto.

- Evento #3: El tiempo en que los comensales ingieren sus alimentos es variado ya que va desde un mínimo de 19 minutos hasta 50 minutos en promedio. Entre semana no tardan más de 30 minutos en ingerir sus alimentos mientras que en los fines de semana el plazo se extiende a casi 1 hora. Grupos grandes de clientes tardarán más tiempo en ingerir sus alimentos, habrá más plática durante la actividad y viceversa entre semana. Se puede observar que el tráfico de comensales en fines de semana se da cada 50 min aproximadamente por lo que considera un punto clave para el diseño de estándares de entrega del servicio.
 - Evento #4 y último: El tiempo en pagar la cuenta es aquel en el cual los comensales, al tener la nota final de su consumo, liquidan la cantidad especificada. Esta actividad entre semana no sobrepasa los 50 segundos mientras que en fin de semana llega hasta casi los 3 minutos. Aquí se nota la disponibilidad de tiempo con la que cuentan los comensales tanto entre semana como los fines de semana y a su vez se considera que los fines de semana esta actividad debería ser más rápida por parte del empleado.
 - El tiempo total de los consumidores refleja que entre semana, los comensales no tardan más de 37 minutos en consumir el servicio, mientras que en fines de semana tardan desde los 15 minutos hasta 1 hora. Esto rectifica la cantidad de tiempo con la que cuentan los clientes para esta actividad del día por lo que se considera que el restaurante debe estar preparado con suficiente personal para atender la demanda.
- ✓ Área de Tiempos de producción:
- En cuanto al área de tiempos por parte de los empleados, se midieron los tiempos de respuesta por parte de los empleados del restaurante, es decir, tiempos que tardan los meseros en llevar a cabo sus actividades.

Tabla 4.15 Área de Tiempos de producción: Día y Hora Pico

✓ Atención por un Mesero (MENU)	Desde 2 segundos hasta 1 minuto. Evento principal
✓ Tiempo en regresar a tomar orden	1 minuto con 30 segundos en promedio. 2do evento.
✓ Entrega de Bebidas	Menos de 2 minutos 30 segundos. 3er evento.
✓ Entrega de Alimentos	De 8 minutos hasta los 20 minutos. 4to evento.
✓ Llevar cuenta a mesa	Entre los 10 seg. y 2 minutos. 5to evento.
✓ Limpieza Posterior	En cuestión de segundos y no más de 2 minutos. 6to y último evento.
✓ Tiempo Total	Entre 17 minutos y 30 minutos.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.16 Área de Tiempos de producción : Día y Hora No Pico

✓ Atención por un Mesero (MENU)	No más de un minuto 43 segundos ni menos de 4 segundos. Evento principal
✓ Tiempo en regresar a tomar orden	Desde los 33 segundos a un minuto 47 segundos. 2do evento.
✓ Entrega de Bebidas	Entre 49 segundos y hasta tres minutos como máximo. 3er evento
✓ Entrega de Alimentos	Desde los 7 minutos, hasta los 20 min. 4to evento.
✓ Llevar cuenta a mesa	Entre los 19 seg y 1 minuto con 11 segundos. 5to evento.
✓ Limpieza Posterior	No más de 59 segundos ni menos de 18seg. 6to y último evento.
✓ Tiempo Total	Entre 11 minutos y 30 minutos.

Fuente: Elaboración propia.

Los tiempos consumidos por los meseros y cocineros se demuestran a continuación en base al número de evento que corresponde a cada actividad:

- Evento #1: En cuanto a los tiempos de los empleados en producir el servicio se obtuvo que, un mesero no tarda más de 1 minuto ni menos de 2 segundos en llegar a atender una

mesa y ofrecer menús a los clientes. Lo que resalta que los empleados están atentos a los nuevos clientes. Sin embargo se considera que debería de haber un mesero que siempre de la bienvenida y dirija a los comensales a alguna mesa que ellos mismo elijan para así, agilizar el proceso de entrada y de otorgar menús.

- Evento #2: Como evento posterior se observó que los meseros en general dan un tiempo aproximado de 1 minuto con 30 segundos para regresar a tomar la orden, sin embargo es relevante mencionar que algunos clientes, en cuanto reciben el menú están listos para ordenar tanto sus bebidas como alimentos, lo que permite reafirmar el alto grado de conocimiento sobre el menú y la constante asistencia por parte de los comensales. Se considera que debería existir una variación en el menú, para así ampliar las opciones del consumidor.
- Evento #3: Por consiguiente se encuentra la entrega de bebidas donde se observó que entre semana esta actividad tarda más tiempo que en los fines de semana. Afirmando que la rapidez de esta actividad es muy importante y el gerente o dueño del lugar está consciente de ello, sobre todo aplicándolo en los fines de semana donde el tráfico de comensales es mayor. Esto se debe a que entre semana el tráfico es menor y la libertad de los meseros y los encargados de la preparación de las bebidas no tienen tanta presión como en fines de semana, dando más tiempo a la actividad, lo cual se considera que es un error ya que el servicio debe ser eficaz tanto entre semana como en fines de semana.
- Evento #4: Después vienen los alimentos, se observó que en ambos días, la entrega de los alimentos oscila entre los 7 y 8 minutos hasta los 20 min. Es relevante mencionar que los alimentos se entregan en cuanto están listos en la cocina, es decir, no esperan a que la orden esté completa. Por lo anterior se puede afirmar que los meseros procuran mantener en constante tráfico los platillos para que no se amontonen en la cocina, sin embargo esto provoca que los clientes se impacienten cuando los platillos laboriosos tardan más tiempo en ser entregados. Se considera que en la cocina deberían de empezar cocinando aquellos platillos que duren más tiempo en ser preparados y después aquellos que son de fácil preparación, para que así, salgan de cocina recién hechos y calientes.

- Evento #5: Después de la conocida seña para pedir la cuenta, el mesero no tarda más de 2 minutos ni menos de 10 segundos en llevar la cuenta a la mesa lo que nos indica que en este evento los empleados son rápidos dando un mayor margen de tiempo para otra actividad. 5ta actividad de la lista por parte de los empleados. Gracias a la rapidez de los meseros se puede otorgar más tiempo a otra actividad que lo requiera.
 - Evento #6 y último: Limpieza de la mesa en la que el servicio fue entregado, se observó que es cuestión de segundos para realizar esta actividad entre semana y no más de 2 minutos en fines de semana. Sin embargo, se considera que esta actividad podría ser estandarizada o reducida a un mínimo con el fin de que los próximos comensales no deban esperar por una mesa limpia.
 - El tiempo total en producir el servicio por parte del restaurante oscila entre los 11 y 17 minutos hasta los 30 min sea o no hora y día pico. Aquí se puede observar la diferencia de inversión de tiempo por parte de los meseros y cocina entre semana y fines de semana.
- ✓ Área de Irregularidades: Problemas con...
- En la sección de irregularidades se buscó identificar aquellos problemas que existen en el servicio referente a las bebidas, los alimentos, el mobiliario, la cuenta y otras irregularidades. Dicha sección se relaciona con el apartado de retroalimentación ya que, el hecho de que exista una retroalimentación se da principalmente por medio de algún problema, en este caso, por medio de irregularidades en el servicio ofrecido tanto tangible como intangible.

Tabla 4.17 Área de Irregularidades: Problemas con...: Día y Hora Pico

✓ Bebidas	1 solo problema identificado en 1 sola ocasión.
✓ Alimentos	La mayoría de los platillos son entregados en cuanto están listos en cocina. El tiempo en entregar 2dos platillos presento problemas.
✓ Mobiliario	En la parte externa del lugar se torna un poco oscuro, lo que conlleva a los clientes a pedir que se prendan las luces.
✓ Cuenta	No existieron problemas con las cuentas.
✓ Otras Irregularidades	No se observaron otras irregularidades.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.18 Área de Irregularidades: Problemas con...: Día y Hora No Pico

✓ Bebidas	No se observaron problemas con las bebidas.
✓ Alimentos	Se observó que algunos platillos que son entregados en segunda instancia, tardan mucho tiempo, lo que lleva a los consumidores a impacientarse y a preguntar por sus platillos. Ante la situación, el mesero se acerca con el cocinero, pregunta el estatus del platillo y regresa con el cliente para darle un tiempo estimado de entrega.
✓ Mobiliario	El piso se encontraba resbaloso y uno de los meseros casi sufre una caída. Por otro lado, cuando se le sirvió postre a una de las mesas no les proporcionaron cubiertos limpios, lo que ocasionó que los comensales pidieran cubiertos limpios.
✓ Cuenta	No existieron problemas con las cuentas.
✓ Otras Irregularidades	No se observaron otras irregularidades.

Fuente: Elaboración propia.

Los tiempos consumidos por el empleado se demuestran a continuación en base a la actividad del servicio:

- **Bebidas:** En general no se encontraron problemas con las bebidas a excepción de 1 sola mesa en la que pidieron una marca de cerveza que comúnmente el restaurante maneja, sin embargo, en este día de investigación, el restaurante no tenía dicha marca. Esto refuerza el conocimiento que tienen los consumidores sobre la variedad que hay en el menú.
- **Alimentos:** Los platillos laboriosos toman más tiempo en ser entregados que los platillos de fácil preparación como sopas o ensalada, esto implica que los comensales que piden esos platillos que tardan más tiempo en su preparación, pregunten al mesero por la tardanza de sus alimentos ocasionando una molestia en cuanto al tiempo. Se considera que en cuanto la orden entra a la cocina, primero se deberían preparar los alimentos que toman más tiempo en su elaboración y dejar para el final aquellos de fácil elaboración así como tener en cuenta el orden de llegada de los clientes.
- **Mobiliario:** En cuanto al mobiliario no existen problemas en general, un par de descuidos que no afectaron a nadie. Sin embargo se considera que el espacio entre mesas es muy reducido, al igual que los pasillos entre otras áreas. Se considera que una reestructuración del diseño de distribución de mesas sería pertinente.
- **Cuenta:** No hubo problemas con la cuenta y tampoco se observaron otras irregularidades en el restaurante. Lo que nos indica el grado de experiencia y preparación con el que cuenta el restaurante Monchis.

✓ **Área de Retroalimentación**

Para la última sección que corresponde a retroalimentación, en conjunto con las irregularidades o problemas de la sección anterior, se evaluaron las causas por las cuales retroalimentan, así como las personas que intervinieron en dichos eventos y la solución que se le dió.

Tabla 4.19 Área de Retroalimentación: Día y Hora Pico

✓ Causa	Tiempo en entregar platillos
✓ Personas que intervinieron	1 cliente, 1 mesero (a) y el cocinero.
✓ Solución	Algunas veces sólo comentaron que ya estaba por salir. En otras ocasiones los meseros se acercaban a la cocina para ver las órdenes y regresaban a la mesa para dar un aproximado de tiempo.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.20 Área de Retroalimentación: Día y Hora No Pico

✓ Causa	Tiempos de entrega de segundo platillo.
✓ Personas que intervinieron	Uno de los clientes en la mesa, un mesero y el cocinero.
✓ Solución	-Los meseros acudían al cocinero para saber el estatus de la orden y regresaba para informarle al cliente un estimado de entrega. -Cuando se solicitaron cubiertos limpios, el mesero rápidamente regresó con cubiertos.

Fuente: Elaboración propia.

Las cuestiones de retroalimentación se demuestran a continuación en base a los conceptos de causa, intervención y solución:

- **Causa:** La causa principal por la que los clientes retroalimentan es el tiempo en que tardan los platillos en ser entregados. Confirmando las fluctuaciones que existen en el orden de preparación de los platillos donde primero se preparan aquellos platillos que son de fácil preparación, y después aquellos que llevan más tiempo, lo cual debería ser de forma contraria.

- **Personas que intervienen:** Las personas que intervienen en este problema son 1 mesero (a), 1 cliente y algunas veces el cocinero. No hay necesidad de acudir al gerente o al dueño del restaurante ya que los meseros actúan con cortesía y prontitud. Es muy importante que los meseros sepan cómo manejar las inconformidades de los consumidores, por lo que se observa que en Monchis, los meseros están adecuadamente preparados para dichas situaciones.
- **Solución:** La solución es comúnmente un comentario, incluso una disculpa, para que después el mesero se acerque a la cocina a ver el estatus del platillo y en ocasiones regresar a la mesa a dar un tiempo estimado del platillo. Se considera que ante esta problemática del tiempo de entrega de los platillos, se comente al comensal que el platillo que ha solicitado tomará más tiempo del esperado con el fin de advertir y preparar al cliente.
- **Otras observaciones:** En cuanto a otras observaciones se notó que las protecciones plásticas externas solo son puestas cuando el clima se torna nublado y con posibilidades de lluvia. Dichas protecciones funcionan como ventanas que cubren viento y lluvia dando una protección extra a los consumidores que en especial se encuentran en el área externa del restaurante (terraza).

4.2.2 Identificación de él o los métodos de retroalimentación que utilizan los restaurantes a analizar

El objetivo de este apartado es identificar el o los métodos de retroalimentación que utilizan los restaurantes a analizar. Este apartado de investigación se llevó a cabo por medio de dos entrevistas exhaustivas que se realizaron a los encargados de estos negocios. Para términos descriptivos de los resultados el cuadro resumen ha sido dividido en 4 áreas que a continuación se presentan:

Caso Búrbula y Monchis

✓ Área de características del entrevistado:

El día martes 23 de septiembre se realizaron entrevistas de profundidad a los restaurantes: El Monchis y La Búrbula. Siendo los entrevistados los encargados directos de cada uno. En el caso del Monchis nos encontramos con la persona que está al pendiente fungiendo como gerente del local, que es uno de los socios del lugar. Por otro lado, en La Búrbula entrevistamos al gerente del establecimiento. Ambos de nacionalidad mexicana y con experiencia previa en el manejo de restaurantes.

Tabla 4.21 Área de características del entrevistado:

✓ Ventajas / Desventajas del puesto	-Ambiente amigable y negocio que da frutos. -Cansado, hay mucho trabajo y horarios cargados.
✓ Razón por la que entran a trabajar en el ambiente restaurantero.	Experimentar en el ambiente y lograr incursionar con un negocio propio.

Fuente: Elaboración propia.

Los dos entrevistados coinciden en que la razón por la que entran a trabajar en el ambiente restaurantero, es por la idea de experimentar en el ambiente y de lograr incursionar en un negocio propio. El de El Monchis, a diferencia del de La Búrbula, lo ha logrado con éste restaurante. Como desventajas del puesto, ambos mencionan que resulta exhausto el trabajo ya que los horarios son también por la noche. Los establecimientos abren después de medio día y cierran hasta que se va el último cliente; por lo que resulta cansado para ambas partes el estar pendiente del lugar todo el tiempo. Es clara la experiencia que reflejan, dando un plus al puesto y al restaurante lo que es de gran utilidad ya que no solo desenvuelven sus conocimientos y habilidades al restaurante, también se forman como personas.

✓ Área de producción del servicio:

Para el área de producción del servicio fue evaluada la percepción que tenían los entrevistados en cuanto a la producción del servicio, intervención tanto de los meseros como la de ellos en el proceso de la entrega del servicio.

Tabla 4.22 Área de producción del servicio:

✓ Proceso de entrega del servicio.	-Inicio se da una bienvenida. -Clientes piden por mesas en particular -Posteriormente se les acercan los meseros -Entregan los menús -Ordenan las bebidas.
✓ Proceso de servicio una vez que los clientes ya están sentados.	Se entregan sus bebidas y se toma la orden de sus alimentos.
✓ Actividades del cliente mientras esperan su orden.	-Plática -Fumar
✓ Asignación de mesas a cierto mesero	-Todos los meseros atienden todas las mesas. -No hay división de zonas por empleado.
✓ Intervención de los entrevistados durante la entrega del servicio.	-Intervienen cuando en alguna de las mesas hay algún problema. -Se acercan a las mesas para conocer si quedaron satisfechos y lograr alguna retroalimentación por parte del cliente.

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se muestra la producción del servicio en base a procesos:

- Proceso de entrega del servicio: En Monchis como en La Búrbula, la producción del servicio consiste en dar una bienvenida de inicio. Esto con el fin de lograr que los clientes se sientan atendidos y en confianza desde el principio. Mencionaron que normalmente los clientes llegan a pedir mesas en particular o en una zona en específico; en caso de que existiera la posibilidad se les ofrece el lugar de su preferencia; y cuando no es posible, se les ofrecen diferentes opciones. Se considera que en dichas áreas de

preferencia la atención de los meseros debe ser impecable ya que del no ser así podría afectar gradualmente la percepción de los comensales. Posteriormente, se les acercan los meseros para entregarles los menús, y si se encuentran listos, les toman la orden de las bebidas. Mientras los clientes se acomodan y observan el menú, los meseros solicitan las bebidas ordenadas y posteriormente son llevadas a las mesas correspondientes.

- Proceso de servicio una vez que los comensales están sentados: El proceso de servicio consiste en entregar las bebidas y tomar el pedido de los alimentos.
- Actividades de los clientes mientras esperan su orden: Es común que los clientes platicuen entre sí y fumen. Esto como parte normal de una convivencia al salir a in restaurante. Este tipo de actividades que realizan los clientes mientras esperan su orden, llegan a variar dependiendo de cada persona; ya sea prendiendo un cigarro, platicando o esperando a otros amigos.
- Asignación de mesas a cierto mesero: La atención de mesas por empleados no se encuentra definida en ninguno de los dos establecimientos. No existe división de zonas por lo que todas las mesas son atendidas por los meseros en turno, lo que no reitera la falta de un diseño de división de zonas por ser atendidas ya que sin este, las probabilidades de que existan confusiones entre órdenes son mayores. En alguno de los casos, los clientes solicitan cambio de mesero o que sean atendidos por alguno en particular; por lo que como resultado, se asigna un solo mesero a esa mesa. Ambos lugares han llegado a experimentar que cuando se trata de atender mesas de mujeres y son atendidas por meseras, puede haber fricciones entre el cliente/empledo. Por lo que, normalmente los entrevistados deciden asignar a otro mesero o llegan a atender ellos mismos las mesas. Esto refuerza el conocimiento de los gerentes hacia los comensales en relación con la atención de los meseros.
- Intervención de los entrevistados durante el servicio: La intervención de los entrevistados durante la producción del servicio es evidente, cuando en alguna de las mesas se experimenta algún problema en particular. Algunas veces llegan a dar la

recepción de clientes y/o entregan bebidas o alimentos cuando el lugar se encuentra muy lleno. Además, se acercan a las mesas para conocer si quedaron satisfechos y lograr alguna retroalimentación por parte del cliente. Se considera que este acercamiento debería darse con una alta frecuencia a medida que se obtenga una retroalimentación que refuerce el servicio.

✓ Problemas:

En la sección de problemas se buscó identificar aquellas irregularidades o defectos que se encuentran en los restaurantes desde el punto de vista de los entrevistados.

Tabla 4.23 Área de problemas:

✓ Problemas con clientes	Clientes pueden llegar a ser groseros
✓ Problemas sin resolver por parte de los entrevistados.	Caso similar: los clientes se molesta por los alimentos y optan por abandonar el lugar.

Fuente: Elaboración propia.

Ambos lugares han tenido malas experiencias con sus clientes. Alguna de las veces han asistido clientes que llegan a ser groseros con los empleados. Para solucionar este tipo de problemas con los clientes, los entrevistados mencionan que directamente acuden a las mesas para pedir tolerancia o alguna disculpa por el servicio; otras veces, se llega a asignar un solo mesero experimentado a este tipo de clientes problemáticos. Se considera que ante este tipo de situaciones, el respeto y la prudencia tanto en los meseros como en el gerente debe estar presente en todo momento, a su vez considerar recompensas adecuadas y aptas dependiendo del grado problemático de la situación ya que tiene un menor costo retener al cliente que conseguir nuevos comensales. Monchis y La Búrbula han tenido experiencias similares en las que los clientes se desesperan por sus alimentos y optan por abandonar el lugar, donde antes de irse, se quejan varias veces de manera altanera hasta que se retiran. Indican que en éste tipo de casos consideran que pueden llegar a ser uno de los problemas que se quedan sin resolver por parte de los entrevistados. Para ellos se considera que los

gerentes deben desarrollar habilidades que les permitan la retención del consumidor a toda costa.

✓ Área de Retroalimentación:

En el último apartado de retroalimentación se buscó identificar los problemas que existen, así como las razones por las cuales los clientes no retroalimentan. También se buscaron las faltas en el servicio así como el distintivo de cada restaurante entre otras variables.

Tabla 4.24 Área de Retroalimentación:

✓ Problemas de retroalimentación.	No hay problemas en retroalimentación.
✓ Proceso de retroalimentación.	Acercarse con los clientes a preguntarles acerca del servicio y si están satisfechos.
✓ Razón por la que los clientes no llegan a retroalimentar.	Los clientes no retroalimentan pues ya conocen el servicio y los alimentos que van a consumir y no tienen nada que aportar.
✓ Eventos excepcionales que resultan en retroalimentación.	Deciden acercarse a expresar su satisfacción del lugar, el servicio y los alimentos.
✓ Retroalimentación interna	Corrigen los errores en su momento, si así lo permite. Si no, al final les indican sus errores y les expresan cómo deberían de realizar sus actividades.
✓ Bonificación a los clientes	-Ofrecen a los clientes cortesías -Descuentos en la cuenta -Una disculpa
✓ Quejas comunes de los clientes	El tiempo en la entrega de los alimentos
✓ Faltas en el servicio	En algunas ocasiones los meseros.
✓ Distintivo del restaurante	Servicio (M) y ambiente (B).
✓ Satisfacción del cliente	-El Monchis considera que no siempre pueden salir los clientes satisfechos -La Búrbula menciona que debido al tiempo que tienen en el mercado, los clientes que asisten ya son regulares y que es fácil saber si salieron satisfechos porque se les conoce.

Fuente: Elaboración propia.

Las cuestiones de retroalimentación se demuestran a continuación en base a ciertos aspectos envueltos en la retroalimentación:

- Problemas de retroalimentación: Ninguno de los dos restaurantes tiene problemas en el área de retroalimentación. Expresan que no consideran un problema cuando el cliente desea retroalimentar. Al contrario, manifiestan que se agradecen los comentarios y sugerencias para mejorar el servicio.
- Proceso de retroalimentación: En el proceso de retroalimentación es común que los entrevistados se acerquen a los clientes para preguntarles acerca del servicio y su satisfacción. Otra forma de opinar es cuando los clientes les comunican a los meseros sus comentarios y sugerencias y ellos acuden a los responsables para informarles de éstos datos. A pesar de lo anterior, se considera que existe una falta de profundidad en cuanto a la retroalimentación que los gerentes llevan a cabo, por lo que se debería buscar puntos clave en los comentarios de los comensales que ayuden a reforzar ciertas características del servicio.
- Razón por la que los clientes no retroalimentan: Las dos personas entrevistadas coinciden en que la razón por la que los clientes no retroalimentan es porque ya conocen el servicio y los alimentos, el ambiente y el lugar; por lo que no cuentan con ningún comentario o sugerencia a lo que ya conocen. No tienen nada que aportar, al menos que el servicio sufra un cambio que no les convenza. Los eventos inusitados que resultan en retroalimentación se dan cuando los clientes están por irse, se acercan a ellos y los felicitan por los alimentos, el lugar, el ambiente, el servicio. Expresan su satisfacción sin ser solicitada, ni esperada en algunos de los casos.
- Retroalimentación interna: Cuando los meseros llegan a cometer un error, estos son informados de dicho error en su momento, si el cupo del lugar lo permite; o se llega a realizar la retroalimentación interna al final de los turnos o cuando el tiempo lo permite. Esto con el fin de llegar a corregir errores en el servicio o la forma de llevar a cabo sus actividades. Esta retroalimentación interna se considera pertinente ya que el mesero

llega a entender la causa del problema y posteriormente aprende a llevar una producción adecuada de sus actividades.

- **Bonificación a los clientes:** En algunas ocasiones, los clientes no se encuentran satisfechos con el servicio recibido y se molestan; cuando se da esta situación los responsables optan por otorgarles cierto tipo de bonificación, ésta puede ser una cortesía en alimentos o bebidas o una disculpa sincera para remediar la situación. El punto de las cortesías se considera indispensable ante toda situación problemática ya que es la técnica de recuperación de consumidores más efectiva que existe, el cliente siempre espera una bonificación, regalo o cortesía para remediar un imprevisto negativo que haya tenido con el servicio.
- **Quejas comunes de los clientes:** Ambos han recibido como queja común de los clientes el tiempo en la entrega de los alimentos. Esto llega a fallar, comúnmente cuando los establecimientos cuentan con la capacidad de mobiliario al tope; o, llegan a pedir todos al mismo tiempo, platillos que se llegan a tardar más tiempo que otros.
- **Faltas en el servicio:** En algunas ocasiones, los meseros se encuentran en la situación de que el establecimiento se encuentra a su máxima capacidad y no llegan a entregar su servicio a tiempo; lo que se toma como una falta en el servicio para los clientes. Por lo que se considera oportuno tener un calendario donde se pueda identificar previamente cuando el tráfico de comensales será excesivo con el fin de estar preparados tanto en cuestiones de mobiliario, como personal capacitado para llevar a cabo la producción del servicio.
- **Distintivo del restaurante:** Monchis considera único el restaurant por el servicio que otorga; mientras que La Búrbula, cree que su distinción se encuentra en el ambiente. Ambos coinciden con que lo más importante es el trato a los clientes, parte fundamental del distintivo del restaurante.

- Satisfacción del cliente: Se les indagó acerca de la percepción de la satisfacción del cliente dando como resultado que La Búrbula menciona que debido al tiempo que tienen en el mercado, los clientes que asisten ya son regulares y que es fácil saber si salieron satisfechos porque se les conoce. Por otro lado, Monchis considera que no siempre pueden salir los clientes satisfechos, aunque es lo que se espera. Están conscientes de que siempre puede llegar a suceder alguna situación que atente contra su satisfacción. Ambos cuentan con clientela que forman parte de su círculo de amigos.

4.2.3 Percepción que tienen los consumidores del servicio que entregan los restaurantes a analizar.

El objetivo es indagar en las percepciones, actitudes y reacciones que tienen los consumidores sobre el servicio que se da en los Restaurantes Búrbula y Monchis, así como los que se encuentran en Camino Real. Este apartado se llevo en cuestiones de investigación por medio de la técnica de grupos focales. Primero se presenta el área de percepciones, actitudes y reacciones en cuanto a la Búrbula y Monchis, posteriormente se presenta el área de cuestiones y restaurantes en términos generales.

CASO BÚRBULA

Tabla 4.25 Percepciones, actitudes y reacciones de los comensales.

✓ Que les parece la Búrbula	-La comida es muy buena -El ambiente -La decoración -La música -Muy bonito el lugar
✓ En cuanto al servicio:	-El servicio es lento -Se les olvidan las órdenes -Muchas mesas para pocos meseros -Falta personal
✓ Cuando digo Búrbula que piensan	-Pasta -Pizza -Mariposa
✓ Ambiente	-Tranquilo -Juvenil/Estudiantil -Relax/Relajado
✓ Lo que más gusta	-Comida -Precios
✓ Lo que más disgusta / Problemas	-Olor -Atención -Servicio -Se llena mucho -Iluminación -Moscas
✓ Lo primero que buscan al entrar	-Mesa Disponibilidad

✓ Lo que influye en la decisión para escoger una mesa	-Estar a la vista de los meseros -Se busca rapidez
✓ Proceso desde entrar a salir	1.- Entrar 2.- Buscar mesa 3.- Pido 4.- Espero al mesero que traiga todo 5.- Comes 6.- Te quedas un rato 7.- Pides la cuenta 8.- Te vas
✓ Platos comunes	-Pizza -Pasta -Ensaladas
✓ Característica Servicios/Alimentos	Cantidad / Abundantes
✓ Cerrar por razón desconocida	Insalubre / Poco Higiénico
✓ La Búrbula es una opción	-Cercanía -Precios -Comida
✓ Que esperar de los meseros	-Rapidez -Amabilidad
✓ Experiencia desagradable / Quejas	-Tiempo de espera por los platos -Ausencia de los meseros
✓ Característica sobresaliente del servicio	Amabilidad
✓ Sugerencia	-Organización de las mesas -Más meseros -Mejorar el servicio -Asignar zonas a meseros

Fuente: Elaboración propia.

La Búrbula está considerada con un lugar muy bonito donde lo relevante es que la comida es muy buena, así como el ambiente, la música y la decoración, todas las opiniones y percepciones de los consumidores giran en torno a estas características mencionadas. Sin embargo, por el lado del servicio se identificó que cuenta con un servicio lento donde comúnmente los meseros olvidan las órdenes de los consumidores, también se considera que hay muchas mesas para tan pocos meseros que forman parte del personal. Lo que refuerza la falta de atención por parte de los meseros así como la lentitud que existe en la cocina.

Ante la palabra Búrbula las respuestas más conocidas son pastas, pizza y una mariposa. En cuanto al ambiente se considera que es de carácter tranquilo, juvenil, estudiantil y relajado, esto debido a la decoración y el estilo por el cual se caracteriza el restaurante. Sin embargo, aunque el lugar tenga un estilo y decoración que sea llamativo, lo que más gusta es la comida y los precios. Por lo que se considera que no hay margen de error para descuidar tanto los alimentos como los precios.

Lo que más disgusta del restaurante Búrbula es el servicio que es considerado como muy lento, también se identifica un olor extraño parecido al de un establo lo que lleva a tener moscas en el lugar; a su vez la atención de los meseros es un motivo de disgusto así como el hecho de que el restaurante se llene mucho. Algunas veces la escasa iluminación

puede llegar a ser un problema latente en los consumidores. Dichos problemas ya fueron registrados anteriormente lo que refuerza los principales problemas que el restaurante Búrbula tiene.

Buscar una mesa y disponibilidad son las principales actividades que realizan los consumidores, siendo puntos clave en la recepción de comensales. Los principales motivos que influyen en los comensales para escoger una mesa es estar a la vista de los meseros y la búsqueda de rapidez. El proceso común de los comensales desde que entran a la Búrbula hasta que salen consta de 8 pasos como se puede observar en el cuadro resumen anteriormente plasmado. Se considera que dichos pasos deben ser identificados por los gerentes del restaurante con el fin de tener una conciencia de lo que están haciendo sus clientes en todo momento.

La Búrbula se conoce principalmente por 3 platillos que son los más solicitados, los cuales son la pizza, las pastas y las ensaladas. Se puede analizar que a lo largo del tiempo del restaurante, se ha posicionado como un restaurante que ofrece platillos “Italianos”. También es importante mencionar que una de las características de los platillos es que son servidos con abundante comida, lo cual es una característica que resalta en la percepción de los comensales.

Los consumidores consideran que si la Búrbula cerrara por cuestiones desconocidas sería debido a un problema higiénico, esto refuerza algunos de los problemas principales que se identificaron anteriormente. Sin embargo este restaurante es una opción ya que está bastante cerca a la Universidad de las Américas Puebla, así como los precios y la buena comida que es servida. Se considera que esa percepción de poca higiene debe ser atacada a la brevedad posible ya que una percepción así puede afectar gradualmente el restaurante.

Los comensales esperan ser atendidos con amabilidad y sobre todo con rapidez. Se considera que estas variables son universales en el tema de los servicios sea cual sea el precio que estén pagando, sin embargo, la característica relevante del servicio de la Búrbula es la amabilidad con que los comensales son atendidos. Algunas de las quejas que se han presentado en este restaurante son debido al tiempo de espera por los platillos y la ausencia de los meseros. La problemática del tiempo de cocina es latente, por lo que se considera

que debería de llevarse a cabo una ampliación de la cocina o contratar personal capacitado que pueda ser partícipe de las actividades dentro de la cocina con el fin de agilizar la producción de alimentos.

Como sugerencias principales por parte de los consumidores son la organización de las mesas en cuanto ubicación física, consideran ampliamente la contratación de más meseros y la asignación de zonas atendidas por los meseros, esto con el fin de tener una mejora en el servicio.

CASO MONCHIS

Tabla 4.26 Percepciones, actitudes y reacciones de los comensales

✓ Que les parece el Monchis	-La comida es buena -El ambiente -Relajado
✓ En cuanto al servicio	-Servicio lento -Espacio reducido, muchas mesas para pocos meseros.
✓ Cuando digo Monchis, que piensan	Carnes
✓ Ambiente	-Relajado -Vas mas a tomar que a comer
✓ Lo que más gusta	-La comida - Amabilidad -Que estas al aire libre/sientes más libertad
✓ Lo que más disgusta / Problemas	-Servicio es lento - Espacio reducido -Amontonamiento / se llena mucho
✓ Lo primero que buscan al entrar	-Mesa -Disponibilidad
✓ Lo que influye en la decisión para escoger una mesa	-Si hay mesa en el Balcón/Fumar/Clima
✓ Proceso desde entrar a salir	-El mismo de la Búrbula pero más lento. -En Monchis debido a la variedad del Menú, tardas menos tiempo en escoger.
✓ Platos comunes	-Sopa -Parrillada -Arrachera
✓ Característica Servicios/Alimentos	-Amabilidad
✓ Cerrar por razón desconocida	-Por remodelación
✓ El Monchis es una opción	-Comida -Cercanía
✓ Que esperar de los meseros	- Rapidez -Amabilidad
✓ Experiencia desagradable / Quejas	Cobran más en la cuenta
✓ Característica sobresaliente del servicio	Amabilidad
✓ Sugerencia	-Más espacio -Asignar zonas a meseros -Retirar los perros que hay afuera

Fuente: Elaboración propia.

El Monchis, al igual que la Búrbula se destaca por el sabor de la comida en un ambiente relajado, sin embargo el servicio también se considera que es lento, incluso, más lento que en la Búrbula, también se considera que el espacio es muy reducido y que hay muchas mesas para tan pocos meseros. Esto reitera la falta de una reestructuración de mobiliario y un diseño simple de elaboración de platillos dentro de la cocina en base a su nivel de dificultad.

La palabra Monchis lleva a pensar a los consumidores en carnes, éste restaurante en términos de alimentos, es distinto a la Búrbula. Se considera apropiado aprovechar la percepción que tienen los consumidores del restaurante con el fin de atraer mercado en cuanto al concepto de “carne”. El ambiente está considerado bajo un término relajado donde se piensa que vas más a tomar alguna bebida que a comer, por lo que se recomienda que debería de existir una zona para aquellos que solo van a ingerir bebidas y otra para aquellos que asisten para comer.

Se reafirma que la comida es lo que más gusta a los comensales, sin embargo también se aprecia que “estás” al aire libre cuando te sientas en la terraza lo que lleva a sentir libertad durante el servicio y estancia, así como la amabilidad con la que los meseros atienden. Sin embargo lo que más disgusta es que el servicio es demasiado lento, así como el amontonamiento de los comensales lo que lleva a tener poca disponibilidad de mesas en conjunto con el espacio reducido con el que cuenta el restaurante. Esto reafirma la necesidad de reestructurar las mesas y como un punto a favor, aprovechar el concepto de “terrace” ya que dentro de esta se genera un ambiente favorable para el consumidor.

Buscar mesa y disponibilidad son las principales actividades que realiza un comensal al llegar a este restaurante y lo que más influye en su decisión para elegir una mesa es la disponibilidad que existe en la terraza, área considerada como exterior. Esto refuerza el punto de aprovechar el concepto que en vista de los resultados es de gran interés para los comensales.

Se afirma que el proceso desde que entran al restaurante, hasta que salen, es el mismo que se lleva a cabo en la Búrbula, sin embargo se considera que será más lento el proceso en general debido al servicio de cocina, lo cual se considera un punto importante.

Los platillos comúnmente solicitados son la sopa azteca, la parrillada y arrachera. A su vez los platillos de fácil preparación son las sopas y las ensaladas, mientras que los cortes son los más elaborados tomando más tiempo en la preparación.

Cerrar por cuestiones desconocidas el Monchis llevaría a los comensales a pensar que se debe a una remodelación. Este restaurante se toma como una opción ante la cercanía que tiene a la Universidad de las Américas Puebla y la comida que sirven. Los clientes esperan ser atendidos con rapidez y amabilidad al igual que en la Búrbula. Éstas son características que los meseros deben cumplir en todo momento, y aunque el servicio de concina es lento, se considera que los meseros deben estar capacitados para cualquier imprevisto.

La única razón encontrada por la que se han quejado fue el hecho de que en la cuenta se cobra de más, sin embargo la amabilidad como característica principal del restaurante conlleva a los consumidores a ser un poco más tolerantes ante las fallas.

Como sugerencia al restaurante se piensa que debería tener más espacio, así como retirar los perros que en ocasiones vagan muy cerca al restaurante y por último la asignación de zonas a cada mesero que trabaje en este lugar, ya que, al igual que la Búrbula los meseros tienen la libertad de atender todas las mesas. Como podemos observar, el Monchis comparte con la Búrbula características muy similares en cuanto a problemas y puntos positivos por lo que se puede ver la similitud de conceptos y eventos que suceden en la producción del servicio.

CASO RESTAURANTE EN GENERAL

Este apartado se enfoca a la percepción general de los consumidores al estar en cualquier restaurante de su elección.

Tabla 4.27 Conceptos generales en restaurantes de Camino Real.

✓ Lo primero que buscan al sentarse en una mesa	-Buscan atención -Limpieza -Al mesero
✓ Como elijen lo que comerán	-Antojo -Depende de la variedad
✓ Lo que más llama la atención de un menú	-Diseño -Que los platillos tengan una descripción -Que un mesero haya probado el platillo
✓ Actividad principal mientras esperan por su orden	Platicar
✓ Cuando la orden está tardando	Preguntar al mesero por la orden
✓ Cuando el tiempo de espera es demasiado	-Se busca al gerente - Me retiro
✓ Ingredientes especiales	Lo regreso -Me paro, me voy y no regreso ***Si es un pelo, el restaurante tiene una oportunidad más. ***En animales: Pierde al cliente y existe el peligro de mala publicidad de boca en boca.
✓ Reacción del mero ante una situación de ingredientes especiales	-Primero una disculpa - Que retiren el platillo - Que te ofrezcan una recompensa
✓ Percepción	Se pierde la confianza
✓ Recompensa deseada ante una situación desagradable	-Que la cuenta vaya por la casa(No cobren) -Bebidas gratis -Otro platillo
✓ Lo que motiva a quejarse	-El hambre que traes -Tiempo
✓ Lo que no motiva a quejarse	-Tiempo -La facilidad para adaptarse
✓ Diferencia de quejarse en un restaurante de la Juárez a 14 ote.	-En la Juárez se espera algo más personalizado -El precio amerita un mejor servicio -En la Búrbula y el Monchis es un ambiente más relajado, estudiantil.

Fuente: Elaboración propia.

En términos sencillos, lo que primero buscan los clientes al sentarse en una mesa es la atención de un mesero y la limpieza del lugar. Lo que se considera primordial en todo restaurante ya que si ni siquiera cuenta con estos sencillos elementos, es muy fácil para el cliente decidir qué es lo que más le conviene.

Por consiguiente, el antojo y la variedad con la que cuente el restaurante son los elementos que influyen para elegir sus alimentos. Dentro de la elección de alimentos se encuentra el menú donde lo que más llama la atención es el diseño, así como la descripción

de los alimentos y la necesidad de que un mesero tenga conocimiento del sabor y experiencia personal de cada platillo en caso de que se le pregunte por alguna sugerencia. Esto reitera la capacitación necesaria y pertinente de los meseros antes de fungir como tales.

Platicar es la actividad a la recurren los comensales mientras esperan por su orden, sin embargo se considera que esta acción sucede desde que el cliente entra al restaurante, hasta que sale. Aunque existe una distracción por parte de los comensales, se considera que no es suficiente para “ocultar” aquellos problemas que surgen durante la producción de un servicio.

Cuando un comensal considera que su orden está tardando, es común que amablemente se le pregunte al mesero sobre el estatus de la orden, por otro lado, cuando el tiempo de espera es demasiado, todo indica que hay dos opciones por parte de los comensales, una es buscar al gerente y la otra simplemente, retirarse por lo que se confirma la necesidad de estrategias de recuperación de clientes.

En el caso de que un restaurante descuide la higiene en los alimentos, es decir, si en algún platillo recién servido aparece algún animal, cabello u otro elemento desagradable, la respuesta inmediata es que el platillo sea regresado, para la mayoría de los clientes esto es inaceptable por lo que solo se levantaría de la mesa, se marcharían y no regresarían. Para evitar un situación como la anterior, el restaurante debe extremar precauciones higiénicas y sobre todo tener una estrategia de recuperación.

Cabe destacar que si la falla en higiene es por ejemplo un cabello, los comensales no lo tomarían como un evento grave y en la mayoría de los casos no afectaría su asistencia al restaurante, en cambio, si se trata de algún animalito, el restaurante pierde al cliente automáticamente y corre peligro de publicidad negativa, en especial la que más afecta, boca en boca. Lo que esperan los consumidores es una disculpa por parte del mesero, seguida de un pronto retiro del platillo y posteriormente que se ofrezca una recompensa, puesto que si no se realizan estas acciones, la percepción del consumidor hacia el restaurante se ve afectada. Como recompensa se espera que la cuenta vaya por la casa, es decir, que no cobren los alimentos que fueron consumidos, en otras ocasiones, que las bebidas sean gratis

así como otro platillo lo que reitera la necesidad de una estrategia de recuperación ante los posibles eventos de desagrado.

Lo que motiva a los comensales a quejarse depende tanto del tiempo con el que cuentan para llevar a cabo esta acción del día, como del hambre que tengan en esos momentos, teniendo en cuenta que la mayoría de las veces, quejarse consume tiempo, lo cual es una de las razones por la cual los comensales deciden no retroalimentar, aunque en otras ocasiones se debe a la facilidad de adaptación.

Por último se piensa que al quejarse en un restaurante de exclusiva categoría posiblemente localizado en la avenida Juárez de la ciudad de Puebla, se espera algo más personalizado ya que el precio que se está pagando amerita un mejor servicio, a diferencia de la Búrbula y el Monchis donde el ambiente es más relajado y estudiantil. Sin embargo se considera que no debería de existir una diferencia de trato solo por el ambiente y precio que se está pagando, es decir, un servicio debe ser tan satisfactorio en un restaurante de alto renombre como uno que se encuentre en Camino Real.

4.3 Conclusiones de Investigación Cualitativa

Mediante los resultados obtenidos a través el método de observación directa con el fin de identificar las deficiencias que existen en la entrega del servicio que proporcionan los restaurantes Búrbula y Monchis, se encontró que el tiempo aproximado que invierten los comensales en ambos lugares oscila entre los 30 minutos hasta las 2 horas. Se observó que en los días y horas pico es común que el tráfico de comensales sea masculino y al contrario en el caso de los días y hora no pico.

En cuanto a los tiempos por parte de los consumidores se puede afirmar que hay 2 tipos de comensales, los que llegan con prisa y se van con prisa ocupando un tiempo muy limitado para esta actividad, y los que llegan a pasar un buen rato, en general, el tiempo de las actividades por parte de los clientes es rápido, sobre todo entre semana debido a las actividades de los estudiantes, sin embargo, cabe resaltar que la asistencia de grupos

grandes y concentrados en una sola mesa, tomará más tiempo para consumir el servicio, en todos los aspectos.

Aunque no es objetivo de esta investigación, se encontró la falta del uso sanitario en ambos lugares, es decir, los estudiantes no utilizan los baños en ningún momento, lo que es un punto importante a considerar.

El tiempo ocupado por los empleados en dar el servicio es común que sea más rápido que el tiempo por parte de los clientes, es decir, tardan menos tiempo los empleados en dar el servicio, que el consumidor en recibirlo. Sin embargo, en el caso de tener una mesa con muchos clientes, el tiempo será invertido, es decir, tardará más tiempo el restaurante en llevar a cabo el servicio.

Se considera que algunas de las actividades que llevan a cabo los empleados, podrían ser modificadas con el tiempo, con el fin de que se tenga un mayor o menor tiempo en alguna de las actividades que involucra el servicio.

No es común que existan problemas con las bebidas que ordenan los consumidores, ya que es una tarea sencilla, sin embargo puede pasar que en grupos grandes, el mesero se confunda en cuanto a la exactitud de la orden de bebidas.

La estrategia de la Búrbula es natural, entregar los platillos hasta que toda la orden de una mesa este completa, aunque no se encontraron problemas con los alimentos en sí, se observó que la estrategia del Monchis es entregar los platillos en cuanto estén listos en cocina, lo que conlleva a alterar el tiempo de percepción por parte de los consumidores en cuanto a la entrega de platillos.

La decoración es un punto importante para estos restaurantes por lo cual es un elemento que no puede fallar, sin embargo, respecto al mobiliario de la Búrbula se encontraron algunas irregularidades en cuanto a la capacidad de las mesas ya que no están diseñadas ni para atender grupos grandes de clientes, ni para juntar las mesas, ya que la estructura redonda de las mesas no es favorable para la actividad. En cuanto al Monchis, aunque la estructura cuadrada de las mesas permita juntarlas sin ningún problema para poder atender a grupos grandes, se observó que las dimensiones de los platos y parrilla

entre otros elementos, son tan grandes, que con pocos de estos elementos la mesa está llena y comienzan los problemas de capacidad. La iluminación en ambos restaurantes es un punto a considerar ya que se encontró zonas demasiado oscuras que en ciertos casos llevo a los comensales a solicitar iluminación. Aunque ambos restaurantes tienen experiencia en la entrega del servicio, existen algunos puntos en los que están fallando y por lo que la gente retroalimenta, por parte de la Búrbula se identificó problemas con el volumen de la música, la capacidad del mobiliario, la iluminación y confusión de los meseros en las órdenes de los comensales. Por parte del Monchis solo se identifico que existe un problema con el tiempo en entregar platillos. En la mayoría de los casos sólo involucra un mesero y un cliente, no existe la necesidad de involucrar al gerente ya que los meseros tienen capacidad de decisión y actúan con rapidez y precisión.

En cuanto al método de entrevistas exhaustivas que se llevaron a cabo con el fin de identificar él o los métodos de retroalimentación que utilizan los restaurantes en cuestión, se encontraron ciertos puntos de interés desde el punto de vista de los encargados. Ambos coinciden en dar la bienvenida a la llegada de los comensales, mientras las actividades comunes de los clientes cuando esperan por su orden son, platicar y fumar. Todos los meseros atienden todas las mesas, es decir, no hay una división de zonas por empleado. Los entrevistados solo se involucran ante una situación en la que el problema es mayor y los meseros no pueden resolverlo. Ambos indican que los clientes pueden llegar a ser groseros y sucede que los clientes ante una situación alarmante, solo optan por irse. Indican que no existen problemas con la retroalimentación sin embargo ambos coinciden en acercarse al consumidor para preguntar por el servicio y los alimentos. Consideran que los clientes no retroalimentan pues ya conocen el servicio así como los alimentos que consumirán y no tienen nada que aportar sin embargo existen casos en los que el cliente se acerca al encargado para expresar su satisfacción.

Respecto a la retroalimentación interna, los encargados corrigen los errores en su momento, si así lo permite. Si no, al final les indican sus errores a los meseros y les expresan cómo deberían de realizar sus actividades. Los entrevistados coincidieron que ante una situación problemática, lo primero es ofrecer una disculpa, y como bonificación podría darse una descuento en la cuenta u ofrecer cortesías. También afirmaron que el tiempo en la

entrega de los alimentos es la causa principal por la que los clientes tienden a quejarse. Por medio del método de grupos focales se pudo capturar la percepción que tienen los consumidores del servicio que entrega Búrbula y Monchis. Ambos restaurantes se caracterizan por el sabor de la comida y el ambiente relajado, juvenil y estudiantil, sin embargo el servicio en ambos casos es lento y se considera que Monchis es el más lento. También se piensa que hay muchas mesas por atender para tan pocos meseros que hay en los restaurantes, por lo que la falta de personal es notable. Lo que más gusta, como se mencionó anteriormente es la comida, aunque también los precios y la amabilidad de los meseros son puntos a favor, sin embargo la lentitud es remarcable. Se encontró que existe una preferencia de los comensales por mesas en especial ya que dichas mesas y sillas están ubicadas en partes estratégicas de los restaurantes donde los clientes disfrutan su estancia, aun más. A su vez, la elección de una mesa se da con base en la rapidez con la que te atenderán los meseros. El proceso desde que entran al restaurante, hasta que salen, se consideró que es el mismo para ambos casos, sin embargo, se considera que en el Monchis el lapso de tiempo será mayor. Cabe resaltar que los restaurantes son percibidos en cuanto a los platillos más conocidos, o bien, lo que refleja el lugar para los comensales, es decir, el Monchis está considerado como un lugar para consumir “carne”, mientras que la Búrbula se va a comer pasta, pizza y ensaladas. En general, se considera que los meseros son amables y que los platillos son abundantes considerando los precios.

Ambos restaurantes son una opción para los comensales gracias a su comida y la cercanía que tienen con la universidad. Si los restaurantes cerraran sin previo aviso o sin razón alguna, se pensaría que la Búrbula cerró por cuestiones de higiene mientras que en el Monchis por remodelación, lo que nos muestra un panorama perceptivo y general de los restaurantes. Los clientes de estos lugares esperan ser atendidos con rapidez y amabilidad, sin embargo se encontró que el tiempo de espera por los alimentos puede ser una molestia para los comensales, al igual que la ausencia de los meseros, así como el problema que existe en el Monchis donde cobran más en la cuenta. Los comensales sugieren realizar una organización de las mesas, asignar zonas que son atendidas por los meseros y contratar más meseros en especial para los días y horas pico, todo con el fin de mejorar el servicio.

En general se puede afirmar que ambos restaurantes son de índoles muy parecidas en la mayoría de los aspectos investigados. Es notable la incidencia común de resultados que arrojaron los distintos métodos utilizados para la investigación cualitativa. Lo que nos lleva a afirmar que ambos restaurantes funcionan bajo estándares y procesos habituales donde existen dos tipos de clientes, los que se van a pasar un buen y largo rato, y los que solo van por la cercanía, precio, ubicación y el sazón de la comida. Se considera elemental el hecho de que el restaurante dure un menor tiempo en producir el servicio, que el cliente en consumirlo. Para este punto se sugiere prestar atención especial a las mesas donde la concentración de comensales rebasa los límites por mesa. Se afirma que hay muy pocos problemas con la prestación del servicio, sin embargo, se considera que ambos restaurantes deben prestar atención en sus meseros.

En cuanto a la decoración de los lugares, ésta se evaluó como única y característica de cada restaurante, sin embargo tanto el mobiliario como la iluminación, en ambos restaurantes son pronunciados como incómodos.

Tanto Búrbula como Monchis tienen problemas en común, los cuales no representan una amenaza, puesto que el mercado es muy pasivo, ya que en su mayoría son jóvenes, tolerantes que permiten cierto margen de error por parte de éstos restaurantes.

4.4 Investigación Cuantitativa

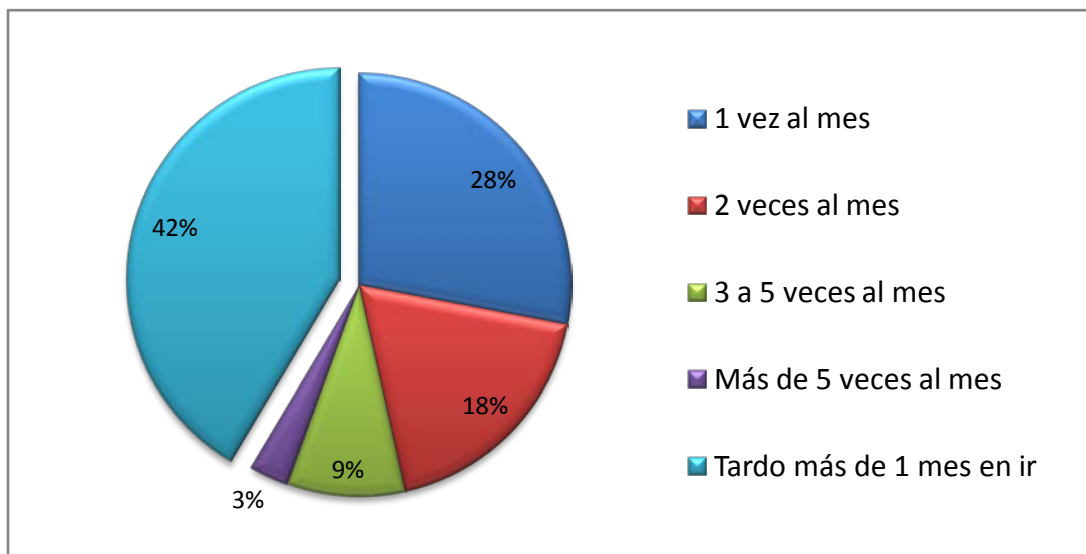
Una vez concluida la investigación cualitativa, se dió paso a la investigación cuantitativa donde se utilizó la técnica de incidentes críticos que fue de gran ayuda para la elaboración de un cuestionario que fue aplicado a 400 estudiantes de la Universidad de las Américas Puebla. Por medio de éste cuestionario se reforzaron numéricamente aspectos de la investigación cualitativa y se pudo indagar y cuantificar las razones por las cuáles los clientes deciden o no retroalimentar.

4.5 Dimensión de Percepción

4.5.1 Frecuencia de asistencia al restaurante Búrbula

Por medio de este apartado podemos ver la frecuencia con la que los comensales asisten al restaurante.

Gráfica 4.1 Frecuencia de Asistencia Búrbula



Fuente: Elaboración propia

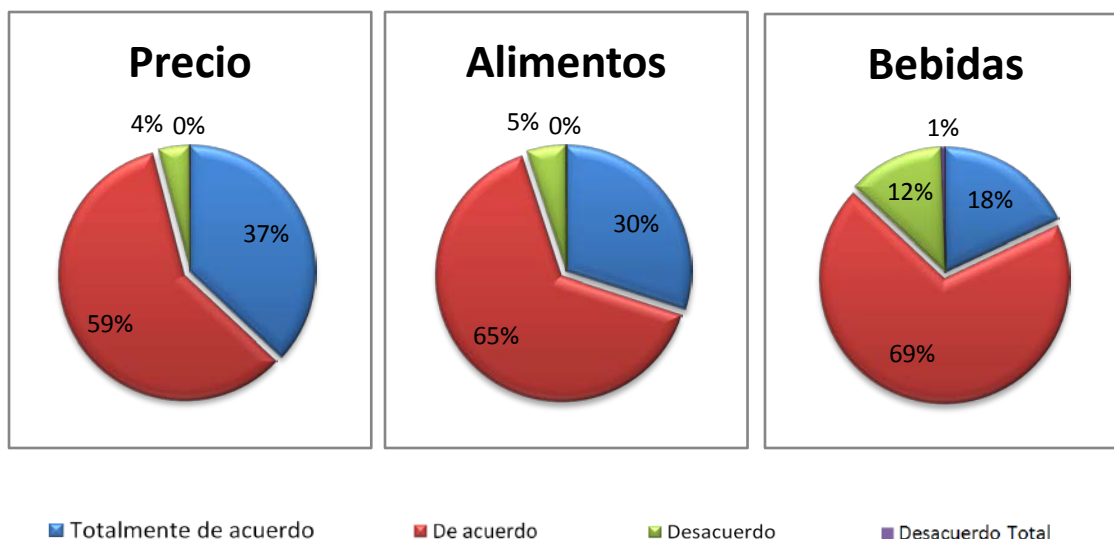
Por medio de la gráfica de asistencia podemos establecer que el 42% de los encuestados tardan al menos 1 mes en regresar a dicho restaurante, el 28% asiste por lo menos 1 vez al mes y un 18% 2 veces al mes. Lo que nos lleva a inferir que la asistencia no es de carácter continuo por lo tanto se considera que dicha asistencia es muy baja y debería de implementarse alguna estrategia que genere un mayor tráfico de comensales.

4.5.2 Percepción del restaurante Búrbula

Por medio de este apartado se reforzaron notablemente muchos de los resultados que se obtuvieron en la investigación cualitativa. Para conocer a fondo el concepto de la Búrbula es necesario indagar la percepción que tienen los consumidores acerca de este lugar, así mismo investigar cuestiones tanto tangibles como intangibles que envuelven el servicio de este restaurante.

4.5.2.1 Acuerdo o Desacuerdo en cuanto a aspectos tangibles Búrbula

Gráfica 4.2 Aspectos tangibles en desglose Búrbula



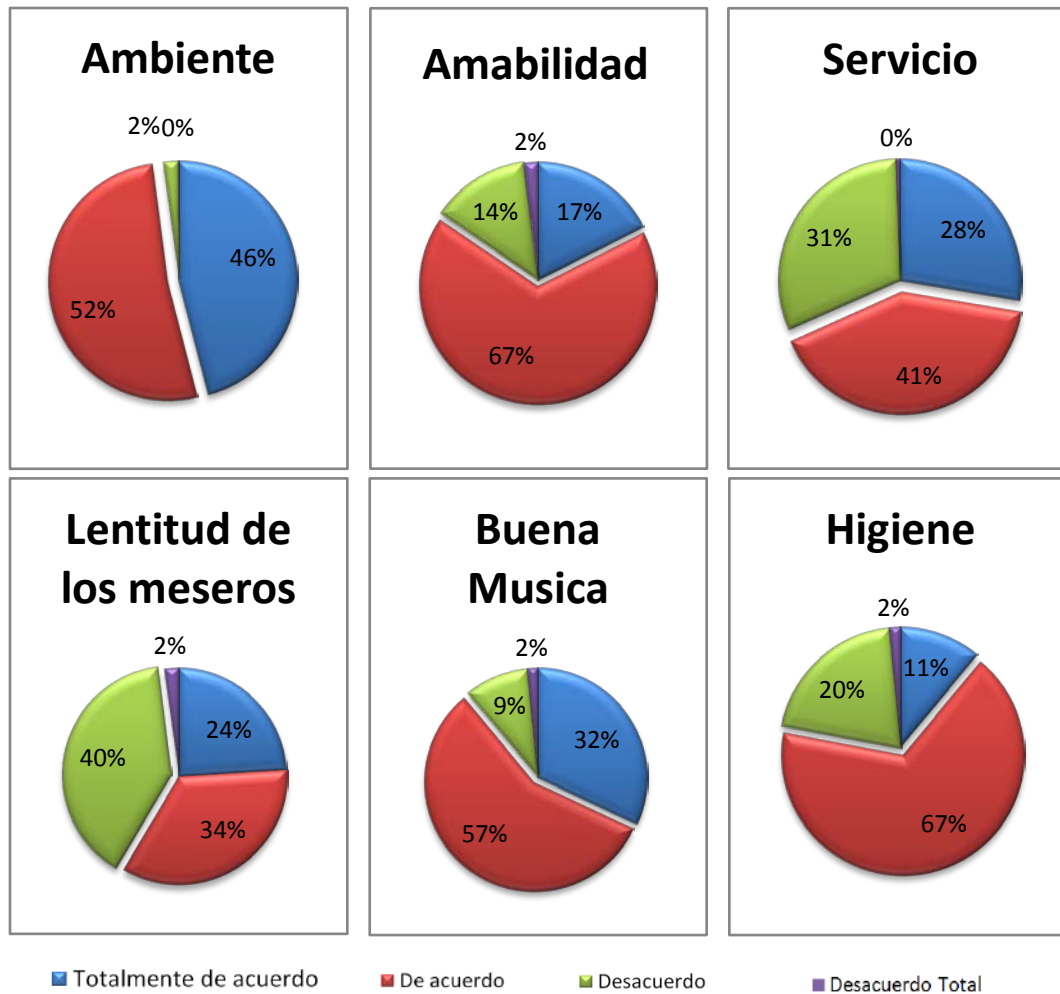
Fuente: Elaboración propia.

Por medio de las gráficas podemos observar que los resultados recaen en la zona “De Acuerdo”. La preparación de las bebidas es el aspecto tangible mejor evaluado seguido por precios y alimentos. La segunda zona más fuerte es “Totalmente De acuerdo”, en dicha zona los precios y los alimentos son los aspectos tangibles mejor evaluados. El hecho de que la mayoría de los resultados se den en la zona “De acuerdo” indica que no hay una perfección o excelencia en el servicio que es producido otorgando fluctuación y problemas que deben ser considerados para generar mejoras.

Específicamente en cuanto al precio, 37% de los encuestados afirma estar “Totalmente de acuerdo” con los precios, seguido por un 59% que se encuentran “De acuerdo” con los precios. En cuanto a el sabor de los alimentos, 30% afirma estar “Totalmente de acuerdo”, seguido por un 65% que afirman estar “De acuerdo” con que la comida es sabrosa. Respecto a la preparación de las bebidas, un 18% de los encuestados afirma estar “Totalmente de acuerdo” con que la preparación de las bebidas es rica, seguido por un 69% que dice estar “De acuerdo”, sin embargo, cabe resaltar que un 12% de los encuestados afirma estar en “Desacuerdo” en cuanto a que las bebidas preparadas son ricas. En cuanto a los aspectos tangibles, el restaurante está bien evaluado, sin embargo, los aspectos tangibles son de gran importancia en un servicio por lo cual se considera que el restaurante debería profundizar en algunas fluctuaciones que aún existan en dichos aspectos con el fin de mejorar la calidad de la producción del servicio.

4.5.2.2 Acuerdo o Desacuerdo en cuanto a aspectos intangibles Búrbula

Gráfica 4.3 Aspectos intangibles en desglose Búrbula



Fuente: Elaboración propia.

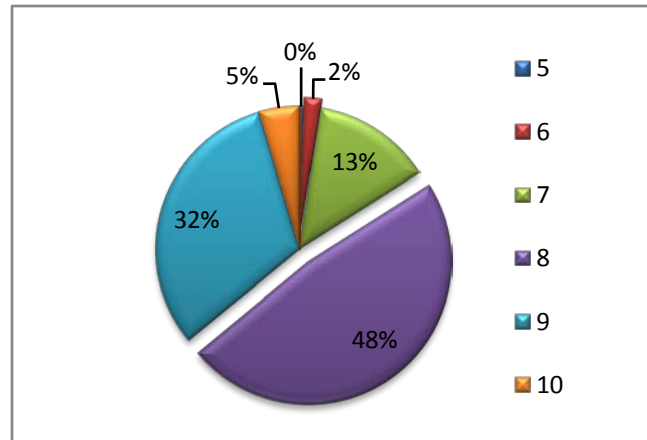
Por medio de la gráfica 4.3 podemos observar que la zona “De acuerdo” es la zona con mayor peso en cuanto a los resultados. Sin embargo, es recomendable prestar atención al apartado de “Desacuerdo” ya que éste compite directamente con la zona de “Totalmente De acuerdo” en cuanto a niveles de resultados, por ejemplo, 28% de los encuestados afirman estar Totalmente De acuerdo en que el servicio de cocina es lento, mientras que otros 31% afirman lo contrario, dejando un margen de oscilación muy bajo. Tal es el caso

de 24% de los encuestados que afirma estar “totalmente de acuerdo” y un 34% que dice estar “De acuerdo” que los meseros son lentos, mientras un 40% afirman lo contrario.

Por medio de los resultados se puede afirmar que el ambiente que la Búrbula ha generado a través de varios años es de agrado para los comensales, lo cual se considera importante conservar (con una distribución del 98% entre Totalmente De Acuerdo y De Acuerdo). En cuanto al servicio de cocina, se considera que debería de ser más rápido; teniendo en cuenta que se sabe cuáles son los platillos más solicitados se pueden tener una preparación previa de dichos platillos sin terminar con el fin de que cuando estos sean solicitados, parte del platillo este completo, agilizando el proceso de cocina (La lentitud del servicio de cocina es afirmativa con una distribución del 69% entre Totalmente De Acuerdo y De Acuerdo). Existe un choque de resultados en cuanto a la lentitud de los meseros por lo que se considera importante una evaluación interna del personal para destacar problemas de funcionamiento en base a actividades y características de los meseros principalmente (Con una distribución del 58% afirmando que los meseros son lentos y un 40% que afirma lo contrario). La amabilidad de los meseros es notable sin embargo, dicha amabilidad podría ser incrementada para fines de presentación (con una distribución del 84% entre Totalmente De Acuerdo y De acuerdo). La música es parte elemental del restaurante, sin embargo se considera nivelar los decibeles de la música en distintos horarios (con una distribución del 89% entre Totalmente De Acuerdo y De Acuerdo). Por último, aunque cuantitativamente se considera que el restaurante es higiénico, choca con los resultados cualitativos donde la percepción de higiene está baja, por lo que se considera importante profundizar de lleno en este apartado (con una distribución del 78% entre Totalmente De Acuerdo y De Acuerdo).

4.5.3 Percepción del restaurante Búrbula en cuanto a una calificación

Gráfica 4.4 Calificación del Restaurante Búrbula



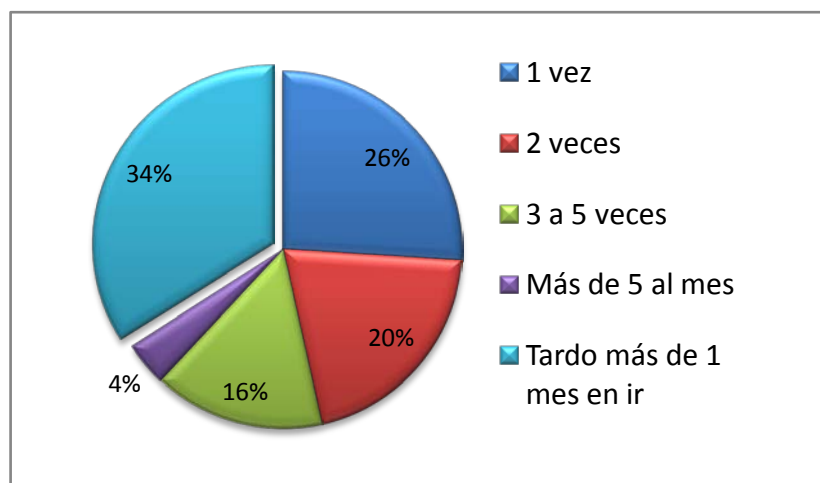
Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la gráfica, de acuerdo con los 200 encuestados y con un promedio de calificación de 9, tanto hombres como mujeres y de todas las escuelas (ESAH, EDENE y ESEIC) la frecuencia de la calificación del restaurante Búrbula es 8 con un 48% asignado por los encuestados, seguido por un 9 con un 32% de los encuestados y por último un 7 con 13% de los encuestados, siendo estas las calificaciones más representativas.

Siendo un 8 y 9 los valores más altos de calificación podemos afirmar que la experiencia del restaurante es suficiente para permanecer en el mercado y posicionarse como una opción para los comensales. Por otro lado, es importante observar que aún existen problemas en la producción del servicio debido a los porcentajes que se encuentran debajo de la calificación 8. Dichas calificaciones expresan una percepción de carácter regular en cuanto a una calificación para el restaurante lo que indica la existencia de problemáticas que incomodan a los comensales, haciendo que estos, califiquen de dicha forma.

4.5.4 Frecuencia de asistencia al restaurante Monchis

Gráfica 4.5 Frecuencia de Asistencia



Fuente: Elaboración propia.

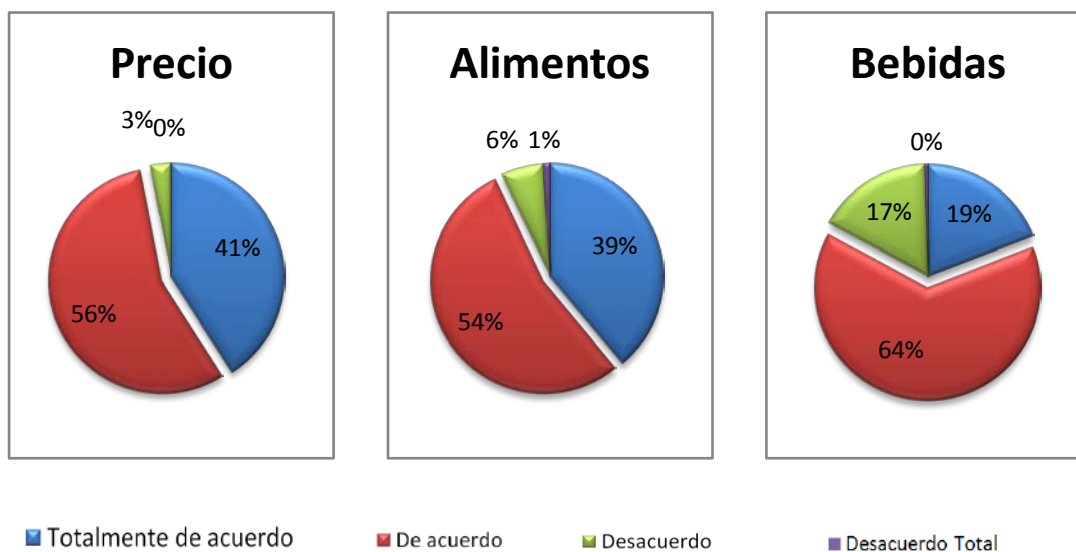
Por medio de la gráfica podemos observar que la frecuencia de asistencia al restaurante Monchis, es mucho mayor que la de la Búrbula, aunque un 34% de los encuestados afirma tardar más 1 mes en ir al restaurante, seguido por un 26% que afirma asistir por lo menos 1 vez al mes, en 3er lugar un 20% que dice ir 2 veces al mes y por último un 16% que afirma ir de 3 a 5 veces al mes. Lo que nos aclara la frecuencia y tráfico de comensales con la que cuenta el restaurante Monchis. Cabe resaltar que éste restaurante tiene mayores índices de frecuencia lo que lo hace un restaurante de moda y experimentado en el área. Se considera que aunque está en crecimiento, tiene una gran oportunidad en el mercado debido a los índices de asistencia.

4.5.5 Percepción del restaurante Monchis

Por medio de este apartado se reforzaron notablemente muchos de los resultados que se obtuvieron en la investigación cualitativa. Para conocer a fondo el concepto del Monchis es necesario indagar la percepción que tienen los consumidores, así como también investigar las cuestiones tanto tangibles como intangibles que envuelven el servicio de este restaurante.

4.5.5.1 Acuerdo o Desacuerdo en cuanto a aspectos tangibles Monchis

Gráfica 4.6 Aspectos tangibles en desglose Monchis



Fuente: Elaboración propia.

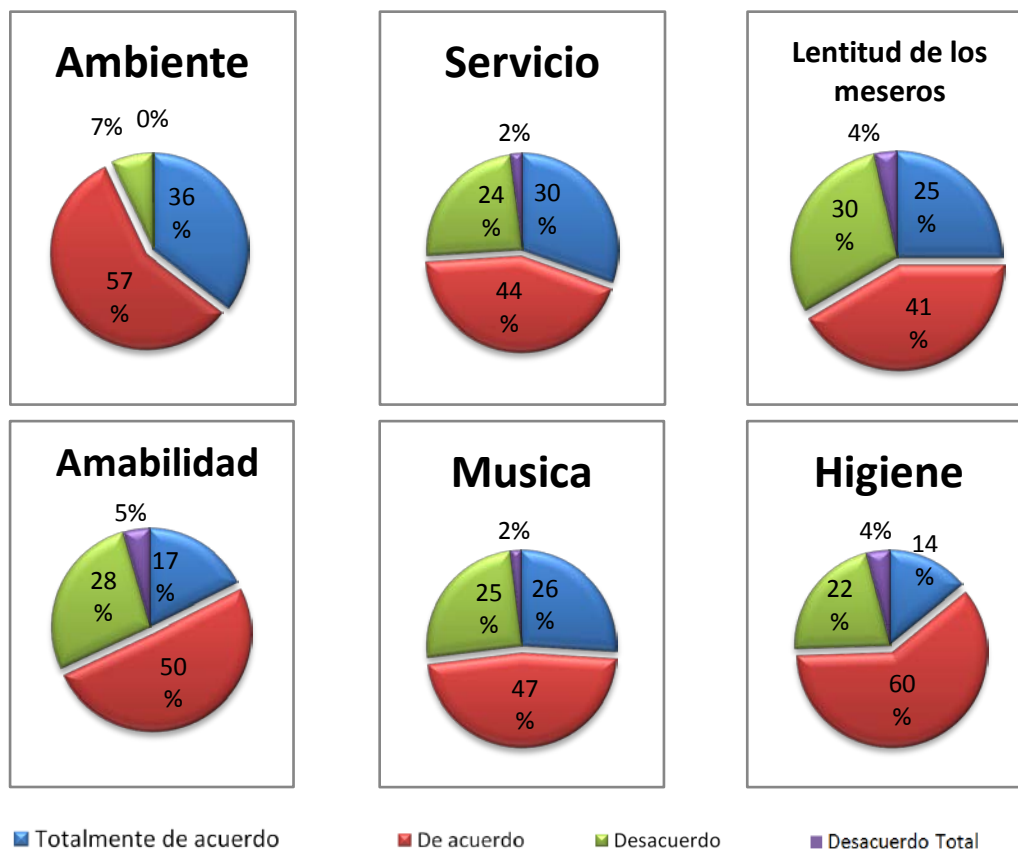
De acuerdo con las gráficas podemos observar que la zona de respuesta clasificada como “De acuerdo” es la de mayor peso. Las bebidas fueron el elemento tangible mejor evaluado seguido por el precio y después los alimentos. En cuanto al precio, 41% de los encuestados, afirma estar “Totalmente De acuerdo”, seguido por un 56% que dice estar “De acuerdo”, lo que indica que los precios son bastante accesibles para el mercado. Respecto a los alimentos, 39% afirma estar “Totalmente De acuerdo” con que son alimentos buenos, seguido por un 54% que afirma estar “De acuerdo”, aunque, cabe resaltar que un 6% de los

encuestados dice estar en “Desacuerdo” en cuanto a la afirmación de los alimentos, lo que puede representar un problema si este indicador llegara a elevarse. El 19% de los encuestados afirma estar “Totalmente De acuerdo” en cuanto a que la preparación de las bebidas es buena, 64% dice estar “De acuerdo” y un 17% afirma estar en “Desacuerdo” lo que sería de gran interés profundizar en los que están en “Desacuerdo” con el fin de disminuir este indicador.

Se considera que tanto el precio como los alimentos son elementos estrellas en este restaurante ya que sus índices de evaluación son notables y positivos, aunque se considera importante no perder estos puntos de vista ya que son característicos del servicio.

4.5.5.2 Acuerdo o Desacuerdo en cuanto a aspectos intangibles Monchis

Gráfica 4.7 Aspectos intangibles en desglose MoncFuente: Elaboración propia.



El Ambiente es el aspecto intangible mejor evaluado. Como se muestra en la gráfica 4.7 se puede observar que la zona “De acuerdo” es la de mayor peso, la concentración de respuestas se realiza en ese apartado. Cabe mencionar que algunos de los concentrados de respuestas dentro de la zona de “Desacuerdo” son bastante altos, y en algunos casos rebasan a la zona de “Totalmente De acuerdo”. En porcentajes, 36% afirma estar “Totalmente De acuerdo” con ambiente que tiene el Monchis, seguido por un 57% que dicen estar “De acuerdo”. En cuanto a la lentitud del servicio de cocina, 30% afirma estar “Totalmente De acuerdo” con que el servicio si es lento, seguido por un 44% que afirma estar “De acuerdo”. Referente a la que los meseros son lentos, 25% afirma estar “Totalmente De acuerdo”, seguido por un 41% que dice estar “De acuerdo” sin embargo, un 30% de los encuestados considera estar en “Desacuerdo” en cuanto a la lentitud de los meseros.

En cuanto a la amabilidad que tienen los meseros, 17% afirma estar “Totalmente De acuerdo”, seguido por un 50% de los encuestados, lo que nos indica que los meseros de éste restaurante son generalmente amables. Cabe resaltar que un 28% de los encuestados, indica estar en “Desacuerdo” en cuanto a dicha amabilidad.

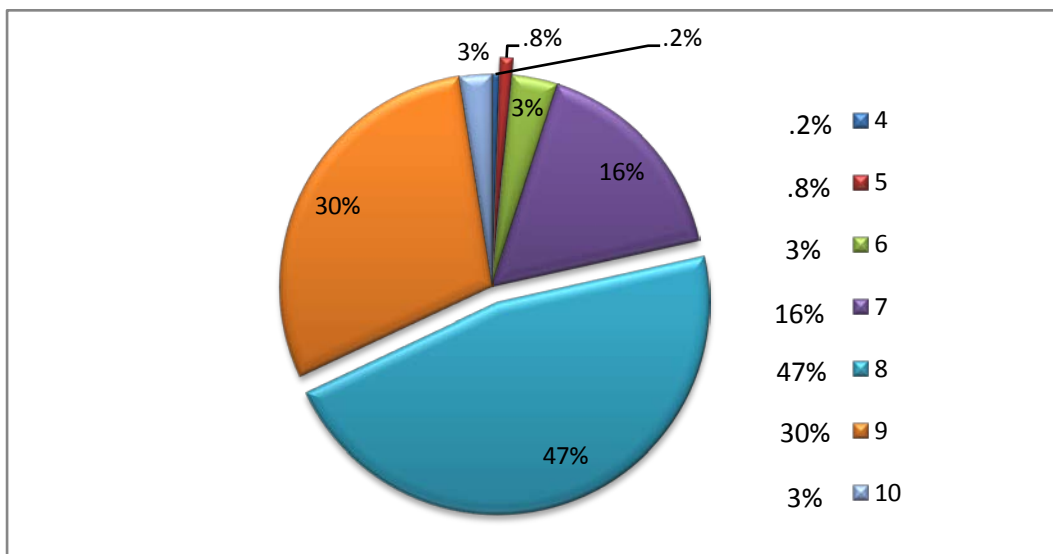
La música está considera como apta para el lugar en acompañamiento del ambiente, por lo que se observa que este elemento es un acompañante vital del restaurante (con una distribución del 73% entre Totalmente De acuerdo y De acuerdo). Referente a la higiene del restaurante, se obtuvo un alto nivel de acuerdo (con una distribución de 74% entre Totalmente De Acuerdo y De Acuerdo).

El ambiente del Monchis está evaluado positivamente lo que indica que ha desarrollado un ambiente agradable que ha encajado con la percepción de los comensales. El servicio de cocina es definitivamente lento por lo que se considera que faltan estándares de producción de platillos dentro de la cocina para evitar estos índices de lentitud. Se infiere que el gerente o dueño del restaurante debe prestar atención a la lentitud de los meseros ya que cuenta con niveles muy altos de respuesta sin embargo se considera que estos son amables por lo que es relevante concentrarse en la lentitud de estos.

La música está considerada como apta para el restaurante, por lo cual no se considera como un punto a cambiar. El restaurante está evaluado como un local higiénico, lo cual debe conservarse de la misma manera, aunque es relevante mencionar que los baños, tienen la pero calificación por lo que aconseja tener cuidado con esta área.

4.5.6 Percepción del restaurante Monchis en cuanto a una calificación

Gráfica 4.8 Calificación del Restaurante Monchis



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la gráfica, de acuerdo con los 200 encuestados y con un promedio de 9, tanto hombres como mujeres y de todas las escuelas (ESAH, EDENE y ESEIC) la frecuencia de la calificación del restaurante Monchis es 8 con un 47% asignado por los encuestados, seguido por un 9 con un 30 % de los encuestados y por último un 7 con 16% de los encuestados, siendo estas las calificaciones más representativas.

Como se puede observar la calificación más baja fue de 4, 5 y 6 por lo que se infiere que aunque es un restaurante con experiencia, aún existen factores que llaman la atención de los comensales lo que les lleva a calificar negativamente al restaurante.

Aunque las calificaciones más altas fueron 8 y 9, al igual que la Búrbula, se considera que hay fluctuaciones en el servicio, derivando en una calificación media, por lo que se recomienda que se debe tener estándares definidos para esos problemas latentes que existen en la producción del servicio con el fin de mejorar estas calificaciones.

4.6 Dimensión de Retroalimentación en el Restaurante Búrbula

4.6.1. Quejas en el restaurante Búrbula

Tabla 4.28 Quejas

	SI	NO
Olor	45 (22.5%)	155 (77.5%)
Baños sucios	54 (27%)	146 (73%)
Espacio Reducido	74 (37%)	126 (63%)
Falta de Iluminación	48 (24%)	152 (76%)
No hay Estacionamiento	102 (51%)	98 (49%)
No hay Atención por los meseros	83 (41.5)	117 (58.5)

Fuente: Elaboración propia

Por medio de la tabla podemos observar que aunque en la mayoría de los casos, los encuestados tienden a NO quejarse, a excepción del estacionamiento que aunque tiene una cantidad de 102 encuestados que SI se quejan al respecto, hay otros 98 encuestados que afirman lo contrario, por lo que se puede ver la tendencia a no retroalimentar por aquellos

problemas previamente identificados. Dicha falta se considera elemental disminuirla lo más posible para llegar a tener una retroalimentación que fortalezca la producción del servicio.

4.6.2 Disculpas, Recompensas y Quejas: Búrbula

Tabla 4.29 Disculpa, Recompensa y Quejas

	SI	NO
Ante una queja: los meseros te piden una disculpa	112 (56%)	88 (44%)
Te recompensan cuando hay algún problema con tu orden	53 (26.5%)	147 (73.5%)
Consideras que todo está bien, no hay necesidad de quejarse	64 (32%)	136 (68%)

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que en la mayoría de los casos, los meseros se disculpan cuando existe un problema en alguna mesa, sin embargo cabe resaltar el alto número en el que los encuestados afirman que NO se disculpan. Esto refuerza que los meseros no son amables en todo momento por lo que es un problema grave.

En el aspecto de la recompensa, no hay duda alguna que es un punto que la Búrbula no maneja con precaución ya que la mayoría de los encuestados afirma no haber recibido una recompensa en su debido momento. Por medio de lo anterior se infiere que el restaurante no tiene una conciencia de lo elemental que es mantener clientes y mucho menos de estrategias de retención por lo que se considera oportuno que el restaurante profundice en dichas estrategias y ponga atención a las recompensas.

En cuanto al aspecto de que no hay necesidad de quejarse, la respuesta es obvia, 136 encuestados afirman que no todo está bien, que sí existe la necesidad de quejarse y sin embargo, simplemente no lo hacen. Sin embargo es relevante mencionar el nivel de

adaptación de los comensales ante el servicio y no quejarse por los acontecimientos negativos que suceden en la producción del servicio.

4.6.3 Razones por las que los comensales no presentan una queja: Búrbula

Tabla 4.30 Razones por las que no se quejan

	Hallazgo
El Precio es Bueno	26
El Lugar me gusta	85
La Comida es buena	34
Soy Tolerante	54
No Aplica	1

Fuente: Elaboración propia

La razón principal por la cual los clientes deciden no quejarse, es porque el lugar (Búrbula) les gusta, por lo cual no se quejan. La segunda razón más importante por la cual evitan la retroalimentación es la tolerancia que tienen los consumidores, seguido por la respuesta de que la comida es muy buena y terminando con que el precio es muy bueno.

El hecho de que los comensales no se quejen debido a que el lugar les gusta significa que el restaurante en términos globales, es lo suficientemente aceptable para no tener que retroalimentar, sin embargo, dentro de términos globales es donde se encuentran esos problemas y fluctuaciones que se han encontrado a lo largo de esta investigación lo que nos indica el alto grado de adaptación que tiene el mercado meta al que está dirigido el restaurante.

4.7 Dimensión de Retroalimentación en el Restaurante Monchis

4.7.1. Quejas en el restaurante Monchis

Tabla 4.31 Quejas

	SI	No
Olor	42 (21%)	158 (79%)
Baños sucios	54 (27%)	146 (73%)
Espacio Reducido	84 (42%)	116 (58%)
Falta de Iluminación	33 (16.5%)	167 (83.5%)
No hay Estacionamiento	98 (49%)	102 (51%)
No hay Atención por los meseros	91 (45.5%)	109 (54.5%)

Fuente: Elaboración propia.

Por medio de la tabla 4.33 se observa que en ningún caso los encuestados tuvieron una tendencia a retroalimentar, aunque cabe resaltar que el hecho de que no haya estacionamiento y que no haya atención por los meseros son factores que fueron calificados con valores no muy alejados en escala por lo que son posibles puntos de observación. Sin embargo, en el Monchis también se nota la tendencia a evitar retroalimentación.

Esta tendencia de evitar la retroalimentación es notable sobre todo debido a que gran parte del mercado meta al que el restaurante está dirigido, coincide con el de la Búrbula. También, dicha tendencia se debe al poco conocimiento que tiene el restaurante para obtener una retroalimentación con base en los problemas notorios. Por lo que se considera apto que los gerentes del Monchis presten atención a diferentes estrategias de retroalimentación.

4.7.2 Disculpas, Recompensas y Quejas: Monchis

Tabla 4.32 Disculpa, Recompensa y Quejas

	SI	NO
Ante una queja: los meseros te piden una disculpa	123 (61.5%)	77 (38.5%)
Te recompensan cuando hay algún problema con tu orden	56 (28%)	144 (72%)
Consideras que todo está bien, no hay necesidad de quejarse	50 (25%)	150 (75%)

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que en la mayoría de los casos, los meseros se disculpan cuando existe un problema en alguna mesa, sin embargo cabe resaltar el alto número en el que los encuestados afirman que los meseros NO se disculpan. En el apartado de la recompensa, se observa que el Monchis no maneja con precisión dichas recompensas ya que la mayoría de los encuestados afirma no haber recibido una recompensa en su debido momento.

En cuanto al apartado de que no hay necesidad de quejarse, la respuesta es obvia, 150 encuestados afirman que no todo está bien, que si existe la necesidad de quejarse, lo que nos lleva a tener presente la falta de la retroalimentación. Es evidente la falta de una evaluación interna por parte de los gerentes en base a los meseros y actividades que realizan con el fin de identificar problemas que ocasionan el alto índice de personas que afirman no recibir una disculpa por los meseros. La falta de recompensas es clara, por lo que se considera que el Monchis debería profundizar en técnicas apropiadas para la retención de clientes y poner atención en las recompensas. La mayoría de los comensales encuestados opinan que no todo en el servicio está bien, que si existe la necesidad de quejarse, sin embargo, simplemente no lo hacen. Adelante se muestran las razones por las cuales los comensales del Monchis no llevan a cabo un proceso de retroalimentación.

4.7.3 Razones por las que los comensales no presentan una queja: Monchis

Tabla 4.33 Razones por las que los comensales no se quejan

	Hallazgo
El Precio es Bueno	34
El Lugar me gusta	60
La Comida es buena	49
Soy Tolerante	50
No Aplica	7

Fuente: Elaboración propia

La razón principal por la cual los clientes deciden no quejarse, es porque el lugar (Monchis), les gusta tanto que se evita cualquier proceso de retroalimentación. La segunda razón más importante por la cual evitan la retroalimentación es la tolerancia que tienen los consumidores, seguido por la opción de que la comida es muy buena con 1 sola diferencia en cuanto a tolerancia, y por último los precios.

Cabe resaltar la poca diferencia de resultados que existen, sobre todo en que el lugar les guste, el hecho de que sean tolerantes y que la comida sea buena, por lo que se considera que existe una equidad de resultados donde la influencia de estas variables mencionadas es de tal nivel que afecta directamente al comensal al momento de evitar un proceso de retroalimentación. Es decir, no solo basta en términos globales, que restaurante sea bueno, si no también depende de la tolerancia del comensal y el hecho de que la comida sea buena como puntos clave para dejar a un lado la retroalimentación.

4.8 Patrones de comportamiento del usuario

Para este apartado se llevaron a cabo cruces significativos, dichos cruces se enfocaron a los objetivos que se desean cumplir.

Tabla 4.34 Acuerdo o desacuerdo de aspectos tangibles en base a sexo: Búrbula

	Sexo Vs Precio		Sexo Vs Alimentos		Sexo Vs Bebidas	
	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
Totalmente De acuerdo	29	45	24	36	15	21
De acuerdo	65	53	70	60	66	72
Desacuerdo	4	4	4	6	16	9
Desacuerdo Total	0	0	0	0	1	0

Fuente: Elaboración propia.

Por medio de la tabla 4.34 podemos observar que el precio es un factor con el cual el sexo femenino se siente más identificado. En cuanto al nivel de acuerdo respecto a los alimentos se puede observar una pequeña diferencia entre sexos, dicha diferencia indica que este factor satisface tanto a hombres como a mujeres. Con respecto a la preparación de las bebidas, se puede observar el sexo femenino se encuentra más conforme que el masculino.

De lo antes mencionado, se puede apreciar que los elementos tangibles del restaurante son evaluados en su mayoría como positivos, sin embargo existe una ligera diferencia de opinión en cuanto a sexos. Por lo cual, salta a la vista la necesidad de un diseño de servicio que estandarice las percepciones de ambos sexos.

Tabla 4.35 Acuerdo o desacuerdo de aspectos intangibles en base a sexo: Búrbula

	Sexo Vs Ambiente		Sexo Vs Servicio Lento		Sexo Vs Meseros Lentos	
	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
Totalmente De acuerdo	42	50	21	34	21	27
De acuerdo	54	50	41	40	31	38
Desacuerdo	2	2	36	26	46	33
Desacuerdo Total	0	0	0	1	1	4
	Sexo Vs Amabilidad		Sexo Vs Música		Sexo Vs Higiénico	
	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
Totalmente De acuerdo	20	15	25	39	7	15
De acuerdo	61	73	63	51	66	68
Desacuerdo	16	11	8	11	22	19
Desacuerdo Total	1	3	2	1	3	0

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla 4.37 se puede observar cómo el ambiente es un factor indiferente para ambos sexos, asimismo la lentitud en el servicio de cocina es notable tanto para hombres como mujeres, también se puede ver la congruencia entre sexos al afirmar que los meseros no son lentos y que en realidad son amables. Tanto la higiene del restaurante como la música son factores indiferentes entre sexos

Por medio de los resultados se puede observar que existe una notable debilidad en cuanto a las actividades de la cocina ya que son consideradas como poco eficientes o lentas; por lo que se considera debería existir una evaluación interna de dicho servicio para eficientar los procesos y reducir el tiempo de espera.

Tabla 4.36 Razón por la cual no se quejan en base a sexo y escuela: Búrbula

Escuela	Razón por la que no me quejo...	Sexo	
		Masculino	Femenino
ESAH	El precio es bueno	8	2
	El lugar me gusta	12	14
	La comida es buena	6	5
	Soy tolerante	7	12
EDENE	El precio es bueno	0	6
	El lugar me gusta	18	13
	La comida es buena	6	9
	Soy tolerante	8	7
EDEIC	El precio es bueno	7	3
	El lugar me gusta	11	17
	La comida es buena	4	4
	Soy tolerante	10	10

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 4.38 revela principalmente por escuela y sexo el peso de las razones por las cuales no retroalimentan. Es importante resaltar que la razón principal por la cual los comensales de todas las escuelas no retroalimentan, es debido a que el lugar les gusta, considerando que este término envuelve aspectos globales del restaurante, es decir aspectos tanto tangibles como intangibles. Sin embargo en ESAH se ve claramente como la segunda opción para no retroalimentar por parte del sexo femenino es la tolerancia mientras que el buen precio es la segunda causa para el sexo masculino. En EDENE la segunda causa de no retroalimentación por parte del sexo femenino es que la comida es muy buena, mientras que para el sexo masculino es la tolerancia. Por último en EDEIC, la tolerancia es la segunda causa para no retroalimentar tanto para hombres como para mujeres.

Por medio de los resultados obtenidos se puede afirmar que la tolerancia es un factor unánime en las tres escuelas, de lo cual se puede inferir que este problema es de carácter cultural; esto no conviene al restaurante puesto que al tener una cultura de no

retroalimentación o tolerancia el servicio no es evaluado y evita cualquier mejora o re-
implementación por parte del prestador del servicio.

Tabla 4.37 Acuerdo o desacuerdo de aspectos tangibles en base a sexo: Monchis

	Sexo Vs Precio		Sexo Vs Alimentos		Sexo Vs Bebidas	
	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
Totalmente De acuerdo	47	35	41	37	20	18
De acuerdo	48	64	53	55	64	63
Desacuerdo	4	2	5	7	15	18
Desacuerdo Total	0	0	0	2	0	1

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 4.39 nos permite observar que para el sexo masculino los precios están muy bien establecidos, al mismo tiempo los alimentos son mejor evaluados y por último la preparación de las bebidas es un factor indiferente aunque positivo para ambos sexos, ya que opinan de una manera similar.

Por medio de los resultados se puede apreciar que los aspectos tangibles del restaurante se encuentran bien evaluados, esto da oportunidad de enfocarse en los intangibles que fueron evaluados de manera negativa. Profundizaremos en el tema en la siguiente tabla.

Tabla 4.38 Acuerdo o desacuerdo de aspectos intangibles en base a sexo: Monchis

	Sexo Vs Ambiente		Sexo Vs Servicio lento		Sexo Vs Meseros lentos	
	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
Totalmente De acuerdo	38	33	34	27	25	25
De acuerdo	52	63	44	43	46	37
Desacuerdo	9	5	18	30	24	36
Desacuerdo Total	0	0	3	1	4	3
	Sexo Vs Amabilidad		Sexo Vs Música		Sexo Vs Higiénico	
	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
Totalmente De acuerdo	17	18	30	22	16	12
De acuerdo	55	46	43	51	57	64
Desacuerdo	26	29	23	27	23	20
Desacuerdo Total	1	8	3	1	3	5

Fuente: Elaboración propia

La tabla 4.40 indica que el ambiente es un factor indiferente entre sexos. Tanto el servicio de cocina como los meseros fueron evaluados como lentos por ambos sexos. La música es un factor evaluado de manera positiva, sin embargo los índices de desacuerdo son lo suficientemente altos como para ser tomados en cuenta. Por último en cuanto a los factores de amabilidad e higiene la mayoría de los comensales opinan de manera positiva aunque existe un nivel de desacuerdo a considerar. En lo que respecta al ambiente, se puede notar que es un elemento bien definido por parte del restaurante por lo que no requiere un nivel especial de atención. En cuanto a los aspectos intangibles podemos concluir que existen problemas en cuanto al servicio de cocina y meseros; por lo cual sería pertinente una restructuración de actividades internas con el fin de agilizar dichas áreas. Los aspectos de amabilidad, higiene y música son las áreas a enfocarse puesto que los índices negativos en las evaluaciones son lo suficientemente altos como para realizar acciones de mejora.

Tabla 4.39 Razón por la cual no se quejan en base a sexo y escuela: Monchis

Escuela	Razón por la que no me quejo...	Sexo	
		Masculino	Femenino
ESAH	El precio es bueno	5	1
	El lugar me gusta	7	11
	La comida es buena	8	7
	Soy tolerante	13	14
EDENE	El precio es bueno	5	4
	El lugar me gusta	11	13
	La comida es buena	8	10
	Soy tolerante	6	4
EDEIC	El precio es bueno	13	6
	El lugar me gusta	8	10
	La comida es buena	8	8
	Soy tolerante	4	9

Fuente: Elaboración propia.

En lo que respecta a ESAH, la principal opción por la que no retroalimentan es la tolerancia que tienen los clientes, la segunda opción para no retroalimentar para los hombres es que la comida es buena, mientras que para las mujeres significa que el lugar es de su agrado.

En EDENE la principal causa es que el restaurante gusta, dejando que la comida sea buena en segunda opción para no retroalimentar en ambos sexos.

En EDEIC, la principal causa por parte del sexo femenino es que el restaurante gusta, mientras que para el sexo masculino es que los precios son buenos. La segunda opción por parte de las mujeres es la tolerancia, mientras que para los hombres es tan importante que les guste el restaurante y que a su vez la comida sea buena.

De acuerdo con las evaluaciones previas se observa que los comensales que asisten a este restaurante poseen características diferentes entre sí, puesto que sus respuestas no se

enfocan en una sola causa para no retroalimentar sino que varían; por lo cual la estrategia a seguir para llevar a cabo una retroalimentación exitosa debe ser de carácter global desde el punto de vista de las características que conforman a los clientes actuales de los restaurantes.

4.9 Conclusiones de la Investigación Cuantitativa

De acuerdo con los puntos más importantes encontrados en la investigación, se puede concluir que el tráfico de comensales en ambos restaurantes oscila entre la asistencia de 1 vez al mes y que tardan más de 1 mes en ir, lo que nos dice que los clientes de ambos restaurantes son variados y diferente entre sí, además de que la frecuencia es baja.

En cuanto a los aspectos tangibles, en ambos casos se pueden hacer las siguientes afirmaciones: La percepción de los precios, al ser evaluada positivamente indica ser un área que ha sido bien establecida, puesto que el nivel de aceptación de los comensales es alto, por lo cual este elemento no produce un efecto negativo en la percepción de los consumidores. En lo que concierne a los alimentos, los comensales están de acuerdo que son buenos y ricos; reforzando lo anterior, la mayoría de los comensales afirma están satisfechos con los alimentos proporcionados en dichos restaurantes; éste es un factor considerado como positivo y de gran importancia por lo cual no se debe descuidar. Las bebidas son un factor importante en ambos restaurantes puesto que los comensales están de acuerdo con su preparación. Este factor, al ser acompañante de los alimentos también se le debe dar la misma importancia y no descuidar, puesto que existe una relación básica entre alimentos y bebidas.

En cuanto a los aspectos intangibles, el ambiente que han generado ambos restaurantes ha sido el adecuado para el mercado al que se dirigen, ya que este factor fue evaluado positivamente. La evaluación del servicio de cocina arrojó resultados que la clasifican como lenta; asimismo la evaluación de los meseros tuvo resultados similares, concluyendo que ambos elementos son puntos clave que afectan directamente a la

producción del servicio perjudicando la percepción de los comensales. Esto deriva en una falta de atención por parte de los gerentes hacia dichas áreas.

Respecto a la amabilidad de los meseros, se concluye que en ambos restaurantes se tuvieron evaluaciones similares afirmando que la amabilidad de los meseros es evidente. El factor música es un elemento que demuestra congruencia con el concepto que han desarrollado estos restaurantes, puesto que fue evaluado positivamente por la mayoría de las personas encuestadas, por lo que se considera que este factor debe permanecer estable. La higiene es un punto muy delicado, puesto que los encuestados se muestran en su mayoría conformes, aunque no totalmente satisfechos. En lo que respecta a la calificación de estos restaurantes, en ambos casos la calificación más alta es de 8, seguida por un 9 y por último un 7. Este promedio cae en un nivel aceptable, lo que indica que estos restaurantes no han realizado una correcta evaluación interna de los servicios tangibles e intangibles puesto que han prestado mayor atención a aspectos elementales del servicio como son alimentos y bebidas, mientras que han descuidado aspectos que engloban la producción del servicio.

Dentro de la dimensión de la retroalimentación, en el apartado de quejas de ambos restaurantes, se pudo observar un alto grado de similitud en los resultados, indicando que la mayoría de los comensales decide no retroalimentar en estos restaurantes, bajo ninguna circunstancia o problema. Sin embargo, se considera que el hecho de que no haya estacionamiento y la falta de atención por parte de los meseros son puntos a considerar en base a los resultados, es decir las respuestas son parecidas y niveladas. Los meseros piden una disculpa ante una queja en ambos restaurantes, sin embargo se considera que debe existir una capacitación oportuna para reducir dudas en la entrega del servicio.

De acuerdo con las recompensas, la mayoría de los comensales afirman que no reciben algún beneficio ante una situación que afecte el servicio que reciben por lo que se puede observar claramente la falta de estrategias de recuperación y mantenimiento por parte de los restaurantes, se considera elemental conocer dichas estrategias con el fin de tratar situaciones problemáticas y no perder a los clientes. Todos los comensales, ya sean del restaurante Búrbula o Monchis, consideran que no todo está bien en el restaurante, que si existe la necesidad de quejarse, sin embargo, es clara la evidencia donde se muestra que los

comensales simplemente deciden no retroalimentar por lo que se nota la falta de interés por parte de los comensales en llevar a cabo un proceso de retroalimentación.

Ahora bien, los comensales no retroalimentan, sin embargo se encontró que la razón principal por la que no se quejan es que el restaurante les gusta hasta cierto punto, que deciden no retroalimentar y evitar así el proceso, la segunda causa más importante por la cual no retroalimentan es la tolerancia de los consumidores, cabe resaltar que el mercado meta de ambos restaurantes es el mismo. Además de que la mayoría de los comensales afirman conocer el lugar, por lo tanto crean una tolerancia ante cualquier problema emergente. La tercer causa más importante por la cual evitan el proceso es la comida, los clientes consideran que esta es lo suficientemente buena para no presentar una queja. Por último, el precio es el factor que menos influencia tiene para que los comensales no lleven a cabo el proceso de retroalimentación, lo que reitera la posición positiva del establecimiento de precios. El hecho de que el restaurante guste significa que en términos globales, la percepción de los comensales es suficiente para afirmar que la producción del servicio está bien, por lo que se puede observar el grado de crítica y conocimiento de los comensales encuestados, también es considerable mencionar que la tolerancia como un factor cultural es de gran influencia para evitar la retroalimentación, lo que no es conveniente para el restaurante.

4.10 Esquema de Servicio

De acuerdo con Zeithaml y Bitner (2004) un esquema de servicio es aquel que representa a manera de mapa el sistema de servicio, dando una facilidad a los involucrados en proporcionarlo y entenderlo sin tener algún factor externo que afecte la entrega.

La construcción de un esquema de servicio se obtiene por medio de 6 pasos que a continuación se mencionan y se explican, posteriormente se presenta el esquema de servicio diseñado para ambos restaurantes analizados.

Construcción de un Esquema de Servicio.

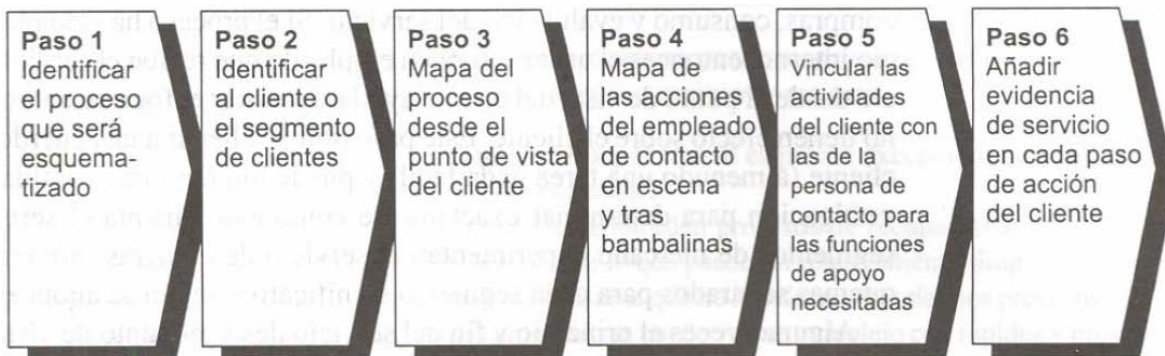


Figura Esquema de Servicio

Construcción de un esquema de servicios.

Fuente: Zeithaml y Bitner (2004). P. 261

- Paso 1: Identificar el proceso que será esquematizado:

A lo largo de la investigación se encontraron algunos problemas en cuanto a los tiempos de producción del servicio, así como en la organización de los meseros por lo que se pretende esquematizar la entrega del servicio de ambos restaurantes.

- Paso 2: Identificar al cliente o el segmento de clientes:

Los clientes actuales de ambos restaurantes son principalmente estudiantes de la Universidad de las Américas Puebla, sin embargo se considera que cada restaurante cuenta con un nicho de mercado en especial lo cual permite una segmentación de clientes.

- Paso 3: mapa del proceso desde el punto de vista del cliente:

El proceso que sigue un consumidor, de acuerdo con la investigación, es el siguiente:

Evento #1: Entrar, encontrar mesa y sentarse.

Evento #2: Uso de sanitarios

Evento #3: Ordenar bebidas, en ciertos casos los comensales también ordenan sus alimentos. En caso de que solo se ordenen bebidas, les tomará poco tiempo (2 min aprox.) en estar listos para ordenar sus bebidas.

Evento #4: Platicar es una actividad común mientras esperan por su platillo. Ingesta es la actividad que prosigue. Durante ésta es común que el comensal necesite de alguna bebida extra o algún condimento.

Evento #5: El último evento dentro del servicio consumido es pagar la cuenta, generalmente el cliente tarda poco tiempo en liquidar económicamente el consumo, por lo que se espera que esta actividad se realice a la brevedad posible por parte del mesero que atiende.

- Paso 4: Mapa de las acciones del empleado de contacto en escena y tras bambalinas:
El proceso que sigue un empleado en producir el servicio es el siguiente:

Evento #1: Atención a los nuevos clientes que se acaban de sentar. Dicha atención va acompañada de menús y una cordial bienvenida.

Evento #2: Tomar la orden de bebidas, aunque muchas veces los clientes ordenan tanto bebidas como los alimentos, en el caso de que solo ordene bebidas, dicha comanda deberá ser llevada a la barra principal. Dar un tiempo aproximado de 2 minutos para regresar a tomar la orden de los alimentos. Prestar mucha atención a lo que los clientes están ordenando con el fin de evitar confusiones.

Evento #3: Entregar bebidas. Tener conciencia de la bebida que ordenó cada comensal para que al momento de entrega no existan confusiones. Tomar orden de alimentos y llevar la comanda al área de cocina para iniciar su preparación. Dicha preparación deberá iniciar con aquellos platillos que tengan un grado de complicación para cocinarlos, dejando en último lugar aquellos que son de fácil elaboración.

Evento #4: Llevar los alimentos a la mesa. Recordar que platillo es para cada comensal que conforme la mesa. Verificar que al momento de la entrega todo este bien y que no haga falta ningún cubierto o bebida así como aderezos y servilletas.

Evento #5: Entregar la cuenta. Esta actividad deber ser ágil, el comensal espera ser atendido con eficiencia por lo que en cuanto éste solicite la cuenta, se debe tener una nota lista para impresión en caso de que el sistema de órdenes y cobro sea computarizado, o una nota previamente terminada con el total de consumo.

Evento #6: Limpieza posterior. En cuanto los comensales abandonen la mesa, es elemental la limpieza oportuna de dicha mesa. Esto dará oportunidad a que otros clientes puedan disponer de dicha mesa para empezar un nuevo ciclo de servicio.

- Paso 5: Vincular las actividades del cliente con las de la persona de contacto para las funciones de apoyo necesarias:

Es evidente cuando un cliente entra al restaurante, por lo que un mesero debe estar pendiente de los nuevos clientes que vayan llegando. Dicho mesero deberá estar listo con menús a la mano para evitar que los comensales tengan que esperar en ser atendidos. Los clientes llegaran y tomaran una mesa de su elección, esperaran que la mesa esté limpia, con servilletas, botes de salsas y servilletas. Posteriormente el mesero debe llegar a tomar la orden de bebidas y saber con precisión cuales son aquellas bebidas que por el momento no están disponibles, así como tener presente marcas y presentaciones de las bebidas en existencia. En algunos casos los clientes estarán listos para ordenar los alimentos, en caso contrario el mesero deberá ir a obtener las bebidas que le fueron solicitadas. En el momento de las bebidas e identificar el platillo que será ordenado, la plática entre los comensales dará inicio. El mesero deberá da un pequeño lapso de tiempo para que el comensal identifique un platillo y haga su elección. Tomar la orden de platillos con precaución y no omitir ninguna especificación que el o los comensales ordenen. Posteriormente se deberá llevar la orden de alimentos al área de cocina donde los platillos de difícil preparación

deberán ser elaborados en primera instancia, seguido por aquellos platillos de una sencilla elaboración. Con el fin de entregar platillos recién hechos y calientes.

Es común que mientras los comensales esperan por su orden realicen actividades como fumar, hablar por celular o simplemente platicar, será oportuno por parte del comensal dar un aviso oportuno de que los platillos ordenados están por salir.

Una vez que el mesero lleva los platillos recién salidos de cocina, deberá tener una constante atención no solo para nuevos clientes, si no para los clientes que están en el proceso de ingesta, ya que cuando éstos necesitan de algo en especial durante sus alimentos, es elemental que se les atienda a la brevedad posible. Una vez terminados los alimentos se puede empezar un proceso de limpieza empezando por levantar aquellos platillos y vasos que están vacíos. La atención inmediata por la cuenta debe ser eficaz, un consumidor no quiere esperar a que un mesero lleve la cuenta cuando éste desee, quiere que la nota le sea proporcionada a la brevedad posible para así poder liquidar económicamente el servicio y retirarse. Una vez que el comensal abandona la mesa, se deberá emplear una limpieza de la mesa recién desocupada con el fin de tener un espacio disponible para nuevos comensales, dicha limpieza deberá ser efectuada rápidamente.

- Paso 6: Añadir evidencia de servicio en cada paso de acción del cliente:

El comensal se debe sentir atendido, por lo que la atención de los meseros es elemental en todo momento, sin importar el tráfico de clientes en el momento. Aunque son restaurantes de una ambiente relajado y estudiantil, es necesario cierto nivel de profesionalismo y seriedad por parte de los meseros.

La evidencia de servicio más importante es la comida, el sabor, cuidado e higiene de los alimentos debe ser impecable. No existe un margen de error en el elemento más importante del servicio, si este es afectado de manera negativa, también lo será la percepción de los comensales, teniendo como consecuencia una posible pérdida de clientes.

Por medio de los 6 pasos anteriormente mencionado se presenta a continuación el esquema de servicio estandarizado para ambos restaurantes analizados:

Esquema de Servicio para los restaurantes Búrbula y Monchis

