**1. Portada**

**2. Índice**

**3. I introducción**

**3.1. Presentación**

**3.2. Planteamiento del Problema**

Las Preguntas de Investigación

¿Que es el servicio al cliente?

¿Como puedes brindar un buen servicio a los clientes?

¿Porque es importante el servicio al cliente en restaurantes?

 ¿Cuales son las consecuencias del buen servicio al cliente?

 ¿Cuales son las consecuencias del mal servicio en restaurantes?

¿Que es lo que le llama la atención a las personas para ir a un restaurante?

3.3. Preguntas de Investigación

3.4. Justificación

La importancia de esta investigación radica en saber qué es lo que satisface o no a los clientes a la hora de ir Al Bistró Garden del Hotel Victoria Ejecutivo Guadalajara, por eso es de suma importancia realizar un documento donde se plasmen las quejas y sugerencias de los clientes así como las carencias y satisfacciones obtenidas en el mismo, para ver que es lo que se puede hacer para tener mas clientes y conservar a los que ya se tienen.

**3.5. Objetivos:**

**3.5.1. General**

Conocer el nivel de satisfacción de los clientes a la hora de ir salir del Bistró Garden Victoria Ejecutivo Guadalajara

**3.5.2. Particulares**

1) Conocer las deficiencias en los servicio del Bistró Garden

2 ) Crear un documento en el que se conozca la satisfacción de los clientes en base a una encuesta y crear un documento donde se plasmen quejas y sugerencias de los clientes

3) Identificar los beneficios de tener un buen servicio al cliente

**4. Metodología**

Documental.

Ya que me apoyare en diversos libros, ensayos, documentos bibliográficos, así como en artículos de internet.

Descriptiva

Se tomó como objeto de estudio, el Bistró Garden del Hotel Victoria Ejecutivo Guadalajara y de ahí se organizó punto por punto cada situación, y así se fueron clarificando los objetivos que se propusieron para la investigación.

De Campo

Se realizaran encuestas a los clientes del Bistró Garden

**4.1. Enfoque**

**4.2. Método de investigación**

**4.3. Universo o población**

**4.3.1. Universo**

**4.3.2. Método de muestreo**

**4.3.3. Unidad de estudio**

**4.4. Recursos:**

**4.4.1. Humanos**

-Gerente de Ay B

-Clientes (para contestar encuestas)

-Meseros

**4.4.2. Materiales**

**-**Libros

-Revistas

-Internet

-Cuadernos

-Computadora

**4.4.3. Financieros**

**-** Viáticos

**4.5. Limites**

**4.5.1. Tiempo**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Mayo | junio | julio | agosto | sept | oct | nov |
| Consulta Bibliográfica | X |  | X | X | X | X | X |
| Revisión periódica del protocolo | X |  | X |  | *X* |  | *X* |
| Utilización de materiales y métodos  | X |  | X | X | X | X | X |
| Trabajo de campo |  |  |  | X | X |  |  |
| Captura de datos |  |  |  |  | X |  | X |
| Análisis de la información |  |  |  |  |  |  | X |
| Reporte de investigación  |  |  |  |  |  |  | X |
| Presentación de tesis |  |  |  |  |  |  | X |
| Descanso |  | X |  |  |  |  |  |

**4.5.2.**

**Contexto**

**4.5.3. Personas o sujetos**

**4.6. Procedimiento**

**4.7 Consideraciones éticas al estudio**

**5. Marco Contextual**

**5.1. Conceptual**

**5.2. Histórico**

Desde una perspectiva histórica, gran parte del trabajo en el campo de la satisfacción de los clientes empezó en los años setenta, cuando el consumismo empezó a aumentar. El nacimiento del movimiento de los consumidores estuvo relacionado, directamente con la baja de los servicios que sintieron muchos de éstos.

Durante la década de los setenta las empresas de servicios comenzaron a enmarcarse profundamente en la satisfacción de sus clientes, debido a las bajas que éstas habían obtenido anteriormente por la insatisfacción del cliente, es decir, que las empresas no le daban al cliente un servicio de calidad ni mucho menos excelente, porque se preocupaban más por producir que por satisfacer a los clientes.

Además, es importante mencionar que la oferta de servicios ha tenido un enorme aumento recientemente y que éste aumento de los servicios se debe a dos factores esenciales como son: el desarrollo de la economía y el mejoramiento del nivel de vida de la sociedad.

Además, es importante mencionar que la oferta de servicios ha tenido un enorme aumento recientemente y que éste aumento de los servicios se debe a dos factores esenciales como son: el desarrollo de la economía y el mejoramiento del nivel de vida de la sociedad.

Una de las principales tendencias a nivel mundial en los últimos años, ha sido el impresionante crecimiento de los servicios como resultado del aumento de los ingresos, de más tiempo libre y de la creciente complejidad de los productos que requieren servicios."

En la actualidad, la economía global está creciendo significativamente, debido a que las compañías de servicios se han dedicado a brindar a sus clientes servicios inigualables, contando con la opinión de ellos para la toma de decisiones en las empresas con respecto a la prestación de servicios.

Esta nueva "era de los servicios globales" se caracteriza porque el sector de servicios domina las cifras de mano de obra y las economías; una mayor participación de los clientes en las decisiones estratégicas de los negocios..."

Uno de los recursos que ha contribuido a la buena prestación de servicios por parte de los empleados, es el uso de tecnología, porque ha facilitado el proceso de atención al cliente.

En la antigüedad, las iglesias y los monasterios tenían por costumbres albergar los viajeros y alimentarlos aceptando algunas donaciones a cambio. Esta situación fue aprovechada por comerciantes de la época para crear establecimientos especializados en la venta de comidas y bebidas.

El origen de los restaurantes tal y como se les conoce actualmente no es muy antiguo. En el siglo 18, en los sitios donde se servía comida, sólo se podía comer a una hora fija y usted tenía que someterse a lo que sirviera el establecimiento.

A principio de la época moderna en el año 1658, se introdujeron los carruajes en Inglaterra, impulsando este desarrollo de la transportación el auge de las posadas y tabernas.

El término "RESTAURANTE" es de origen francés, y fue utilizado por primera vez en París, al designar con este nombre un establecimiento fundado alrededor de 1765, por un francés de apellido Boulanger, vendedor de caldos y sopas, las bautizó con el nombre de 'restaurants' porque reconfortaban, y así las anunciaba en el exterior de su negocio: venite adme omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos. No eran los parisinos que en el año 1775 sabían leer francés y menos latín, pero los que podían sabían que Dossier Boulanger, el propietario decía: venid a mi todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados que yo restauraré.

En él se servían bebidas y comidas peor como algo distingo a las posadas, tabernas y casas de comida. Su éxito fue inmediato y numerosos restaurantes fueron abiertos. Eran atendidos por camareros y mayordomos que habían abandonado sus empleos.

El restaurante de Boulanger, Champs D'odiso, cobraba unos precios lo suficientemente altos como para convertirse en un lugar exclusivo en el que las damas de la sociedad acudían para mostrar su distinción.

Después de la revolución Francesa en 1789, la aristocracia arruinada, no pudo mantener su numerosa servidumbre, y muchos sirvientes desocupados fundaron o se incorporaron a éste nuevo tipo de casa de comidas que surgía en gran número.

En otros países, el restaurante, tal como lo conocemos hoy, data de las últimas décadas del siglo XIX, cuando pequeños establecimientos, con éste nombre comenzaron a competir con los hoteles ofreciendo abundantes comidas, elegantemente servidas y a preciso razonables. En Londres el primer restaurante se abrió en 1873.

En España y otros países de habla Castellana, también comenzó a propagarse el nombre de "RESTAURANTE", como un tipo de establecimiento que se dedicaba en especial a servir comidas. Hoy la palabra "FONDA" designa a un restaurante, generalmente muy modesto.

La asociación nacional llegó a estados unidos en 1974, traída por un refugiado francés llamado Baptise Gilbert Paupal. Este se fundo lo que seria el primer Restaurante francés en los Estados Unidos, llamado Julion's Restatorator. En el que se servían frutas fondues de queso y sopas, así empieza la cocina americana. Los franceses que habían huido de su país en el siglo XVIII escapado de la persecución abrieron varios establecimientos.

El restaurante que generalmente se considera como el primero en este país es el Delmonico, fundado en New York en 1827. John Delmonico, el fundador, era capitán suizo que se retiro de la vida marítima en 1825 y abrió una diminuta tienda Baterry, New York.

Es el negocio comercial de los restaurantes prospero después de la segunda guerra mundial ya que, muchas personas con posibilidades económicas adquirieron él habito de comer fuera de sus casas.

Entre 1880 y 1890, Fred Harvey y John R. Thompson fueron los primeros en establecer las grandes cadenas de restaurantes.

Para dar respuesta a la demanda de los numerosos restaurantes, en las grandes ciudades se vieron en la obligación de crear escuelas especiales donde se impartía una enseñanza profesional para preparar personal práctico en las distintas tareas de estos establecimientos, desde personal subalterno, como: Cocineros, Camareros, Empleados de escritorio, etc., hasta personal superior como Maîtres, Chefs y Gerentes.

La palabra restaurante se Estableció en breve y los chef de más reputación que hasta entonces solo habían trabajo para familias privadas abrieron también sus propios o fueron contratados por un nuevo grupo pequeños empresarios: Los restauradores.

El negocio de los Restaurantes públicos fue creciendo progresivamente, pero en 1919 había solo 42.600 restaurantes en todo el país, ya que el comer fuera representaba para la familia media de las pequeñas ciudades una ocasión especial.

A partir de este tibio comienzo, el progreso que alcanzó el arte culinario de los restaurantes ya no se detuvo. El próximo paso fue no sólo esmerarse en la cocina sino en la manera de servir la comida al cliente.

Desde una perspectiva histórica, gran parte del trabajo en el campo de la satisfacción de los clientes empezó en los años setenta, cuando el consumismo empezó a aumentar. El nacimiento del movimiento de los consumidores estuvo relacionado, directamente con la baja de los servicios que sintieron muchos de éstos.

Durante la década de los setenta las empresas de servicios comenzaron a enmarcarse profundamente en la satisfacción de sus clientes, debido a las bajas que éstas habían obtenido anteriormente por la insatisfacción del cliente, es decir, que las empresas no le daban al cliente un servicio de calidad ni mucho menos excelente, porque se preocupaban más por producir que por satisfacer a los clientes.

Además, es importante mencionar que la oferta de servicios ha tenido un enorme aumento recientemente y que éste aumento de los servicios se debe a dos factores esenciales como son: el desarrollo de la economía y el mejoramiento del nivel de vida de la sociedad.

Además, es importante mencionar que la oferta de servicios ha tenido un enorme aumento recientemente y que éste aumento de los servicios se debe a dos factores esenciales como son: el desarrollo de la economía y el mejoramiento del nivel de vida de la sociedad.

Una de las principales tendencias a nivel mundial en los últimos años, ha sido el impresionante crecimiento de los servicios como resultado del aumento de los ingresos, de más tiempo libre y de la creciente complejidad de los productos que requieren servicios."

En la actualidad, la economía global está creciendo significativamente, debido a que las compañías de servicios se han dedicado a brindar a sus clientes servicios inigualables, contando con la opinión de ellos para la toma de decisiones en las empresas con respecto a la prestación de servicios.

Esta nueva "era de los servicios globales**"** se caracteriza porque el sector de servicios domina las cifras de mano de obra y las economías; una mayor participación de los clientes en las decisiones estratégicas de los negocios..."

Uno de los recursos que ha contribuido a la buena prestación de servicios por parte de los empleados, es el uso de tecnología, porque ha facilitado elproceso de atención al cliente.

**5.3. Referencial**

**6 .Conclusiones previas**

**6.1. Alcances**

**6.2. Limitaciones**

**7. Bibliografía**

www.monografias.com/trabajos63/origen-servicio-alimentos-bebidas/origen-servicio-aliment

http://catarina.udlap.mx/u\_dl\_a/tales/documentos/macm/mateos\_z\_mm/capitulo2.pdf

http://www.slideshare.net/androgena/historia-de-servicio-al-cliente1

http://www.monografias.com/trabajos11/atecli/atecli.shtml

http://arnoldoaraya.com/Articulos/SERVICIO%20AL%20CLIENTE2.pdf

http://biblio2.ugb.edu.sv/bvirtual/9115/capitulo2.pdf