



Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas

**Mejora de Calidad en los Servicios como Ventaja Competitiva en
los Restaurantes de Retailhuleu**
(Artículo científico-Trabajo de graduación)

Jaquelin Verónica Delgado Cajchun.

Guatemala, octubre 2020

**Mejora de Calidad en los Servicios como Ventaja Competitiva en
los Restaurantes de Retalhuleu**
(Artículo Científico-Trabajo de Graduación)

Jaquelin Verónica Delgado Cajchun.

Lic. Uri Cruz Díaz (**Asesor**)

M.Sc. Sharon Marlene Soto Chilin (**Revisora**)

Guatemala, octubre 2020

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Lic. Juan Francisco Lara Samayoa

Coordinador

Guatemala, 21 de septiembre de 2019

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy autor del Artículo científico titulado "**Mejora de calidad en los servicios como ventaja competitiva en los restaurantes de Retalhuleu**" y confirmo que respeté los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de este Artículo científico y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.

Atentamente,



~~Jaquelin Verónica Delgado Cajchun.~~

Licenciatura en administración de empresas

Carné No. 201903286



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA
"Solidaria ante todo; adquiere sabiduría"

REF.: CCEE. LAE. 005-2020
SEDE RETALHULEU

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 26 DE OCTUBRE DEL 2020
ORDEN DE IMPRESIÓN

Asesor (a): Licenciado Uri Cruz Díaz

Revisor (a): Licenciada Sharon Marlene Soto Chili

Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Artículo científico titulado: "Mejora de Calidad en los Servicios como Ventaja Competitiva en los Restaurantes de Retalhuleu"

Presentada por: Jaquelin Verónica Delgado Cajchun

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciada

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas



☎ 1779

🌐 upana.edu.gt

📍 Diagonal 34, 31-43 Zona 16

Retalhuleu, Retalhuleu, 21 de septiembre de 2019.

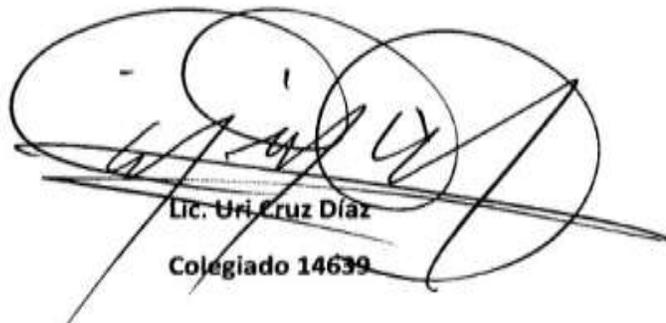
Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente.

Estimados Señores:

En relación a la Asesoría del Artículo Científico titulado **Mejora de Calidad en los Servicios como Ventaja Competitiva en los Restaurantes de Retalhuleu**, realizado por el estudiante Jaquelin Verónica Delgado Cajchun, ID 000089173 de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la asesoría del mismo, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme por cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Lic. Uri Cruz Díaz
Colegiado 14639

Guatemala, 28 de octubre 2019

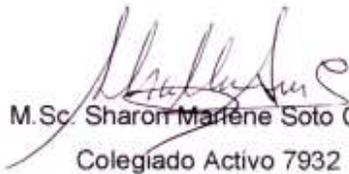
Señores:
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados Señores:

En relación al Artículo científico titulado: **"Mejora de calidad en los servicios como ventaja competitiva en los restaurantes de Retalhuleu"**, realizado por Jaquelin Verónica Delgado Cajchun, carné 201903286, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la Revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecermé para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


M.Sc. Sharon Marlene Soto Chilín
Colegiado Activo 7932

Dedicatoria

A Dios

Por darme la fortaleza y sabiduría para poder lograr las metas en esta etapa de mi vida.

A mi familia

Por estar incondicionalmente a mi lado, dándome el apoyo necesario para no desfallecer y poder lograr mis metas

Contenido

Abstrac	i
Introducción	ii
Capítulo 1	
1. Metodología	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Pregunta de investigación	2
1.3. Objetivos de la investigación	2
1.3.1. Objetivo general	2
1.3.2. Objetivos específicos	2
1.4. Definición del tipo de investigación	2
1.4.1. Investigación Descriptiva.	2
1.5. Sujeto de investigación	3
1.6. Alcance de la investigación	4
1.6.1. Temporal	4
1.6.2. Geográfico	4
1.7. Definición de la muestra	5
1.7.1. Empleo de la muestra finita o infinita	5
1.8. Definir instrumentos de investigación	6
1.9. Recolección de datos	6
1.10. Procesamiento y análisis de datos	6
Capítulo 2	
2. Resultados	7
2.1. Presentación de resultados	7
Capítulo 3	
3. Discusión y conclusiones	21
3.1. Extrapolación	21
3.2. Hallazgos y análisis general	24
3.3. Conclusiones	25
Referencias	26
Anexos	27

Abstrac

Las técnicas relacionadas con la calidad para mejorar los servicios de los restaurantes identificadas para generar ventaja competitiva en la cabecera de Retalhuleu, es el proceso de investigación de este artículo.

La evaluación de la mejora de calidad en los servicios que prestan los diversos restaurantes de la cabecera de Retalhuleu, engloba procesos de selectivos y efectivos que aplican la toma de decisiones que generan alcances determinantes en las organizaciones, las cuales alcanzan los niveles de competitividad en los mercados actuales, es por ello que cada vez los servicios de los restaurantes deberán prestar servicios de calidad, en constante mejora continua, que le permita crear ventaja competitiva. Es necesario desarrollar estrategias que logren un ambiente de preferencia y satisfacción, logrando fidelizar a los clientes y permitiendo establecer un servicio eficaz y diferenciado. Dichos datos deberán ser efectivos para mantener el nivel de competencia deseado e identificar factores que establecen calidad.

Introducción

La presente investigación desarrolla una serie completa de términos importantes que permiten a la sociedad interpretar y analizar el termino mejora de calidad en los servicios logrando generar excelencias en procesos y servicios, cumplimiento de objetivos identificando los factores esenciales que permitan el crecimiento de todas las instituciones que deseen desarrollar calidad.

Para ello se describen diferentes puntos beneficiosos para crear ventaja competitiva formulando objetivos medibles para la aceptación y complemento de la Calidad en los restaurantes de la cabecera departamental de Retalhuleu. Al adquirir en cada uno de los procesos calidad, se incorpora de manera práctica la mejora continua, proceso por el cual pasan todas las actividades y funciones en las que se necesita aumentar la eficiencia.

En el primer capítulo se detalla la investigación sobre los hechos y evolución que marcaran el proceso de mejora de calidad desde sus inicios hasta su mayor cambio en la actualidad en instituciones competitivas que desean radicar cambios efectivos mediante el desempeño organizacional, servicial y efectivo se debe desarrollar el valor agregado para los clientes actuales, esto beneficia a restaurantes y fomenta la ventaja competitiva.

En el segundo capítulo se desarrolla toda la base verídica que permite consolidar y concretar el proceso de investigación mediante fuentes complejas y detalladas, mediante el uso de dichas fuentes se determina obtener resultados enfocados en el proceso de mejora continua, el cual va generando resultados positivos e incrementando posibles cambios o enfoques en la organización.

En el tercer capítulo se determina los datos que permiten identificar las fuentes importantes que defienden la honestidad intelectual y ayudan al lector a interpretar los argumentos para validar la naturaleza de la investigación, haciendo referencia a contribuir con la mejora de la calidad en las distintas organizaciones competitivas.

Capítulo 1

Metodología

1.1. Planteamiento del problema

La calidad en los servicios de toda organización toma un rol importante y selectivo, porque cada vez la demanda de calidad en los servicios de parte de los clientes es más exigente, lo cual requiere de cambios organizativos, dirigidos a alcanzar el nivel de competencia en cada servicio, esto depende de cada organización que logre determinar ventajas que le permitan competir en el mercado actual.

De acuerdo con observaciones realizadas en la cadena de restaurantes, es necesario mencionar, que la mayor parte de restaurantes de Retalhuleu mantienen un déficit de calidad en los servicios, procesos, atención al cliente, estandarización de normas específicas para brindar servicios, todo esto es visualizado en la ausencia de clientes en los restaurantes, como también la baja productividad de los colaboradores, cada punto antes mencionado genera baja participación en el mercado actual, esto es con relación a los establecimientos que brindan alimentación a nivel nacional.

El buen servicio, los procesos alimenticios adecuados, generan satisfacción en el cliente e incrementa las visitas de los clientes y preferencias por sus platillos. Para ello es esencial crear procesos que generen ventajas para competir en el mercado. Es importante mantener una cultura de mejora continua que permita reconocer un servicio de calidad que determine el posicionamiento de competencia en el mercado actual.

Se evalúan varios factores dentro de este proceso de investigación los principales: sujetos de estudio, los que determinan y aportan información para que dicha investigación sea realizada en su totalidad con éxito, para generar conclusión con relación a la problemática y crear las recomendaciones o propuestas necesarias para contribuir a la eliminación de la problemática actual.

1.2. Pregunta de investigación

¿La mejora de calidad, incide en obtener ventaja competitiva en los servicios que brindan los restaurantes de Retalhuleu?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Identificar los factores que intervienen en la mejora de la calidad para obtener una ventaja competitiva en los restaurantes de Retalhuleu.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Identificar la actitud de los colaboradores al prestar el servicio a los clientes, para determinar la calidad.
2. Evaluar las expectativas y necesidades del cliente según el servicio que se presta.
3. Identificar los procesos y servicios mediante la mejora continua para brindar calidad.

1.4. Definición del tipo de investigación

1.4.1. Investigación Descriptiva

El proceso de investigación en los restaurantes de Retalhuleu permite observar, analizar y cuantificar los factores que determinarán la calidad del servicio, por lo que es necesario evaluar los niveles de calidad para generar en el cliente la fidelización, logrando posicionar en el mercado la preferencia. En los restaurantes de Retalhuleu se determina el estudio de técnicas que se utilizarán para definir un servicio de calidad, con datos reales que permitan que la investigación tenga éxito y genere conocimiento que permita obtener ventajas competitivas para los diversos restaurantes con el fin de lograr identificar el servicio que se presta a la población de Retalhuleu. De acuerdo con (Arias, F, 2006):

Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos. Investigación descriptiva, su misión es observar y cuantificar la modificación de una o varias características en un grupo, sin establecer relaciones entre estas. Cada característica o variable se analiza de forma autónoma o independiente. Por consiguiente, en este tipo de estudio no se formulan hipótesis, sin embargo, es obvia la presencia de variables. (Pág. 24-25)

1.5. Sujeto de investigación

El proceso de investigación se realizará con los clientes de los 25 restaurantes de la cabecera de Retalhuleu.

Listado de restaurantes de la Cabecera de Retalhuleu.

1	Parrillada donde Maco	13	Restaurante El Rancho
2	Carnitas Rosy	14	Restaurante Las Palmas
3	Restaurante Flor Azul	15	Restaurante Mandarín Oriental
4	Restaurante Maxims	16	Restaurante La Luna
5	Restaurante Al Cilantro	17	Restaurante Casa Al Carbón
6	Restaurante Ralda´s Steak House	18	Little Ceasars.
7	Restaurante Eco Resort Samalá	19	Subway
8	Campero	20	Restaurante Cafetos
9	Taco Bell	21	Restaurante La Tabla
10	Restaurante La Proa	22	Restaurante Kapa Hapa
11	Mac Donalds	23	Restaurante Las Arcas
12	Burger King	24	Restaurante Los Corozos
		25	Restaurante Albamar

Fuente: investigación de campo 2019.

1.6. Alcance de la investigación

1.6.1. Temporal

Del 30 de marzo al 7 de septiembre del año 2019.

N.	ACTIVIDAD	MA		AB		M		JN		JUL		AG		SEP T.	
		1 2	3 4	1 2	3 4										
1	Evaluación de temas de investigación.														
2	Establecer diseño, guías informativas, búsqueda de información														
3	Establecer sujetos de investigación e investigarlos														
4	Establecer instrumentos de investigación, seguimiento de diseño de investigación														
5	Revisión y validación de instrumentos de investigación.														
6	Analizar, tabular y recolectar datos de área de campo de la investigación.														
7	Correcciones, revisión y aprobación de artículo científico.														

Fuente: investigación de campo 2019.

1.6.2. Geográfico

La presente investigación se realiza en la cabecera departamental de Retalhuleu con los restaurantes de los municipios de Santa Cruz Muluá, San Martín Zapotitlán, San Sebastián y San Felipe del mismo departamento.

Criterio de exclusión

Los siguientes municipios son excluidos del estudio por; factores como la violencia, negatividad para proporcionar datos, ser evaluados y por no haber restaurantes formales inscritos en el Registro Mercantil y la Superintendencia de Administración Tributaria. Champerico, San Andrés Villa Seca, San Carlos y El Asintal

1.7. Definición de la muestra

1.7.1. Empleo de la muestra finita o infinita

La investigación descriptiva se realiza con una población desconocida o infinita. Dicho proceso se realizará en los restaurantes y no existe un número exacto de clientes en X días, así como la certeza de que los clientes sean retaltecos o turistas. Por lo que se consideran clientes potenciales que darán respuesta a la siguiente investigación aplicando la siguiente fórmula.

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde

n=	Muestra
z2=	El valor de Z bajo el área de la curva normal
p=	Probabilidad de éxito que suceda un fenómeno
q=	Probabilidad de fracaso que no suceda un fenómeno.
e=	Error.

Fórmula despejada

$$z = 0.95 \quad z = 1.96$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$e = 0.05$$

$$n = \frac{(1.96^2)(0.50)(0.50)}{0.05^2}$$

n= 384 clientes para encuestar.

Según la distribución de las boletas en los restaurantes será de la siguiente manera.

Retalhuleu	15	60%	230 boletas
San Felipe	1	4%	15 boletas
San Sebastián	3	12%	46 boletas
Santa Cruz Muluá	2	8%	31 boletas
San Martín Zapotitlán	4	16%	62 boletas

Fuente: investigación de campo 2019.

1.8. Definir instrumentos de investigación

En esta investigación el instrumento a utilizar será la encuesta aplicada a los 384 clientes de los 25 restaurantes de la cabecera de Retalhuleu. Ver anexo No. 1

1.9. Recolección de datos

No.	Actividad	Fecha inicio	Fecha fin	Responsable	Recurso
1	Recolección de datos restaurantes de Retalhuleu	23 -08-2019	24-07-2019	Investigador	Boletas
2	Recolección de datos restaurantes de San Felipe	25-08-2019	25-08-2019	Investigador	Boletas
3	Recolección de datos de restaurantes Santa Cruz Muluá	25-08-2019	25-08-2019	Investigador	Boletas
4	Recolección de datos restaurantes San Sebastián	23 -08-2019	24-07-2019	Investigador	Boletas
5	Recolección de datos restaurantes San Martín Zapotitlán.	25-08-2019	25-08-2019	Investigador	Boletas

Fuente: investigación de campo 2019.

1.10. Procesamiento y análisis de datos

Los datos analizados serán procesados con el apoyo del Paquete de Office con el programa de Excel realizados a través de hojas de cálculo electrónicas.

Capítulo 2

Resultados

2.1. Presentación de resultados

Los resultados obtenidos en esta investigación han dado respuesta a dicho proceso, esta información fue recaudada por clientes de restaurantes de Retalhuleu, los cuales brindaron información necesaria y específica para determinar datos reales los cuales son presentados y analizados.

Pregunta No. 1 ¿A cada cuanto tiempo visita un restaurante?



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

De acuerdo con la cuarta parte de la población indican que su consumo de alimentos en restaurante es frecuente, ya que prefieren degustar cada vez del servicio, contrario a tres quintas partes que el consumo es poco y va se va reduciendo según la economía de la población.

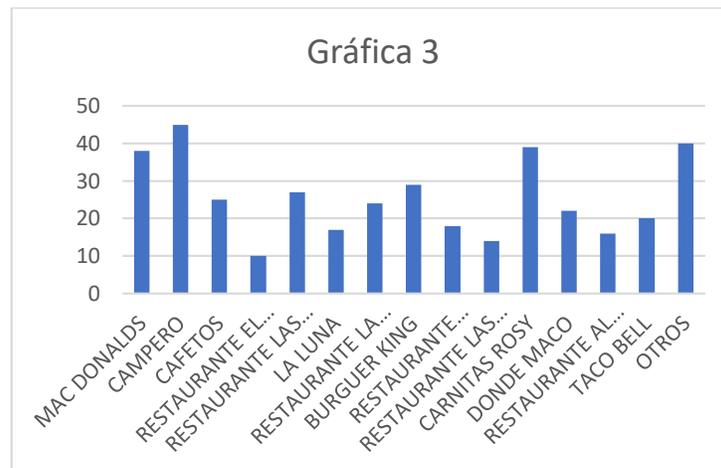
Pregunta No. 2 ¿Cómo califica los servicios de los restaurantes?



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

Con los resultados obtenidos se logró la aceptación calificativa de los diferentes servicios en los restaurantes, ya que tres quintas partes de la población está de acuerdo con los servicios recibidos, por lo contrario, tres décimas partes lo considera regular y una minina parte lo determina mala.

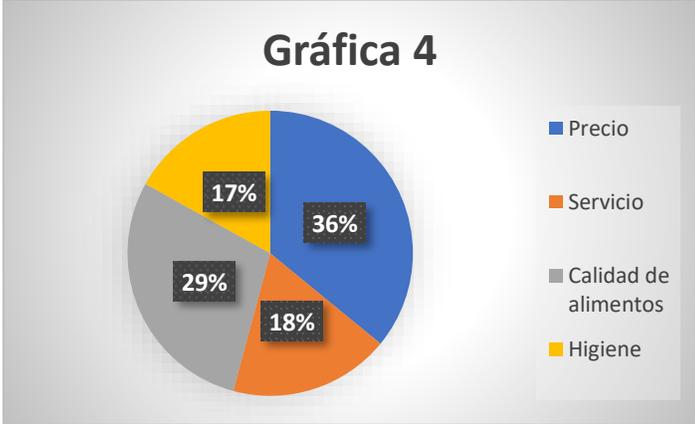
Pregunta No. 3 ¿Enumere sus tres restaurantes preferidos?



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

Según la determinación de la población, menciona los restaurantes preferidos con los cuales se identifican al elegir el lugar para degustar un patillo, ya que se sienten satisfechos y cómodos con los servicios que se le presentan.

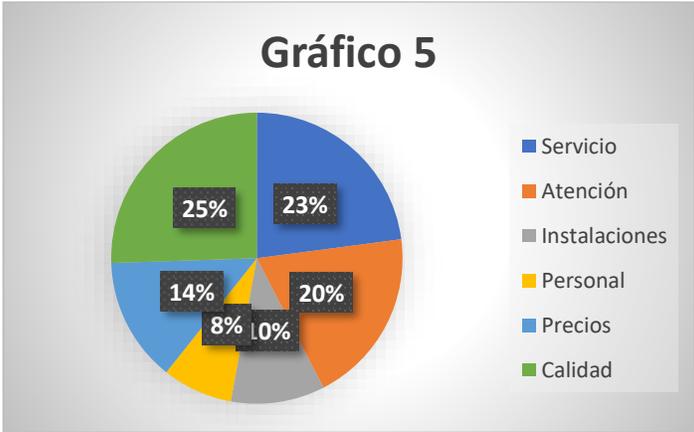
Pregunta No. 4 ¿Por qué elige un restaurante?



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

La determinación al elegir un restaurante es bastante significativa, seleccionando que un poco más de la cuarta parte de la población lo elige por precio, de cada cincuenta personas solo quince eligen por los alimentos y el resto lo hace por higiene y servicio.

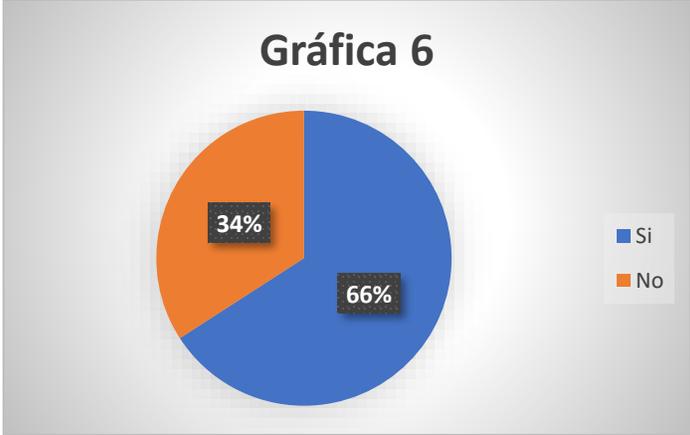
Pregunta No. 5 ¿Qué le gustaría que cambiara los restaurantes que visita?



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

Los restaurantes que fueron visitados por la población mencionan que tres de cada diez personas manifiestan que deberían mejorar la calidad, menos de la cuarta parte de la población encuestada le gustaría que cambiara el servicio, dos quintas partes lo desean en la atención, sin embargo, porco más de la décima parte se inclinan por el precio, solo una de cada diez personas lo haría por las instalaciones y tan solo 4 personas lo desea en el cambio de personal.

Pregunta No. 6 ¿Los servicios de los restaurantes cubren sus necesidades y llenan sus expectativas?



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

El logro de más de las tres quintas partes de la población selecciona que los servicios de los restaurantes cubren y satisfacen sus necesidades al degustar de un patillo y recibir el servicio, determinando así que más de las dos quintas partes de la población menciona que dichos servicios no logran cubrir sus necesidades ni sus expectativas.

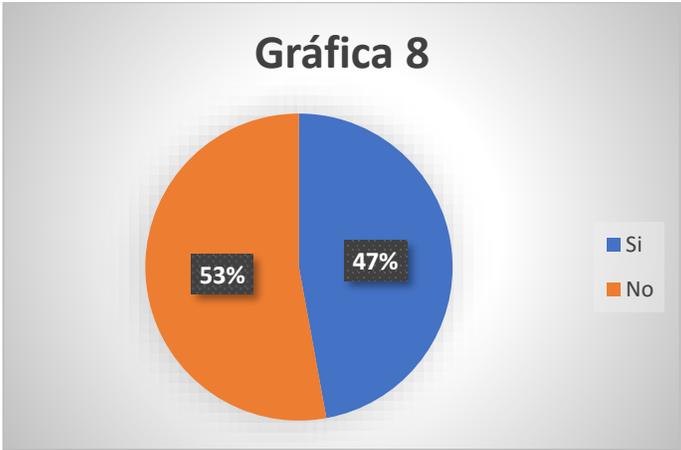
Pregunta No. 7 ¿Cómo visualiza la actitud del personal que le presta el servicio en un restaurante?



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

La actitud visualizada por los clientes menos de la mitad escucha lo que se le solicita, una cuarta parte tiene agilidad en el servicio, once de cada cincuenta personas son amables y brindan calidad y tan solo una parte menos de la décima mantiene la exactitud de información al tomar la orden de sus platos.

Pregunta No. 8 ¿Considera que el personal que atiende en los restaurantes está capacitado para prestarle un buen servicio?



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

Según los datos obtenidos demuestra que más del porcentaje de la mitad de restaurantes cuentan con colaboradores no capacitados para la atención al cliente, dando a conocer un servicio deficiente, poco atraído, por lo que menos de la mitad considera que dichos colaboradores si cuentan con la capacitación necesaria para servir al público.

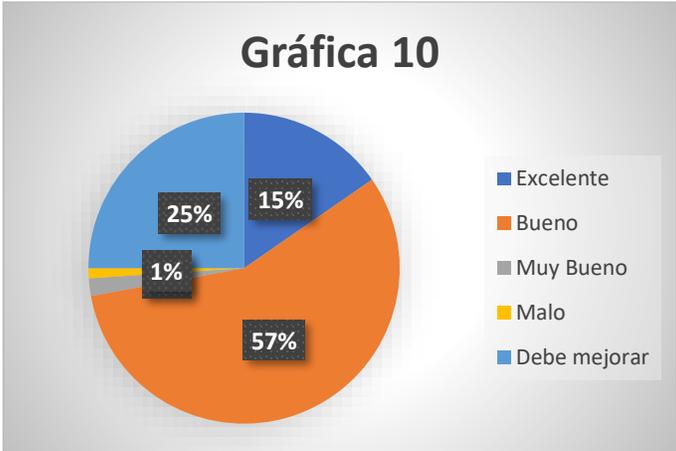
Pregunta No. 9 ¿Cree que es posible mejorar los servicios que prestan los restaurantes?



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

De acuerdo con la información recolectada el total de la población considera que se deben mejorar en todos los restaurantes los servicios, ya que es una forma de minimizar la competencia y atraer clientes.

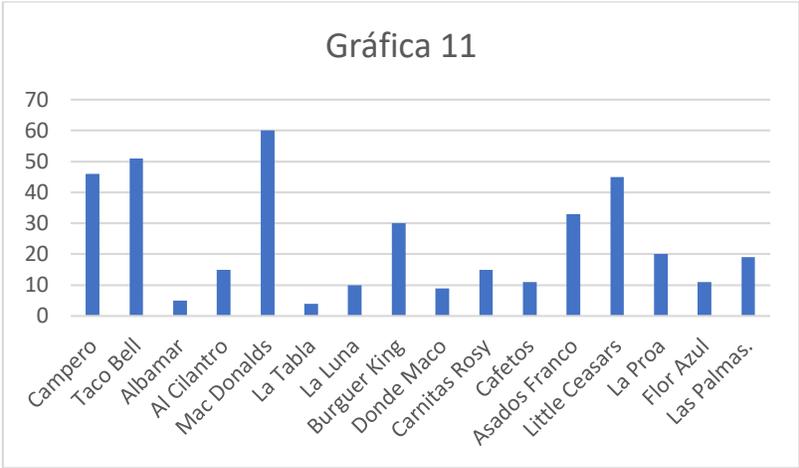
Pregunta No. 10 En general ¿Cómo califica los servicios de un restaurante?



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

Los servicios de los diferentes restaurantes son calificados de diversas formas, más de la mitad lo selecciona, un servicio bueno, mientras la cuarta parte denomina que debe mejorar, de cada treinta personas cinco manifiestan excelencia en el servicio y tan solo una persona lo califica de forma mala, determinando que dichos servicios deben de mantenerse en mejora continua.

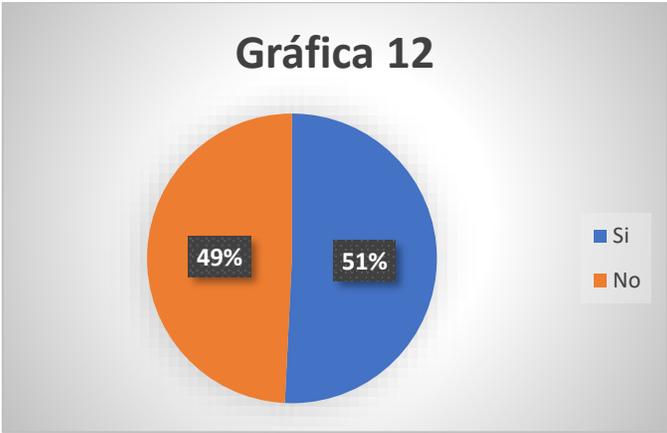
Pregunta No. 11 Mencione el nombre del penúltimo restaurante que visitó.



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

Los datos recolectados demuestran que la población ha visitado varios restaurantes, los cuales brindan buen servicio, es por ello que las visitas de los clientes son constantes.

Pregunta No. 12 ¿Si tuviera que elegir en visitar un restaurante, volvería a elegir el mencionado anteriormente?



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

Según la recolección de datos la mitad de la población determina que volvería a visitar el mismo restaurante, sea por servicio, alimentación o excelente ambiente para convivir, lo cual genera la decisión de elegir una y varias veces más dicho restaurante. Determinado también que la otra parte de la población considera que no volvería a elegir el mismo lugar para degustar de sus platillos, en su probabilidad por un mal servicio o por el sabor de sus platillos

Pregunta No. 13 ¿Considera que hay servicios mejor organizados en algún restaurante?



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

Los servicios de los distintos restaurantes deben de satisfacer la demanda exigente del mercado, es por ello que cierto porcentaje logra llegar a la séptima parte de la población que considera que existe un restaurante que cuenta con servicios mejor organizados que la competencia y más que la tercera parte concluye que dichos servicios no están organizados en ningún restaurante.

Pregunta No. 14 ¿Recomendaría los servicios de algún restaurante a otras personas?



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

De acuerdo con tres quintas partes de la población demuestra su elección por recomendar un restaurante a otras personas, identificando el motivo que lo distingue de la competencia, es por ello que dos quintas partes también seleccionan que no recomendarían un restaurante, ya sea por cualquier inconformidad que se generó en su visita.

Pregunta No. 15 ¿Es agradable para el cliente recibir un servicio diferenciado en los restaurantes?



Fuente: investigación de campo, agosto 2019.

Los resultados obtenidos en la siguiente gráfica demuestran que la totalidad de la población se siente satisfecha al recibir un servicio diferenciado de los demás, lo que motiva a la población a elegir un restaurante que le presente servicios agradables y confiables.

Capítulo 3

Discusión y conclusiones

3.1 Extrapolación

El lapso de espera que un cliente es atendido en los distintos restaurantes, conlleva una pérdida de tiempo considerada desde que se le toma su pedido hasta su pago final, esto genera inconformidad en los clientes, permitiendo ya no regresar a dicho restaurante, según el dato del proceso de recolección de información se determina el mal servicio que prestan algunos restaurantes, lo cual genera perdida considerada de clientes. Según (Lovelock, 2004):

Un encuentro de servicio es un periodo de tiempo durante el cual los clientes se relacionan directamente. Toda la experiencia de servicio debe ser reducida a un solo encuentro que incluye la solicitud, el pago y la ejecución de la entrega del servicio. (Pág. 113)

En los restaurantes de Retalhuleu la mayor parte de los clientes necesita un servicio diferenciado, el cual llame la atención para que las visitas sean constantes, es por ello que cada vez que se solicita un servicio debe ser con un valor agregado que genere satisfacción y preferencia de los clientes. Según (Porter, 2007) “Las áreas de la diferenciación pueden ser: producto, distribución, ventas, comercialización, servicio e imagen” (Pág. 1)

Mediante el proceso de selección de datos gran parte de los clientes recomendarían los servicios de un restaurante mediante, una buena atención, amabilidad, agilidad en el proceso de atención, buena presentación y actitud del personal, para ello los restaurantes de Retalhuleu presentan variedad de servicios los cuales necesitan ser actualizados y organizados para brindar calidad y buena imagen logrando publicidad llamativa. Según (Tschohl, 2011) “La publicidad atrae a los clientes hasta las puertas de la empresa, pero un mal servicio les envía, rápidamente, de regreso a la calle” (Pág. 33)

Un determinado número significativo de clientes indican sobre la organización de los servicios en los restaurantes debe mejorar, ya que desde que inicia el intercambio de saludo, también inicia la calidad, mediante la cual se genera confianza, satisfacción y buena imagen del restaurante, según el tiempo de espera de su orden hasta lograr la fidelización de los clientes como la recomendación de dicho restaurante. De acuerdo con (Calderón, 2009) “Ponerse en la situación del cliente, para saber cómo se siente. Es ocupar el lugar del cliente en cuanto a tiempo, el cual es valioso para él, conociendo a fondo sus necesidades personales”. (Pág. 84)

La elección de un restaurante en Retalhuleu implica comodidad y capacidad que tienen los colaboradores para interactuar con los clientes, es importante mencionar que cada colaborador debe de estar capacitado para entablar comunicación, tener la facilidad de entender el carácter de cada cliente, es así como dichos clientes determinan el nivel de aceptación, preferencia y la actitud positiva que le generan un valor agregado, volviendo a visitar dicho restaurante. De acuerdo con (Jochen Wirtz, 2008):

La calidad y consistencia de los servicios está sujeta a gran variabilidad debido a que son prestados por personas y el comportamiento humano es difícil de controlar. El rendimiento personal de cada uno depende de infinidad de factores, tales como la hora del día, la carga de trabajo, experiencia y el conocimiento sobre la materia. (Pág. 23)

En los restaurantes de Retalhuleu, se presenta una serie de inconformidades los cuales generan molestias en el servicio, en el tiempo de espera de su orden, en el servicio recibido del personal, situaciones donde se encuentran clientes insatisfechos sugiriendo mejorar los servicios prestados, lo que provoca un déficit en cada institución alimenticia, permitiendo que los clientes emigren a la competencia que se encuentra mejor organizada. De acuerdo con (Parra, 2007):

Calidad en el servicio, es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones

imprevistas o errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación, eficacia y sorprendido con mayor valor agregado. (Pág. 5)

El buen trato, la calidad y la cortesía provocan que un cliente regrese a un determinado lugar, es por ello que en los restaurantes de la cabecera de Retalhuleu se determina que varios restaurantes no mantienen un trato estable y accesible con los clientes, son pocos los lugares que tratan de mantener fidelizados a los clientes, empoderándolos con su imagen, publicidad, eslogan y de manera específica con la calidad y el servicio permitiendo que dicho cliente busque sus servicios De acuerdo con (Power, 2006):

La fidelidad es la probabilidad de que unos consumidores complacidos repitan una compra es mucho mayor si un grado alto y reiterado de satisfacción ha conseguido crear en ellos un sentimiento de fidelidad. Esto se ve condicionado por factores como el número de competidores, la frecuencia de compra, la disponibilidad de información sobre las alternativas y la utilización de programas que fomenten la fidelidad del cliente. (Pág. 2)

La mayor parte de los colaboradores que prestan un servicio en los distintos restaurantes presentan falta de servicio, falta de capacitación en servicio al cliente, por ende, no pueden cubrir las necesidades y permitirles sentirse satisfechos con diversos servicios que presta dicho restaurante. Según con (Roberto Carro, 2002) “La productividad implica la mejora del proceso productivo, la eficiencia, rendimiento y aprovechamiento miden el grado de utilización de la mano de obra y del capital” (Pág. 18)

Mediante el proceso de recolección de datos se identifica la falta de coordinación en los procesos de atención al cliente, esto requiere que cada restaurante de Retalhuleu organice sus funciones y clasifique las mejoras que debe realizar para brindar un excelente servicio, adquiriendo calidad de proceso en proceso mediante la mejora continua que debe de mantener en el servicio, lo que generará ventaja competitiva y logrará fidelizar a los clientes, creando preferencia e incentivando el deseo de consumo de los platillos y cada uno de los servicios que presta a la población de Retalhuleu. De acuerdo con (Guilló, 2003) “La esencia de la dirección de la calidad es la mejora

continua. En este sentido, el término kaizen significa mejora continua, involucrando a todos los niveles de la jerarquía organizacional”. (Pág. 125)

El comportamiento de los colaboradores en los restaurantes, al brindar un servicio causan cierta diferencia entre restaurantes, ya que un colaborador capacitado presenta carácter de servicio, amabilidad, cortesía, excelente servicio al cliente, forjando un lazo confiable entre el cliente y el colaborador, manteniendo la preferencia del cliente, reflejada en el consumo frecuente. Según el mercado competitivo en la cabecera de Retalhuleu, releja niveles de servicio, ya que cada vez el cliente exige buen trato y calidad. De acuerdo con (Leland Blank, 2005):

El carácter y comportamiento de una persona cuando determina lo correcto y lo que no lo es. Las prácticas se evalúan con un código de moral que integra los estándares que guían las decisiones, acciones de los individuos y organizaciones en una profesión. (Pág. 12)

3.2 Hallazgos y análisis general

Los restaurantes de la cabecera departamental de Retalhuleu, determinan que la mejora continua en los procesos de servicios juega un rol importante, ya que la competencia incrementa y los clientes exigen un excelente trato servicial, es necesario fomentar en los colaboradores procesos de servicios y crear ventajas competitivas mediante una mejora continua con la finalidad de obtener calidad mediante todos los niveles hasta llegar al cliente o consumidor final, logrando posicionarse en el mercado competitivo.

Lo antes mencionado generará visitas de clientes en los restaurantes, ya que los niveles de eficiencia y servicio mejorarán de manera continua, contribuyendo en el logro de objetivos deseados, compitiendo en el mercado, logrando satisfacer tanto a los clientes como también a la institución, incrementando su demanda, logrando posicionarlo de manera económica, reduciendo el mal servicio, la falta de calidad. Fomentando en los colaboradores los principios de servicio, la interacción con el cliente, brindando un servicio diferenciado así crear una ventaja competitiva que beneficia ambas partes. De tal forma la mejora iniciará desde el primer proceso hasta finalizar el

último proceso del manual que rige la institución. Es esencial determinar la forma efectiva de capacitar a los colaboradores, ya que ellos son la imagen de servicio que califican los clientes.

3.3 Conclusiones

1. La calidad tiende a determinar un enfoque que busca mejorar la calidad y el desempeño de los colaboradores, de tal manera que pueda ajustarse y superar las expectativas de los clientes, encontrando ventajas competitivas y elevando el nivel de servicio mediante un desarrollo efectivo de políticas adecuadas, a través de esta investigación se logró determinar que dichos restaurantes requieren organizar a los colaboradores para minimizar los problemas derivados de servicios deficientes, normas inadecuadas y falta de capacitación.
2. La evaluación de la calidad permite incorporar las necesidades del cliente. Según los datos utilizados en este proceso de investigación permiten conocer el logro al cubrir las necesidades y expectativas de los clientes, atendidas con técnicas efectivas ayudando al crecimiento de la ventaja competitiva generando servicios de calidad.
3. Se determina que la ventaja competitiva es desarrollada mediante la mejora continua, esto beneficia y detecta las necesidades deficientes que existen en las instituciones. En los datos recolectados se puede comprender en varios restaurantes que no existe un proceso de mejora en los servicios y procesos administrativos, esto perjudica a la institución y le genera incompetencia en el mercado actual, es por ello que se necesita identificar los factores deficientes para aplicarle el proceso de mejora continua para evaluar y crear calidad que va a definir al restaurante como competitivo.

Referencias

Bibliográficas

- Arias, F. G. (2006). El proyecto de investigación. Republica Boliviana, Venezuela: Episteme C.A.
- Calderón, G. G. (2009). Administración para la Calidad. Chile.
- Guilló, J. J. (2003). Calidad Total fuente de ventaja competitiva. Espagrafic.
- Jochen Wirtz, C. L. (2008). Marketing de Servicios. People Strategy.
- Leland Blank, A. T. (2005). Ingeniería Económica. Mc Graw Hill.
- Lovelock, C. (2004). Administración de Servicios. México: Pearson Educación.
- Parra, M. E. (2007). Importancia de la calidad del servicio al cliente. Itson.
- Porter, M. (2007). Ventaja Competitiva. Executive Education.
- Power, C. D. (2006). Satisfacción del cliente. Leader Summaries.
- Roberto Carro, D. G. (2002). Productividad y Competitividad. Universidad Nacional de Mar de Plata.
- Tschohl, J. (2011). Servicio al Cliente. Estados Unidos de America : Service Quality Institute Latin America.

Anexos



Boleta de entrevista

La Universidad Panamericana, sede Retalhuleu, dentro del pensum de estudios en la carrera de Licenciatura de Administración de empresas, estima el estudio, sobre problemáticas, administrativas, económicas, o sociales para generar información que contribuya a la formación de conocimiento, para proponer soluciones, por lo que se realiza una investigación descriptiva, para determinar mejora de la calidad en los servicios como ventaja competitiva en los restaurantes de Retalhuleu.

1. ¿A cada cuanto tiempo visita un restaurante?

De vez en cuando _____ Una vez al mes _____

Dos veces al mes _____ Tres o más veces al mes _____

2. ¿Cómo califica los servicios de los restaurantes, en alimentación y servicio al cliente?

Bueno _____ Regular _____ Malo _____

3. ¿Enumere sus tres restaurantes preferidos?

4. ¿Por qué elige un restaurante?

Precio _____

Servicio _____

Calidad de alimentos _____

Higiene _____

5. ¿Qué le gustaría que cambiara los restaurantes que visita?

Atención _____ Servicio _____ Instalaciones _____

Personal _____ Precios _____ Calidad _____

6. ¿Los servicios de los restaurantes cubren sus necesidades y llenan sus expectativas?

Si _____ No _____

7. ¿Cómo visualiza la actitud del personal que le presta el servicio en un restaurante?

Tiene agilidad _____ Exactitud de información _____

Escucha _____ Amabilidad y calidad _____

8. ¿Considera que el personal que atiende en los restaurantes está capacitado para prestarle un buen servicio?

Si _____ No _____

9. ¿Cree que es posible mejorar los servicios que prestan los restaurantes?

Si _____ No _____

10. En general ¿Cómo califica los servicios de un restaurante?

Excelente _____ Bueno _____ Muy bueno _____

Malo _____ Debe mejorar _____

11. Mencione el nombre del penúltimo restaurante que visitó.

12. ¿Si tuviera que elegir en visitar un restaurante, volvería a elegir el mencionado anteriormente?

Si _____ No _____

13. ¿Considera que hay servicios mejor organizados en algún restaurante?

Si _____ No _____

14. ¿Recomendaría los servicios de algún restaurante a otras personas?

Si _____ No _____

15. ¿Es agradable para el cliente recibir un servicio diferenciado en los restaurantes?

Si _____ No _____