



Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas

**Servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad en restaurantes
de comida rápida en Zacapa y Chiquimula**

(Artículo científico – Trabajo de graduación)

Elba Judith Picén Moscoso

Chiquimula, mayo 2020

**Servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad en restaurantes
de comida rápida en Zacapa y Chiquimula**

(Artículo científico – trabajo de graduación)

Elba Judith Picén Moscoso

MSc. Otto Rolando Bonilla Guerra (**Asesor**)

Mgr. Emerson Antonio Corrales Lara (**Revisor**)

Chiquimula, mayo 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. Axel René Sosa Vargas

Coordinador

Chiquimula, 22 de octubre de 2019

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Presente

Por este medio doy fe que soy autora del Artículo científico titulado **“Servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad en restaurantes de comida rápida en Zacapa y Chiquimula”** y confirmo que respeté los derechos de autora de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

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

Atentamente,



Elba Judith Picén Moscoso

Licenciatura en Administración de Empresas

Carné No.: 201904207

REF.: C.C.E.E.L. ADM. -PS.0023-2020
SEDE CHIQUIMULA

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, DE 21 FEBRERO DEL 2020
ORDEN DE IMPRESIÓN

Tutor: MSc. Otto Rolando Bonilla Guerra

Revisor: MSc. Emerson Antonio Corrales Lara

Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Artículo científico titulado: "Servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad en restaurantes de comida rápida en Zacapa y Chiquimula"

Presentada por: Elba Judith Picén Moscoso

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

En el grado de: Licenciada



M.A. Ronaldo Antonio Giron Blaz

Decano

Facultad de Ciencias Económicas

Chiquimula, Octubre de 2019

Señores:

Facultad de Ciencias Económicas

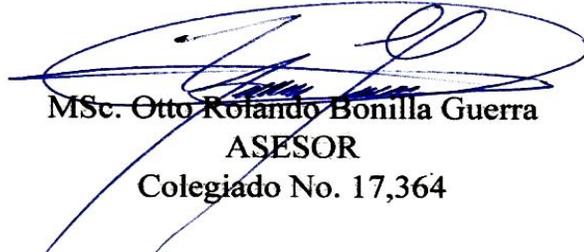
Presente

Pongo a consideración para que por su medio, conozca el presente dictamen de trabajo de graduación, para que proceda a lo que corresponda, previo a optar el título de Administración de Empresas en el grado de licenciado, la estudiante: **Elba Judith Picén Moscoso**.

Procedí a asesorar el trabajo de graduación intitulado: **“Servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad en restaurantes de comida rápida en Zacapa y Chiquimula”**.

En mi calidad de **ASESOR**, después de haber tenido a la vista las correcciones, haber realizado la revisión técnica correspondiente y verificado que la sustentante demostró originalidad y buen desempeño en la aplicación de conocimientos y habilidades en un área específica de las ciencias económicas; siendo importante mencionar que la autora es responsable del contenido, interpretación, uso de las fuentes y forma de presentación en el informe presentado.

Por lo expuesto, el trabajo de graduación profesional en mi opinión, cumple con los requisitos exigidos por la guía para la elaboración de Artículo Científico elaborado para el programa de Maestrías, Licenciaturas y Programa de Equivalencias Integrales de este centro de estudios.



MSc. Otto Rolando Bonilla Guerra
ASESOR
Colegiado No. 17,364

Guatemala, 10 de diciembre de 2019

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad

Estimados señores:

En relación al artículo científico titulado: **“Servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad en restaurantes de comida rápida en Zacapa y Chiquimula”**, realizado por Elba Judith Picén Moscoso, carné 201904207, 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 ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Mgr. Emerson Antonio Corrales Lara
Colegiado Activo 13,036

Dedicatoria

A Dios

Gracias Dios por tu amor infinito hacia toda mi familia. Por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados. Gracias por todas las bendiciones.

A mis padres

Francisco Javier Morales y Marco Tulio Picén, quienes me enseñaron en el tiempo que estuvieron conmigo que el mejor conocimiento que se puede tener es el que se aprende por sí mismo.

A mis madres

Ilma Cristina Picén y Arminda Moscoso, Por darme la oportunidad de vivir, su amor y apoyo incondicional en todo momento, asimismo, por su ejemplo vida, dedicación, lucha y trabajo.

A mis hermanos

Hilma, Melvin, Henry y Alejandra, por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias.

A una persona muy especial

Marcelo Chinchilla, gracias amor por todo tu apoyo y por formar parte de mi vida.

A mis hijos

Willy Geovany y Elba Cristina, por adoptarme como su mamá y son mi motor para seguir adelante, los amo.

A mis cuñados	Willy, Lourdes, Claudia y Vinicio por su cariño incondicional.
A mis sobrinos	Alejandra, Melvin, Gianlucas, Andrea, Karla, Marco Tulio, Jorge, y Teresa por ser parte importante de mi vida, los amo como que fueron mis hijos, son mi luz.
A mi familia	Por formar parte de mi vida son muy importantes, gracias por pasar momentos felices con ustedes, y por el apoyo incondicional que siempre me han dado.
A mi asesor	Por el apoyo, el tiempo, dedicación y paciencia en la elaboración de mi documento.
A mis catedráticos	Por transmitirme sus conocimientos y ser parte de este proceso profesional y culminar con éxito mi carrera.
A la Universidad Panamericana	Por haber aceptado en sus aulas, hacerme parte de ella, adquirir los conocimientos que ahora me hacen diferente persona y buena profesional para la sociedad.
UPANA sede Chiquimula	Gracias por abrirme las puertas para culminar mi sueño de ser una profesional.
En especial a	Katherin Acevedo por formar parte de mi familia, gracias por amar a mi hijo.

Contenido

	Página
Abstract	i
Introducción	ii
1. Metodología	
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	1
1.3 Objetivos de la investigación	2
1.3.1 Objetivo general	2
1.3.2 Objetivos específicos	2
1.4 Definir el tipo de investigación	2
1.4.1 Investigación descriptiva	3
1.5 Sujeto de investigación	3
1.6 Alcances de la investigación	3
1.6.1 Temporal	3
1.6.2 Geográfico	3
1.7 Definición de la muestra	4
1.7.1 Empleo de la muestra finita	4
1.8 Definición de los instrumentos de investigación	5
1.9 Recolección de datos	5
1.10 Procedimientos y análisis de datos	5
2. Resultados	
2.1 Presentación de resultados	6
3. Discusión y conclusiones	
3.1 Extrapolación	31
3.2 Hallazgos y análisis general	33
3.3 Conclusiones	34

4. Referencias

35

5. Anexos

36

Abstract

La investigación denominada -Servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad en restaurantes de comida rápida en Zacapa y Chiquimula- se analizaron los elementos necesarios del servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad por los 180 clientes entrevistados, además de la opinión de los cinco gerentes de dichos restaurantes. Fue necesario conocer la percepción de los clientes, ya que son la razón de ser de las empresas para obtener rentabilidad.

El tema de estudio se considera primordial para todo tipo de empresas hoy en día, no importando el tamaño de estas, los empresarios apuestan por un servicio al cliente eficiente para lograr un posicionamiento en la mente del consumidor. Al considerar el servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad de toda empresa, se están asegurando en un futuro no muy lejano el éxito en el mercado y este repercute a lo interno en mejores condiciones para los empleados y más aún ganancias para los propietarios.

Introducción

Actualmente las empresas priorizan sus esfuerzos para ofrecer una buena atención y esto las obliga a fortalecer el servicio, la satisfacción y la comunicación con los clientes, esto permite controlar y ajustar el comportamiento de cada uno de ellos generando cambios que faciliten el desarrollo de un trabajo eficiente, enfocado hacia una buena atención obteniendo resultados positivos que contribuyan al alcance de las metas. Las empresas que prestan el servicio de atención al cliente, deben contar con estrategias enfocadas en brindar un excelente servicio que permitan satisfacer las necesidades de los mismos. Tomando en cuenta que el crecimiento de la demanda cada día, y que hoy en día los consumidores de alimentos son más exigentes. La presente investigación consta de tres capítulos que están conformados de la siguiente manera:

En el primer capítulo se define la metodología de investigación, en esta se inicia con la redacción del planteamiento del problema, pregunta de investigación, seguidamente los objetivos de la misma, por otro lado, el tipo de investigación, los sujetos de estudio, alcances, muestra, y por último la recolección de datos y procesamiento y análisis de datos.

Posteriormente en el segundo capítulo se observa los resultados derivados de los instrumentos dirigidos a los gerentes de los restaurantes y los 180 clientes, consiste en plasmar las respuestas de los sujetos de estudio realizadas a través de los instrumentos utilizados.

Por último en el tercer capítulo se incluye la extrapolación que permite comparar los resultados con la teoría existente y en los hallazgos y análisis general, permite describir aquellos resultados relevantes de la investigación y las conclusiones, las cuales contribuyen a las mejoras de dicho artículo científico, finalmente se enlistan las referencias, que dan fundamento a la investigación.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

En la actualidad a nivel mundial los restaurantes de comida rápida tienen como finalidad brindar buen servicio al cliente, proporcionando productos de alta calidad, en un menor tiempo, ya que las múltiples ocupaciones e intereses de las personas requieren alimentos de manera rápida.

En los departamentos de Zacapa y Chiquimula existen restaurantes de comida rápida que cumplen con las características que los distinguen, en donde los alimentos se consumen sin el empleo de cubiertos, el menú es limitado y está previamente preparado. Estos restaurantes cuentan con años de experiencia dentro del mercado; a pesar de ello no han realizado estudios sobre el servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad y con ello incrementar los clientes, ni han evaluado su satisfacción, comparada con las expectativas que ellos tengan de estos servicios.

Al no tener conocimiento de las estrategias, se desconoce que requieren los clientes en cuanto a la prontitud y cortesía ni del grado de satisfacción con las instalaciones, mobiliario, iluminación y ventilación, estos negocios seguirán atendiendo de la misma forma, lo que podría ocasionar deficiencias en el servicio, afectando sus resultados de ventas y rentabilidad.

Por lo anterior, se hace necesario identificar cuál es la satisfacción del cliente con los servicios que reciben de los restaurantes de comida rápida ubicados en Zacapa y Chiquimula.

1.2 Pregunta de investigación

¿Qué elementos son necesarios del servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad en restaurantes de comida rápida en Zacapa y Chiquimula?

1.3 Objetivos de la investigación

El propósito de la investigación es obtener información del servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad en restaurantes de comida rápida en Zacapa y Chiquimula, para ello es necesario plantear los siguientes objetivos:

1.3.1 Objetivo general

Establecer los elementos necesarios del servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad en restaurantes de comida rápida en Zacapa y Chiquimula.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Conocer la opinión de los consumidores sobre las características del servicio en cuanto a mobiliario, higiene, condiciones de los baños, limpieza, iluminación, ventilación, ambiente, accesibilidad y parqueo.
2. Identificar la satisfacción con la prontitud del servicio recibido en los restaurantes de comida rápida ubicados en Zacapa y Chiquimula.
3. Conocer la opinión de los clientes sobre la cortesía del personal que labora en los restaurantes de comida rápida ubicados en Zacapa y Chiquimula.
4. Verificar cómo perciben los consumidores la calidad del servicio brindado por los restaurantes de comida rápida ubicados en Zacapa y Chiquimula.

1.4 Definir el tipo de investigación

La investigación descriptiva tiene por naturaleza adquirir información, por lo que se realizó este tipo de investigación permitiendo así obtener información objetiva para identificar las estrategias servicio al cliente para elevar la rentabilidad en los restaurantes de comida rápida ubicados en Zacapa y Chiquimula.

1.4.1 Investigación descriptiva

Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiestan que “...busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice.” (p.80).

1.5 Sujetos de investigación

Para esta investigación se considera los siguientes sujetos de investigación:

Tabla 1

Gerentes propietarios de los restaurantes de comida rápida ubicados en Zacapa y Chiquimula

Descripción	Zacapa	Chiquimula	Total
Gerentes	2	3	5
Total			5

Fuente: elaboración propia

Tabla 2

Clientes de los restaurantes de comida rápida ubicados en Zacapa y Chiquimula

Descripción	Zacapa	Chiquimula	Total
Muestra de clientes según fórmula	900	1,175	180
Total			180

Fuente: elaboración propia

1.6 Alcances de la investigación

1.6.1 Temporal

La investigación inició en el mes de junio de 2019 y finalizó en el mes de octubre de 2019.

1.6.2 Geográfico

La investigación tuvo lugar en los restaurantes de comida rápida de la cabecera departamental de Zacapa y Chiquimula tomados como muestra.

1.7 Definición de la muestra

1.7.1 Empleo de la muestra finita

Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula para poblaciones finitas

$$n = \frac{a^2 N p q}{e^2 (N-1) + a^2 p q}$$

Donde:

N = Universo o población 2,075

a = Nivel de confianza: 95% (1.96)

p = Probabilidad a favor 0.5

q = Probabilidad en contra 0.5

e = Error muestral 0.07

n = Tamaño de la muestra

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 (2,075) (0.5) (0.5)}{(0.07)^2 (2,075 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = \frac{(7,971.32) (0.25)}{(10.1626) + (0.9604)} = \frac{1,992.83}{11.123} = \mathbf{180 \text{ clientes}}$$

Nota: los 2,075 que se utiliza como población son las visitas a los restaurantes de comida rápida de Zacapa y Chiquimula durante los últimos 3 meses.

Tabla 3

Distribución de los sujetos de estudio (clientes)

Restaurantes	Universo	%	Muestra según fórmula	Encuestas por municipio
Zacapa	900	43	180	77
Chiquimula	1,175	57		103
Total	2,075	100		180

Fuente: elaboración propia

1.8. Definición de instrumentos de investigación

La recolección de datos se realizó por medio de dos instrumentos, una entrevista dirigida a Gerentes de restaurantes de comida rápida de la cabecera departamental de Zacapa y Chiquimula de 14 preguntas y un cuestionario aplicado a los clientes de los restaurantes de comida rápida con 21 preguntas.

1.9. Recolección de datos

El proceso de recopilación de datos consistió en la aplicación de los instrumentos a los sujetos de estudio. El desarrollo de los instrumentos se diseñó para obtener las diversas apreciaciones de los sujetos de estudio antes descritos, con relación al servicio al cliente en restaurantes de comida rápida de la cabecera departamental de Zacapa y Chiquimula.

1.10. Procesamiento y análisis de datos

El estudio y escrutinio de los resultados se realizó por medio de la elaboración de gráficas y tablas con su respectiva interpretación y con ello identificar los elementos necesarios del servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad en restaurantes de comida rápida ubicados en Zacapa y Chiquimula.

Capítulo 2

Resultados

2.1 Presentación de resultados

Se presentan los resultados obtenidos mediante los instrumentos aplicados en la investigación, en el cual se entrevistaron cinco gerentes y se encuestaron 183 clientes de restaurantes de comida rápida de la cabecera departamental de Zacapa y Chiquimula, mediante la aplicación de la fórmula para poblaciones finitas.

Tabla 1

Resultados de los gerentes entrevistados de los restaurantes de comida rápida objeto de estudio

Pregunta	Respuesta Gerente Zacapa	Respuesta Gerente Chiquimula
1. ¿Se proporciona al personal capacitaciones sobre servicio al cliente?	Los dos gerentes indicaron que sí recibe capacitaciones el personal, esto con el fin de mejorar el servicio.	Los tres sujetos de estudio indicaron que sí y adicional los capacitan sobre otros temas relaciones al servicio al cliente que ayudan al servicio
2. ¿Con qué frecuencia capacita al personal que labora dentro del restaurante?	Ocasionalmente respondieron los dos gerentes, ya que no tienen un plan definido.	Todos los gerentes indicaron que mensualmente, debido a que es necesario que estén en constante capacitación.
3. ¿Qué opina sobre lo que	Ambos gerentes coinciden en que	Los gerentes de los tres

<p>cree que piensan sus clientes referentes las instalaciones, el mobiliario, ventilación e iluminación del restaurante?</p>	<p>las instalaciones de sus negocios son amplias y cómodas para los clientes, asimismo cuentan con el mobiliario, ventilación e iluminación adecuada.</p>	<p>restaurantes perciben que los clientes se encuentran satisfechos con el estado y cantidad del mobiliario, y las instalaciones, ventilación e iluminación son apropiadas.</p>
<p>4. ¿Qué acciones realiza para que instalaciones, mobiliario, ventilación e iluminación se mantengan en buen estado?</p>	<p>Manifiestan que al mobiliario se le da mantenimiento por los menos cada seis meses, mientras el otro gerente indicó que cada tres meses. Y ambos indicaron que es suficiente para el restaurante.</p>	<p>Indicaron que cada seis meses le dan mantenimiento, contratando una empresa para ello, y dos gerentes indican que el mobiliario es suficiente, mientras que uno indica que está en planes de comprar más mobiliario.</p>
<p>5. ¿Tiene políticas para la limpieza y la higiene de los baños?</p>	<p>No, lo que se tiene es una orden al personal que debe limpiar dos veces al día, porque es parte de la higiene que debe mantener el restaurante.</p>	<p>No, la instrucción es realizar cuatro veces la limpieza diariamente a opinión de dos gerentes, mientras que el otro gerente indicó que son dos veces al día.</p>
<p>6. ¿Qué hace usted para que el restaurante tenga un ambiente agradable?</p>	<p>Según los gerentes, se debe a que cuentan con instalaciones apropiadas para adultos y niños.</p>	<p>Opinan que sus restaurantes cuentan con aire acondicionado y</p>

	Para la entretención de los niños con música y televisión.	ventiladores. Asimismo cuenta con áreas de entretenimiento con música y televisión.
7. ¿Sobre la accesibilidad que tiene el restaurante que cree que piensan los clientes?	Los dos restaurantes se encuentran en áreas de accesibilidad para sus clientes.	Los tres restaurantes tienen fácil accesibilidad para los clientes que visitan sus restaurantes.
8. ¿El restaurante cuenta con parqueo?	Ambos restaurantes cuentan con parqueo, y se considera que los clientes se sienten satisfechos con el mismo.	A opinión personal de los tres gerentes indican que sus clientes se sienten a gusto con el parqueo con que cuentan.
9. ¿Cuentan con tiempos definidos para el cobro del producto?	Ambos restaurantes no tienen tiempos definidos para el cobro del producto, pero lo realizan directamente en caja, y los gerentes coinciden en que se realiza en menos de cinco minutos.	Los tres gerentes indican que no cuentan con un tiempo específico, sino que depende del número de clientes con que se cuenta en el restaurante.
10. ¿Cuentan con tiempos definidos para la entrega del producto?	Para la entrega del producto sí tienen tiempos definidos, y afirman que es de menos de quince minutos.	Los tres gerentes indican que no cuentan con un tiempo establecido para la entrega del producto, ya que se intenta tener prontitud en servir, no más allá de 20 minutos.
11. ¿Tiene políticas sobre la cortesía, amabilidad, atención al cliente?	Si, manifestaron los dos gerentes, ya que les exigen a sus empleados tratar al cliente al 100% sobre	No, pero los tres gerentes indican que evalúan a su personal para que el tema

	cortesía y amabilidad.	de cortesía, amabilidad y atención al cliente sea lo mejor posible para satisfacción.
12. ¿Cómo controla que las políticas se cumplan? ¿Qué hace si no se cumplen?	Un gerente manifestó que a diario ve el comportamiento de sus empleados y les hace sugerencias. Mientras que el otro indicó que monitorea por medio de cámaras y realiza los ajustes necesarios a sus empleados.	Coincidentemente los tres gerentes indicaron que dan seguimiento por medio de cámaras de vigilancia y realizan llamadas de atención en caso de incumplimiento.
13. ¿Existe algún mecanismo en su negocio para conocer la opinión de los clientes? ¿Cuál es?	De manera verbal, no ha establecido algo por escrito.	En los tres restaurantes se cuenta con una encuesta para conocer la opinión.
14. ¿Qué hace usted con las opiniones o sugerencias que recibe?	Darles seguimiento manifestó un gerente, mientras que el otro indicó que las resuelve de forma inmediata.	Los tres gerentes indicaron que cuentan con personal encargado de dar seguimiento a las sugerencias de mejora y brindan un informe.

Fuente: elaboración propia

Resultados del cuestionario dirigido a clientes de los restaurantes de comida rápida ubicados en Zacapa y Chiquimula

Se aclara que los datos fueron obtenidos en los restaurantes de comida rápida de la cabecera departamental Zacapa (2) y Chiquimula (3) objeto de estudio, pero los resultados se presentan de manera general para cada departamento, no así por restaurante evaluado, porque no es ese el objetivo del estudio.

Tabla 2

Género de los clientes encuestados

Género	Zacapa	%	Chiquimula	%
Masculino	30	40	34	33
Femenino	47	60	69	77
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Como se puede apreciar, el mayor porcentaje de clientes encuestados es del género femenino con un 60% en Zacapa y un 77% en Chiquimula y de género masculino en Zacapa del 40% y el 33% en Chiquimula, como se puede observar que el género femenino es el que visita más los restaurantes de comida rápida ubicados en Zacapa y Chiquimula.

Tabla 3

Ocupación de los clientes encuestados

Ocupación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Estudiantes	50	65	87	84
Empleados	20	26	13	14
Amas de casa	7	9	3	2
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

La mayoría de clientes encuestados son estudiantes como se puede observar en la tabla con 65% en Zacapa y 84% en Chiquimula, se asume que en los centros educativos cuentan con poco tiempo para alimentarse y por lo tanto visitan los restaurantes de comida rápida, seguidamente por empleados de las diversas empresas con un 26% en Zacapa y en Chiquimula un 14%, por el horarios que las empresas tienen establecidos para comer.

Tabla 4

Edades de los clientes

Edad	Zacapa	%	Chiquimula	%
De 18 a 25 años	62	81	90	87
De 26 a 33 años	8	10	10	10
De 34 a 41 años	7	9	2	2
De 42 en adelante	-	-	1	1
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

La mayoría de clientes entrevistados se encuentran en el rango de 18 a 25 años en ambos municipios con 81% en Zacapa y un 87% en Chiquimula, es decir que son jóvenes que les gusta más la comida rápida, esto por la prontitud de respuesta en el servicio y por la variedad de comida. Esto coincide con los datos de ocupación, casi el mismo porcentaje es de estudiantes.

Tabla 5

¿Qué alimentos consume con mayor frecuencia?

Comida	Zacapa	%	Chiquimula	%
Desayuno	12	16	13	13
Almuerzo	45	58	62	60
Refacción	20	26	28	27
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Se puede observar que en un 58% de la muestra que en Zacapa consumen almuerzo al igual que en Chiquimula un 60% de clientes de los restaurantes analizados, consumen con mayor frecuencia los almuerzos, es decir que el horario de mayor afluencia es el medio día; esto es congruente con la ocupación de los consumidores. Se puede mencionar que con un menor porcentaje los empleados de las empresas solicitan a domicilio a los restaurantes de comida rápida refacciones.

Tabla 6

¿Con qué frecuencia visita el restaurante?

Visita	Zacapa	%	Chiquimula	%
Eventualmente	12	16	13	13
Diariamente	10	13	14	14
Semanalmente	45	58	62	59
Mensualmente	10	13	14	14
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Los clientes de los restaurantes objeto de estudio en su mayoría dicen frecuentar el lugar semanalmente con un 58% en Zacapa y un 59% en Chiquimula, lo que coincide con que son jóvenes que posiblemente estudien en centros educativos de plan fin de semana y que ocupan mucho los restaurantes de comida rápida por su pronta respuesta en el servicio.

Tabla 7

¿Cómo califica las instalaciones del restaurante?

Calificación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Totalmente Satisfecho	0	0	0	0
Satisfechos	77	100	100	100
Totalmente insatisfecho	0	0	0	0
Insatisfechos	0	0	0	0
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Se puede observar en la tabla No. 7, que el 100% de los clientes encuestados se muestran satisfechos con las instalaciones de los restaurantes de comida rápida ubicados en Zacapa y Chiquimula, ya que cumplen con las expectativas que los clientes necesitan para disfrutar su estadía en familia, amigos y compañeros de trabajo,

Tabla 8

¿Califique si es suficiente la cantidad de mobiliario para el restaurante?

Calificación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Totalmente Satisfechos	43	56	95	92
Satisfecho	27	35	3	3
Totalmente Insatisfecho	4	5	2	2
Insatisfecho	3	4	3	3
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Como se puede observar, la mayoría de los consumidores está totalmente satisfechos con el mobiliario de los restaurantes de comida rápida en 56% en Zacapa y 92% en Chiquimula, mientras que un 35% y 3% respectivamente califican de satisfecho, sumando ambos porcentajes se puede afirmar que los clientes están totalmente satisfecho con el mobiliario que cada restaurante utiliza para el servicio de los clientes que consumen comida rápida.

Tabla 9

¿En qué aspectos de higiene y condiciones se encuentran los baños?

Calificación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Totalmente Satisfecho	0	0	0	0
Satisfechos	77	100	100	100
Totalmente Insatisfechos	0	0	0	0
Insatisfecho	0	0	0	0
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Como se puede observar, la mayoría de clientes de los restaurantes comida rápida de Zacapa muestran en un 100% satisfacción con la higiene y mantenimiento de los baños esto es parte primordial de restaurante la limpieza e higiene de los baños; según el gerente esto se atribuye a la constante limpieza y mantenimiento de los mismos. En Chiquimula de igual forma están satisfechos, esto refleja la higiene que existe en los restaurantes.

Tabla 10

¿Cómo califica la limpieza del restaurante?

Calificación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Totalmente satisfechos	73	95	100	97
Satisfechos	4	5	3	3
Totalmente Insatisfechos	0	0	0	0
Insatisfechos	0	0	0	0
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

En los restaurantes de Zacapa los consumidores están totalmente satisfechos con la limpieza dentro del restaurante, por lo que las políticas de la gerencia tienen resultados positivos. Al igual en los restaurantes de Chiquimula todos los clientes muestran totalmente satisfacción, deduciéndose que las políticas en este aspecto son efectivas.

Tabla 11

¿Cómo califica la iluminación y ventilación?

Calificación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Totalmente satisfechos	71	91	95	92
Satisfechos	6	8	5	5
Totalmente Insatisfechos	0	0	0	0
Insatisfechos	1	1	3	3
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Los clientes de Zacapa y Chiquimula en su mayoría demuestran alta satisfacción con la iluminación y ventilación, ya que cuentan con aire acondicionado y ventiladores

Tabla 12

¿Cómo califica el ambiente dentro del restaurante?

Calificación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Totalmente satisfechos	60	78	78	76
Satisfechos	16	21	23	22
Totalmente Insatisfechos	0	0	0	0
Insatisfechos	1	1	2	2
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

En la tabla No. 12, se puede observar que el 78% de clientes encuestados tanto de Zacapa y Chiquimula están altamente satisfechos con el ambiente de los restaurantes ya que son agradables y hacen sentir bien a los clientes.

Tabla 13

¿Cómo califica la accesibilidad que tiene el restaurante?

Calificación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Totalmente satisfechos	70	91	98	90
Satisfechos	7	9	5	13
Totalmente Insatisfechos	0	0	0	0
Insatisfechos	0	0	0	0
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Como se puede observar, casi la totalidad de los clientes de los restaurantes de comida rápida están altamente satisfechos con la accesibilidad al restaurante ya que están ubicados en lugares céntricos.

Tabla 14

¿Califique la disponibilidad del parqueo?

Calificación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Totalmente satisfechos	70	91	98	90
Satisfechos	7	9	5	13
Totalmente Insatisfechos	0	0	0	0
Insatisfechos	0	0	0	0
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

En Zacapa la mayoría de clientes están totalmente satisfechos con el parqueo con que disponen los restaurantes de comida rápida objeto de estudio, conforme a la investigación, y el resto están satisfechos, mientras que en Chiquimula casi la totalidad respondieron a la interrogante sobre la disponibilidad del parqueo que están totalmente satisfechos, mientras que una minoría están satisfechos.

Tabla 15

¿Con qué prontitud fue tomada su orden y cobrados los alimentos?

Tiempo	Zacapa	%	Chiquimula	%
Menos de 5 minutos	62	81	90	87
5 a 10 minutos	8	10	10	10
10 a 20 minutos	7	9	3	3
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Como se puede observar en la tabla No. 15, menos de diez minutos es el tiempo que tardan la mayoría de clientes de ambos restaurantes al realizar la orden y pagar sus alimentos; lo mismo opinaron los gerentes en este aspecto.

Tabla 16

¿Cómo califica la prontitud en qué fue tomada su orden y el cobro de los alimentos?

Calificación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Totalmente satisfechos	60	98	83	81
Satisfechos	17	5	20	19
Totalmente Insatisfechos	0	0	0	0
Insatisfechos	0	0	0	0
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Como se puede observar en la tabla No. 16, representa la total satisfacción que cuentan los clientes con el tiempo de la toma de orden y cobro de los alimentos, en los restaurantes tanto ubicados en Zacapa y Chiquimula.

Tabla 17

¿Con qué prontitud le entregaron los alimentos?

Tiempo	Zacapa	%	Chiquimula	%
Menos de 5 minutos	62	81	90	87
5 a 10 minutos	8	10	10	10
10 a 15 minutos	7	9	3	3
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Coincidentemente con los resultados en la tabla No. 16, los clientes en su mayoría indican que el tiempo de entrega de los alimentos es de menos de cinco minutos, esto lo refieren los clientes en los restaurantes ubicados en Zacapa y Chiquimula.

Tabla 18

¿Cómo califica la prontitud en que le entregan los alimentos?

Calificación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Totalmente satisfechos	76	99	102	99
Satisfechos	1	1	1	1
Totalmente Insatisfechos	0	0	0	0
Insatisfechos	0	0	0	0
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Como se muestra en el cuadro la satisfacción de los clientes con el tiempo de entrega de los alimentos es totalmente satisfecho con un 99% en los ambos establecimientos de Zacapa y Chiquimula en los restaurantes de comida rápida.

Tabla 19

¿Cómo califica la amabilidad y atención del personal que le atendió?

Calificación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Totalmente satisfechos	76	99	102	99
Satisfechos	1	1	1	1
Totalmente Insatisfechos	0	0	0	0
Insatisfechos	0	0	0	0
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Se puede observar en la tabla No.19 que en los restaurantes ubicados en Zacapa y Chiquimula, ambos con un 99%, los clientes demuestran alta satisfacción con la amabilidad del personal que los atendió de los restaurantes, lo que contribuye a que se sientan satisfechos.

Tabla 20

¿Cómo califica el servicio brindado por el restaurante?

Calificación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Excelente	70	91	100	97
Muy bueno	5	6	1	1
Bueno	2	3	2	2
Malo	0	0	0	0
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Como se puede observar, la totalidad de clientes califican con un 91% Zacapa y con un 97% Chiquimula, excelente el servicio que reciben por parte del restaurante que visitan, seguidamente de muy bueno por ello los clientes están satisfechos.

Tabla 21

¿Le brindó el restaurante alguna forma para que usted pueda dar sus opiniones y/o sugerencias del servicio?

Calificación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Verbal	77	100	0	0
Escritas	0	0	103	100
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Los clientes de ambos restaurantes dan opiniones y sugerencias sobre el servicio; en Zacapa lo realizan de manera verbal mientras que en Chiquimula mediante encuestas. Esto coincide con lo manifestado por los gerentes.

Tabla 22

¿Al adquirir un servicio de un restaurante qué aspectos considera importantes?

Calificación	Zacapa	%	Chiquimula	%
Instalaciones	77	100	103	100
Mobiliario	77	100	103	100
Higiene en los baños	77	100	103	100
Limpieza del lugar	77	100	103	100
Iluminación y ventilación	77	100	103	100
Ambiente	77	100	103	100
Accesibilidad	77	100	103	100
Parqueo	77	100	103	100
Prontitud en el servicio	77	100	103	100
Cortesía	77	100	103	100
Total	77	100	103	100

Fuente: elaboración propia

Análisis

Como se puede observar en la tabla No. 22, la totalidad de los clientes encuestados indicaron al 100% que las opciones enlistadas son las adecuadas para poder adquirir un servicio de calidad, tal es el caso que le brindan mucha importancia a todos ellos para adquirir un servicio en los restaurantes, siendo instalaciones, mobiliario, higiene en los baños, limpieza, iluminación y ventilación, ambiente, accesibilidad, parqueo, prontitud en el servicio y cortesía.

Capítulo 3

Discusión y conclusiones

3.1 Extrapolación

Hoy en día el servicio al cliente es pilar para alcanzar el éxito dentro de cualquier institución.

Kotler (2001) dice que las características del servicio son “todas las actividades requeridas para lograr que para los clientes sea fácil ponerse en contacto con los elementos correctos de la empresa y reciban servicio, respuestas y soluciones a problemas de manera rápida y satisfactoria.” (p. 45). En los restaurantes de Zacapa y Chiquimula se midieron como características; instalaciones, mobiliario, higiene y limpieza, iluminación y ventilación, ambiente, accesibilidad y parqueo, de las cuales se obtuvieron resultados satisfactorios que poseen los restaurantes.

La higiene y limpieza es definida por Chiavenato (2000), “indica que es un conjunto de normas y procedimientos que busca la protección de la integridad física y mental del trabajador, evitando arriesgar la salud de los mismos.” (p. 258). La higiene y la limpieza es otro aspecto de las características del servicio que, si se cumple en los restaurantes evaluados, pues los clientes manifiestan satisfacción.

Niebel y Freialds (2004) dicen que la iluminación “es la cantidad de luz que llega a una superficie”. Y ventilación “corriente de aire que se establece en un lugar cerrado al ventilarlo.” (p. 242). Otro aspecto más que se cumple en cuanto a la satisfacción con la iluminación y ventilación de los restaurantes por parte de los clientes, esto coincide con la opinión de los gerentes quienes dicen que los restaurantes cuentan con aire acondicionado y ventiladores, además de puertas de vidrio que permiten la entrada de luz natural.

Krajewski y Ritzman (2000) define la accesibilidad como “factor clave para el grado de comodidad con que los clientes pueden llevar a cabo sus transacciones con una empresa.” (p. 372). A los clientes les interesa saber cuán cerca de ellos se encuentran las instalaciones de

servicios, principalmente el proceso en cuestión requiere un grado considerable de contacto personal.

Este es otro aspecto dentro de las características del servicio que cumplen con total satisfacción de los clientes, lo que los gerentes atribuyen que los locales se sitúan en Zacapa y Chiquimula.

Evans y Lindsay (2008) comentaron: “Una empresa no puede crear clientes leales sin crear primero clientes satisfechos.” (p. 157). Los restaurantes de comida rápida que cuentan con clientes leales son empresas capaces de brindar satisfacción y crecimiento de la misma.

Tschohl (2008) indica que: “El servicio retiene clientes que la empresa ya tiene, atrae a nuevos clientes y crea una buena reputación que induce a los clientes actuales y potenciales a hacer en el futuro negocios con la organización.” (p. 24). Los resultados demuestran que los clientes se sienten satisfechos con la atención y servicio recibido.

Para Kotler y Keller (2012): “Las empresas inteligentes miden regularmente la satisfacción de sus clientes porque es un factor clave para retenerlos.” (p.128). Conocer de una mejor manera a cada uno de los clientes que visitan los restaurantes de comida rápida en Zacapa y Chiquimula es primordial, ya que conociendo al cliente se podría medir el grado de satisfacción de los mismos, generando confianza para que éste comente su sentir de la manera en la cual es atendido.

Por su parte Kotler, (2001) considera que la prontitud se refiere a “qué tan bien el producto o servicio se hace llegar al cliente, e incluye rapidez, exactitud y cuidado con que se efectúa el proceso de entrega.” (p. 292). En cuanto a la rapidez este aspecto se cumple, ya que los clientes manifiestan estar totalmente satisfechos, por lo que los gerentes lo atribuyen a que se da seguimiento a este aspecto y que hay tiempos definidos para realizar esta actividad.

Según Carbonell (2008) “la cortesía es la demostración concreta de un sentimiento afectuoso de valoración, admiración y respeto para con los semejantes de todo nivel y condición, que se manifiesta en la conducta. (p. 22). Los clientes de los restaurantes de ambos municipios manifiestan estar

satisfechos con la cortesía con que fueron atendidos, esto según los resultados se refiere a que son amables, atentos y cortés con los clientes.

3.2 Hallazgos y análisis general

Con la investigación realizada sobre el servicio al cliente como estrategia para elevar la rentabilidad en restaurantes de comida rápida en Zacapa y Chiquimula, es clave que una buena atención al cliente pues esto provoca satisfacción.

Los clientes de los restaurantes de comida rápida de ambos municipios, se encuentran altamente satisfechos con los servicios que reciben en ambos negocios, además para los consumidores, las instalaciones, que comprenden mobiliario, iluminación, ventilación, ambiente y accesibilidad, son satisfactorias.

Existe satisfacción con la prontitud del servicio de los restaurantes de comida rápida de ambos municipios, pues se requiere menos de cinco minutos para ordenar y pagar los alimentos, así como menos de quince minutos en recibir los mismos, asimismo, se evidenció que el personal de los restaurantes es amable y cortés, por lo que los clientes de los restaurantes de comida rápida de ambos municipios, se encuentran altamente satisfechos con la atención que reciben.

La calidad del servicio es percibida como excelente por los consumidores de los restaurantes de comida rápida de ambos municipios, asimismo, expresan que sus opiniones o sugerencias de manera verbal en el caso de Zacapa y de manera escrita por medio de encuestas en el caso de Chiquimula. Los clientes perciben las características del servicio mejor de las esperadas: esto es más notorio en el ambiente del negocio.

3.3 Conclusiones

1. La opinión de los consumidores sobre las características del servicio en cuanto a mobiliario, higiene, condiciones de los baños, limpieza, iluminación, ventilación, ambiente, accesibilidad y parqueo son altamente satisfactorias de manera general; ya que cumple con las expectativas que los clientes requieren, esto se refleja conforme a los resultados obtenidos en la entrevista y encuesta aplicados a los sujetos de estudio.
2. Los clientes se sienten satisfechos con la prontitud del servicio recibido en los restaurantes de Zacapa y Chiquimula, pues se requiere menos de cinco minutos para ordenar y pagar los alimentos, así como menos de quince minutos en recibir los mismos; es satisfactorio porque la mayoría de consumidores son estudiantes y trabajadores que tienen el tiempo limitado, para ingerir sus alimentos.
3. A opinión de los clientes la cortesía del personal que labora en los restaurantes de comida rápida de Zacapa y Chiquimula es altamente satisfactoria, ya que son amables y cortés en la prestación del servicio que reciben cuando adquieren los alimentos; eso demuestra que los consumidores están a gusto con el servicio.
4. A criterio de los consumidores la calidad del servicio brindado por los restaurantes de comida rápida de Zacapa y Chiquimula de manera general es excelente, ya que se observa la eficiencia de los empleados, además de la calidad y prontitud de atención a los clientes; además de tener un ambiente agradable.

Referencias

- Carbonell, G. (2008). *Leer, escribir y hablar*. España: Editorial Fossati S.A.
- Chiavenato, F. (2000). *Administración de recursos humanos*. México: Editorial McGraw Hill.
- Evans, J. y Lindsay, W. (2008). *Administración y control de calidad*. (7ª. Ed.) México: Cengage Learning Editores.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C.; Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*, (6ª. Ed.) México. Mc Graw-Hill Interamericana.
- Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. (14ª. Ed.) México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de marketing*. (10ª. Ed.) México: Editorial Prentice Hall
- Krajewski, L. y Ritzaman, L. (2000) *Administración de operaciones, estrategias y análisis*. (5ª. Ed.) México. Pearson Prentice Hall
- Niebel, W. Freialds, A. (2004). *Ingeniería Industrial, Métodos Estándares y diseños del trabajo*. (11ª Ed.) Colombia. Alfaomega.
- Tschohl, J. (2008). *Servicio al cliente* Estados Unidos de América: Service Quality Institute

Anexos

**GUIA DE ENTREVISTA A GERENTES
DE LOS RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA DE ZACAPA Y CHIQUIMULA**

Objetivo: Recabar información de los gerentes de los restaurantes de comida rápida en Zacapa y Chiquimula con relación al servicio al cliente.

1. ¿Se proporciona al personal capacitaciones sobre servicio al cliente?
2. ¿Con qué frecuencia capacita al personal que labora dentro del restaurante?
3. ¿Qué opina sobre lo que cree que piensan sus clientes referentes las instalaciones, el mobiliario, ventilación e iluminación del restaurante?
4. ¿Qué acciones realiza para que instalaciones, mobiliario, ventilación e iluminación se mantengan en buen estado?
5. ¿Tiene políticas para la limpieza y la higiene de los baños?
6. ¿Qué hace usted para que el restaurante tenga un ambiente agradable?
7. ¿Sobre la accesibilidad que tiene el restaurante que cree que piensan los clientes?
8. ¿El restaurante cuenta con parqueo?
9. ¿Cuentan con tiempos definidos para el cobro del producto?
10. ¿Cuentan con tiempos definidos para la entrega del producto?
11. ¿Tiene políticas sobre la cortesía, amabilidad, atención al cliente?
12. ¿Cómo controla que las políticas se cumplan? ¿Qué hace si no se cumplen?
13. ¿Existe algún mecanismo en su negocio para conocer la opinión de los clientes? ¿Cuál es?
14. ¿Qué hace usted con las opiniones o sugerencias que recibe?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A CLIENTES
DE LOS RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA DE ZACAPA Y CHIQUIMULA**

Objetivo: Recabar información de los clientes con relación al servicio que reciben en los restaurantes de comida rápida en Zacapa y Chiquimula.

Información General

1. Género

- a. Masculino
- b. Femenino

2. Ocupación

- a. Estudiantes
 - b. Empleados
 - c. Amas de casa
 - d. Otros
-

3. Edad

- a. De 18-25
- b. De 26-33
- c. De 34-41
- d. De 42 en adelante

4. ¿Qué alimentos consume con mayor frecuencia?

- a. Desayuno
 - b. Almuerzo
 - c. Cena
 - d. Refacción
-

5. ¿Con qué frecuencia visita el restaurante?

- a. Eventualmente
- b. Diariamente
- c. Semanalmente
- d. Mensualmente
- e. Otros (especifique) _____

Contenido

Serie I. Califique por medio de la escala cualitativa las siguientes características del servicio que le ofreció el restaurante

6. ¿Cómo califica las instalaciones del restaurante?

a)	b)	c)	d)
Totalmente satisfechos	Satisfechos	Insatisfechos	Totalmente insatisfechos

7. ¿Califique si es suficiente la cantidad del mobiliario para el restaurante?

a)	b)	c)	d)
Totalmente satisfechos	Satisfechos	Insatisfechos	Totalmente insatisfechos

8. ¿En qué aspecto de higiene y condiciones se encuentran los baños?

a)	b)	c)	d)
Totalmente satisfechos	Satisfechos	Insatisfechos	Totalmente insatisfechos

9. ¿Cómo califica la limpieza del restaurante?

a)	b)	c)	d)
Totalmente satisfechos	Satisfechos	Insatisfechos	Totalmente insatisfechos

10. ¿Cómo califica la iluminación y ventilación?

a)	b)	c)	d)
Totalmente satisfechos	Satisfechos	Insatisfechos	Totalmente insatisfechos

11. ¿Cómo califica el ambiente dentro del restaurante?

a)	b)	c)	d)
Totalmente satisfechos	Satisfechos	Insatisfechos	Totalmente insatisfechos

12. ¿Cómo califica la accesibilidad que tiene el restaurante?

a)	b)	c)	d)
Totalmente satisfechos	Satisfechos	Insatisfechos	Totalmente insatisfechos

13. ¿Califique la disponibilidad del parqueo?

a)	b)	c)	d)
Totalmente satisfechos	Satisfechos	Insatisfechos	Totalmente insatisfechos

Serie II. Califique por medio de la escala cualitativa los siguientes aspectos dentro de lo que es la prontitud y cortesía.

14. ¿Con que prontitud fue tomada su orden y cobrados los alimentos?

- a. Menos de 10 minutos
- b. De 10 a 20 minutos
- c. De 20 a 25 minutos
- d. De 25 a 30 minutos
- e. De 30 en adelante

15. ¿Cómo califica la prontitud en que fue tomada su orden y el cobro de los alimentos?

a)	b)	c)	d)
Totalmente satisfechos	Satisfechos	Insatisfechos	Totalmente insatisfechos

16. ¿Con que prontitud le entregaron los alimentos?

- a. Menos de 5 minutos
- b. De 5 a 10 minutos
- c. De 10 a 15 minutos
- d. De 15 a 20 minutos
- e. De 20 en adelante

17. ¿Cómo califica la prontitud en que le entregan los alimentos?

a)	b)	c)	d)
Totalmente satisfechos	Satisfechos	Insatisfechos	Totalmente insatisfechos

18. ¿Cómo califica la amabilidad y atención del personal que le atendió?

a)	b)	c)	d)
Totalmente satisfechos	Satisfechos	Insatisfechos	Totalmente insatisfechos

Serie III. Califique los aspectos a los que se refiere la calidad percibida.

19. ¿Cómo califica el servicio brindado por el restaurante?

a)	b)	c)	d)
Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo

20. ¿Le brindó el restaurante alguna forma para que usted pueda dar sus opiniones y/o sugerencias del servicio?

- a) Verbales
- b) Escritas
- c) No se reciben

Serie IV. Aspectos de calidad esperada

21. ¿Al adquirir un servicio de un restaurante qué aspectos considera importante? (subraye)

(puede elegir las que desee)

- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| a. Instalaciones | f. Ambiente |
| b. Mobiliario | g. Accesibilidad |
| c. Higiene en los baños | h. Parqueo |
| d. Limpieza | i. Prontitud en el servicio |
| e. Iluminación y ventilación | j. Cortesía |
| k. Otros _____ | |

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!