

**UNIVERSIDAD PANAMERICANA**  
Facultad de Ciencias Económicas  
Licenciatura en Administración de Empresas



**Gestión de la calidad total como herramienta para mejorar el estatus  
de servicio a Restaurantes en el Naranjo, Libertad, Petén**

(Artículo Científico – Trabajo de Graduación)

Luz María Bailón Hernández

El Naranjo, La Libertad, Petén, octubre 2019

**Gestión de la calidad total como herramienta para mejorar el estatus  
de servicio a Restaurantes en el Naranjo, Libertad, Petén**

(Artículo Científico – Trabajo de Graduación)

Luz María Bailón Hernández

Lcda. Telma Judith López Peláez (**Asesora**)

Lcda. Marlyn Cano (**Revisora**)

El Naranjo, La Libertad, Petén, octubre 2019

**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

**M. A. Baldomero Fidel Ramírez Zabala**

Coordinador

Guatemala, marzo 2019.

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy autor del Artículo científico titulado “**Gestión de la calidad total como herramienta para mejorar el estatus de servicio a Restaurantes en la comunidad del Naranjo, Libertad, Petén**” 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,



Luz María Bailón Hernández

Licenciatura en Administración de Empresas

Carné No. 201404346

**REF.: C.C.E.E.L. ADMON. PD-006-2019  
SEDE EL NARANJO, LA LIBERTAD, PETÉN**

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
GUATEMALA, 23 DE SEPTIEMBRE DEL 2019  
ORDEN DE IMPRESIÓN**

**Tutor:** Licenciada Thelma Judith López Peláez  
**Revisor:** M.A. Marlyn Cano Marroquín  
**Carrera:** Licenciatura en Administración de Empresas

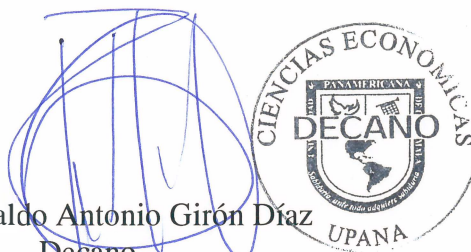
**Artículo científico titulado: "Gestión de la Calidad Total como herramienta para mejorar el status de servicio a restaurantes en el Naranjo, Libertad, Petén"**

**Presentado por:** Luz María Bailón Hernández

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



Licenciada en Administración de Empresas

Colegiado: 20445

[tejulope@gmail.com](mailto:tejulope@gmail.com)

Teléfono: 4208-8478

Santa Elena, Flores, 09 de marzo del 2019

Señores  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad Panamericana  
Presente

Estimados Señores:

En relación al Artículo Científico con el tema **“Gestión de la Calidad Total como herramienta para mejorar el status de servicio a restaurantes en el Naranjo, Libertad, Petén”** realizado por Luz María Bailón Hernández, carné No. 201404346, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la tutoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo a lo anterior, considero que el informe cumple con los requisitos para continuar con los procesos correspondientes, por lo tanto doy dictamen de aprobación al tema desarrollado con una nota de ochenta y Nueve (89) puntos de 100.

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



Licda. Feima Judith López Peláez  
Asesora

Guatemala, 13 de abril 2019


Señores  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad Panamericana  
Presente

Estimados Señores:

En relación al Artículo científico titulado: **“Gestión de la calidad total como herramienta para mejorar el estatus de servicio a Restaurantes en la comunidad del Naranjo, Libertad, Petén”**, realizado por Luz María Bailón Hernández, carné 201404346, 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,

  
M.A. Marilyn Cano Marroquín  
Colegiado Activo 2544

## **Dedicatoria**

### **A Dios**

Le dedico este triunfo, porque gracias a él he emanado toda sabiduría y conocimiento y fortaleza, y ha dirigido todo en mi vida para poder llegar a esta meta.

### **A mis Padres**

Le dedico este triunfo porque gracias a sus enseñanzas, consejos y ejemplo han sido parte de mi motivación para seguir luchando por alcanzar mi sueño.

### **A mi Esposo**

Por estar ser parte de este triunfo, ya que hemos compartido el recorrido de esta gran batalla que, junto a su apoyo, sacrificios económicos y morales han sido pieza fundamental para alcanzar esta meta.

### **A mis Hijos**

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

### **A mis Abuelos**

QEPD por sus ejemplos y valores inculcados para mi formación, como los bellos recuerdos y enseñanzas que guardo en mi corazón y me han motivado para luchar por mis metas.

### **A mis Compañeros de Estudio**

Por el apoyo incondicional prestado durante estos años y por permitirme aprender a su lado, gracias esto es posibles a ustedes.

### **A mis Docentes**

Por sus enseñanzas, motivaciones e instrucciones en el proceso de formación durante mis estudios, así también por su tiempo, incondicional desempeño que me brindaron para transmitir sus conocimientos, convirtiéndonos en profesionales.

### **A Universidad Panamericana**

Por ser la casa de estudios que me abrió las puertas para inculcarme una educación efectiva basada en principios y valores morales y administrativos.



# Contenido

	<b>Página</b>
<b>Abstract</b>	i
<b>Introducción</b>	ii
<b>Capítulo 1</b>	1
<b>Metodología</b>	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Preguntas de investigación	2
1.3. Objetivos de 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	3
1.6.1 Temporal	3
1.6.2 Geográfico	3
1.7 Definición de la Muestra	3
1.7.1 Empleo de la muestra finita o infinita	3
1.8 Definición de los instrumentos de investigación	4
1.8.1 La observación	4
1.9 Recolección de datos	5
1.10 Procesamiento y análisis de datos	5
<b>Capítulo 2</b>	6
<b>Resultados</b>	6
2.1 Presentación del resultado	6
<b>Capítulo 3</b>	11
<b>Discusión y conclusiones</b>	11
3.1 Extrapolación	11

3.2 Hallazgos y análisis general	14
3.3 Conclusiones	15
<b>Referencias</b>	
Libros	16
Revistas	16
Digitales	16
Legislación	17
<b>Anexo</b>	18

## Lista de gráficas

	<b>Página</b>
Gráfica No. 1 Asistencia a Restaurantes	6
Gráfica No. 2 Frecuencia que visita un restaurante	6
Gráfica No. 3 Razones para comer en un restaurante	7
Gráfica No. 4 Horarios de visita a restaurantes	7
Gráfica No. 5 Características que toma en cuenta el cliente	8
Gráfica No. 6 Precios preferibles	8
Gráfica No. 7 Tipos de entretenimiento que debe haber en un restaurante	9
Gráfica No. 8 Calificación de la atención que han recibido	9
Gráfica No. 9 Nivel de eficacia en la atención	10
Gráfica No. 10 Motivos para volver a visitar un restaurante	10

## **Abstract**

El nivel de status de calidad que tienen los restaurantes que están funcionando en la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén, determina en qué nivel de preparación y presentación se encuentran los establecimientos y alimentos que se venden en estos restaurantes.

A través de la investigación se establece que en la comunidad hay varios establecimientos que cuentan con un servicio de Restaurante, mediante el proceso de investigación se da a conocer el punto de vista de los clientes, ya que es importante conocer la opinión; porque con sus respuestas se puede determinar el estatus de la calidad del servicio que se presta en los restaurantes.

El servicio que se presta en las empresas así como de los platillos que se degustan ayudan a crecer el mercado local y a través de las diferentes técnicas de la administración las empresas pueden implementar un mejor servicio y calidad de platillos a clientes.

## **Introducción**

La evaluación del impacto que tienen los restaurantes existentes en la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén, permite conocer el nivel de calidad y sanidad que cada uno de los clientes al visitarlo puedan disfrutar al ingerir productos alimenticios de diferentes recetas. Dentro de la investigación realizada se separa en tres fases importantes:

Dentro del capítulo 1 se centra el planteamiento del problema, se plantea el tema para poder iniciar a investigarlo, tomando como base todo los recursos necesarios, se redacta la pregunta generadora en el proceso investigativo, el objetivo general y los específicos, se estudia el sujeto de investigación, también se define el alcance que tendrá el proceso de investigación.

Se define la muestra con el empleo de la muestra finita y el muestreo aleatorio simple la cual al seguir el procedimiento arroja que se debe utilizar una muestra total de 45 personas. Para poder obtener datos se define el instrumento de investigación a utilizarse definiendo así la observación para la recolección de datos. En el apartado capítulo 1 inciso 10 se enumera de forma secuencial del procedimiento para la realización de la investigación con la finalidad de verificar los objetivos propuestos.

El capítulo 2 detalla específicamente los resultados obtenidos del capítulo anterior con la aplicación de la encuesta realizada a la muestra designada, se presentan los resultados mediante gráficas presentando resultado en porcentaje.

El capítulo 3 es el final aplicado a la investigación; en éste se discuten los resultados obtenidos en las gráficas, se hace una comparación con la temática y resultados en la extrapolación, y para finalizar se encuentran las conclusiones finales de la investigación realizada dando a conocer la realidad de lo encontrado.

# Capítulo 1

## Metodología

### 1.1. Planteamiento del problema

En la comunidad del Naranjo, la Libertad, Petén es un lugar que cuenta con aproximadamente 6,000 habitantes, lo que ha permitido que se pueda observar el desarrollo que poco a poco se ha dado en las comunidades, esto ha llevado a la población hacer uso de comedores en los cuales quieren degustar de un platillo que llene su apetito y que se diferencie de lo que hay en casa, pero también es importante la atención que se le brinde a vecinos o visitantes.

Los restaurantes y comedores no han sido lo suficiente estratégicos para aumentar la clientela, a causa de la mala atención de los empleados a los clientes, mala preparación de alimentos y la falta de preparación de una diversidad de platillos para cada tiempo de comida.

Por lo anterior mencionado recae sobre el bajo desarrollo de la comunidad y el bajo crecimiento de los restaurantes y comedores; por lo que el status de crecimiento sigue igual o más bajo a como iniciaron a ofrecer sus servicios de alimentación a la población.

La comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén es lo suficiente grande y mayor aun con la ubicación en la que se encuentra ya que muchas personas visitan la comunidad por ser parte céntrica para otras aldeas y caseríos alejados que hacen sus compras dos a tres veces por semana.

Es necesario que se apliquen estrategias para incitar a un crecimiento de status de servicios en los restaurantes y comedores de la comunidad y hacer uso de la Gestión de Calidad Total, que permita a los propietarios tomar en cuenta los precios, la higiene y atención al cliente.

Se encuentra una necesidad de mejorar la calidad de servicios, aplicar estrategias de atención al cliente, presentación de menú del día, e higiene para la preparación de alimentos y ofrecer precios razonables para cada horario de comidas.

La problemática influye en el crecimiento económico de la comunidad porque la mayoría de los propietarios son de la comunidad y al hacer el estudio se permite determinar el status y proponer mejoras para el creciedo empresarial.

## 1.2. Preguntas de investigación

¿Es posible mejorar el status de servicios a restaurantes en el Naranjo, la Libertad, Petén, como resultado de la aplicación de la Gestión de la calidad Total?

## 1.3. Objetivos de investigación

### 1.3.1 Objetivo general

Evaluar el impacto que tienen los restaurantes, En el Naranjo, la Libertad, Petén, en los clientes.

### 1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar las oportunidades que tiene la evaluación del servicio a los clientes de los restaurantes en el Naranjo, la Libertad, Petén.
- Determinar las principales características para mejorar el status de servicio a restaurantes en el Naranjo, la Libertad, Petén.
- Conocer la importancia que le dan los habitantes a la mejora de establecimientos que prestan el servicio de comida en la comunidad del Naranjo, la Libertad Petén

## 1.4. Definición del tipo de Investigación

En el presente trabajo de investigación, se utilizará la investigación descriptiva, toda vez que la misma permita que se establezca de la forma adecuada, como está compuesto el entorno y la forma en que cada restaurante se desarrolla en las medidas de funcionamiento, mismo que son objeto de análisis.

### 1.4.1. Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva es aquella que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objeto, procesos y personas.

En el presente trabajo de investigación se utilizará la investigación descriptiva ya que esta permitirá definir los procedimientos de status de servicios que se siguen en los restaurantes la comunidad del Naranjo, la Libertad, Petén, y así poder establecer a través de ella las causas o circunstancias que dificultad el mal servicio o falta de variedad de comidas en los restaurantes en la comunidad del Naranjo, Libertad, Petén.

## 1.5 Sujeto de Investigación

Los sujetos de investigación serán los mismos pobladores de la comunidad del Naranjo, la Libertad Petén, y visitantes.

## 1.6 Alcance de la Investigación

### 1.6.1 Temporal

La presente investigación se realizará en un lapso de 29 semanas comprendidas del 25 de agosto al 9 de marzo de 2019.

### 1.6.2 Geográfico

La investigación se llevó a cabo dentro de los límites geográficos del Naranjo, La Libertad, Petén.

## 1.7 Definición de la Muestra

### 1.7.1 Empleo de la muestra finita o infinita

La muestra tomada en cuenta para el presente trabajo es finita porque su población es de 300 personas, la cantidad de elementos es fácil de contabilizar e identificar. El tipo de muestreo que se utilizó fue el aleatorio simple, ya que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado para la muestra. El tipo de muestra se seleccionó partiendo de los criterios siguientes: la muestra es adecuada y representativa. Entre sus características se determinan como aleatoria, homogénea y suficiente.

Empleados:

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



Dónde:

n = Tamaño de la muestra?

d<sup>2</sup> = Margen de error 5% (0.11)

N = Población 300

l = Varianza

N = 100

100 (0.11x0.11)+1

n = 100

100(0.0121)=1.21+1=2.21

$\frac{100}{2.21} = 45$

2.21

Muestra de población

## 1.8 Definición de los instrumentos de investigación

Para la recolección de datos se utilizó una encuesta mediante la aplicación de un cuestionario para medir las variables de la presente investigación; en donde se plantearon preguntas de respuesta de selección múltiple en cual el encuestado subrayara la respuesta que crea correcta.

### 1.8.1 La observación

Es una herramienta que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

Se procederá a utilizar la observación de campo, la cual nos servirá para plasmar los datos o aptitudes de las personas entrevistadas.

## 1.9 Recolección de datos

Se realizará la recolección de datos en las diversas empresas ubicadas en el área del Naranjo, La Libertad, Petén, aplicando a cada sujeto seleccionado de manera aleatoria simple, el instrumento estructurado para el presente informe.

## 1.10 Procesamiento y análisis de datos

El proceso de desarrollo de esta investigación de estudio comprendió en:

- Formulación del problema
- La planeación y diseño de la investigación
- Trabajo de gabinete, revisión de literatura tanto como primaria como secundaria
- La selección de información que se requiere recabar de empleadores de empresas del Naranjo, La Libertad, Petén
- Elaboración de prueba piloto
- Recolección de información
- Después de obtener los datos para la presente investigación se procedió a la codificación de los mismos para su manipulación, tabulación y análisis, por medio de Excel y procedimientos estadísticos

Se evalúa la ejecución de la presente investigación en forma sistemática y continúa antes durante y después, con el fin de verificar los objetivos propuestos y si las actividades se están desarrollando dentro los límites propuestos en el cronograma de actividades.

## Capítulo 2

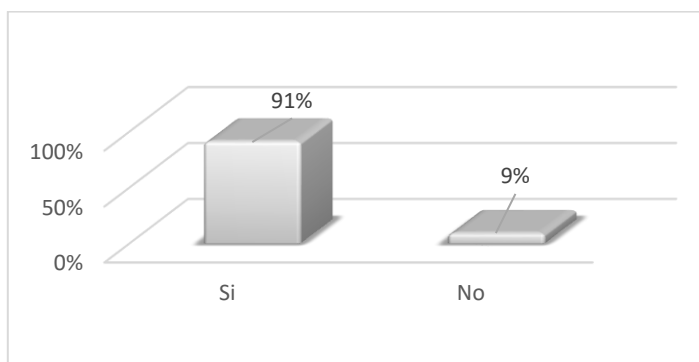
### Resultados

#### 2.1 Presentación del resultado

Encuesta realizada a habitantes y visitantes en Comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén.

1. ¿Suele acudir a restaurantes?

**Gráfica No. 1 Asistencia a Restaurantes**

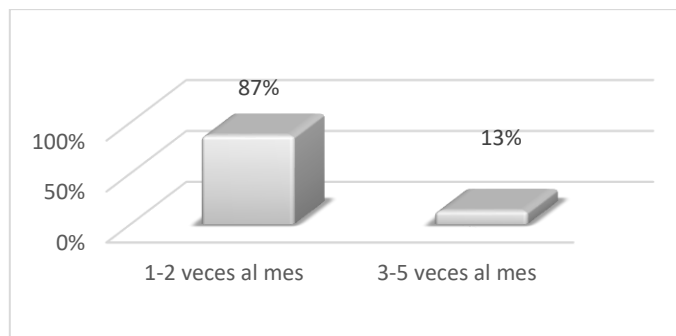


Fuente elaboración propia (2019).

La mayoría de habitantes de la comunidad en la comunidad El Naranjo, La Libertad, Petén según encuestas realizadas el 91% indicó que ha visitado los restaurantes y el 9% que no ha visitado ningún restaurante.

2. ¿Cuántas veces al mes come en un restaurante?

**Gráfica No. 2 Frecuencia que visita un restaurante**

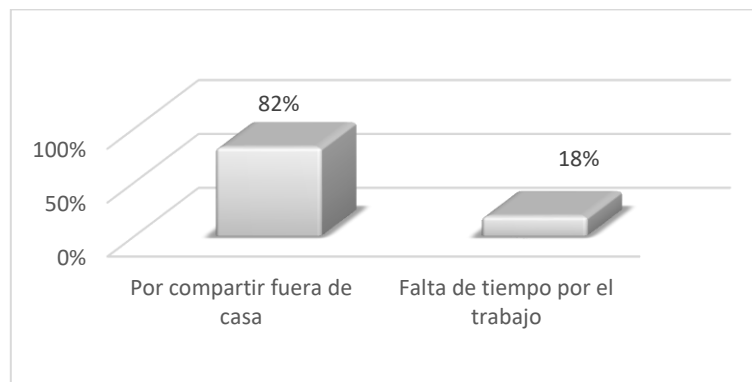


Fuente elaboración propia (2019).

Se muestra las veces que un comensal visita los restaurantes en la comunidad, donde el 87% expresó que visita de 1 a 2 veces al mes, mientras que el 13% visita a estos restaurantes 3 a 5 veces al mes.

3. ¿Por qué razón prefiere comer en un restaurante?

### Gráfica No. 3 Razones para comer en un restaurante

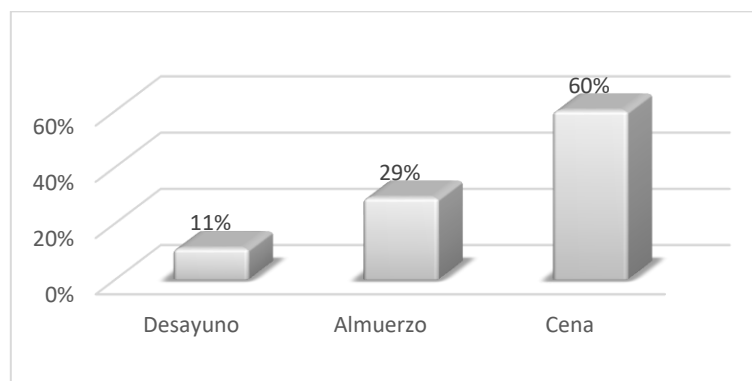


Fuente elaboración propia (2019).

Refleja porqué las persona visitan los restaurantes donde el 82% expresó que visita a los restaurantes para compartir fuera de la casa, el 18% de personas opta la visita a restaurantes por falta de tiempo por el trabajo, a través de ello se puede observar que la mayoría de las personas prefiere la visita a los restaurantes por una convivencia familiar fuera de casa.

4. ¿A qué horas frecuenta los restaurantes?

### Gráfica No. 4 Horarios de visita a restaurantes

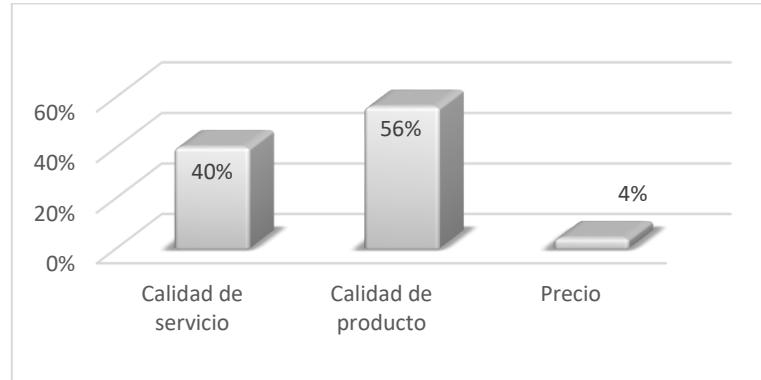


Fuente elaboración propia (2019).

En la gráfica No.4 se pudo determinar que la hora que las personas prefieren frecuentar los restaurantes, donde 60%, manifestó que preferían visitar los restaurantes a la hora de la cena, el 29% la hora del Almuerzo y por último el 11% preferían visitar los restaurantes a la hora de la cena.

5. ¿Qué valora al momento de visitar un restaurante?

**Gráfica No. 5 Características que toma en cuenta el cliente**

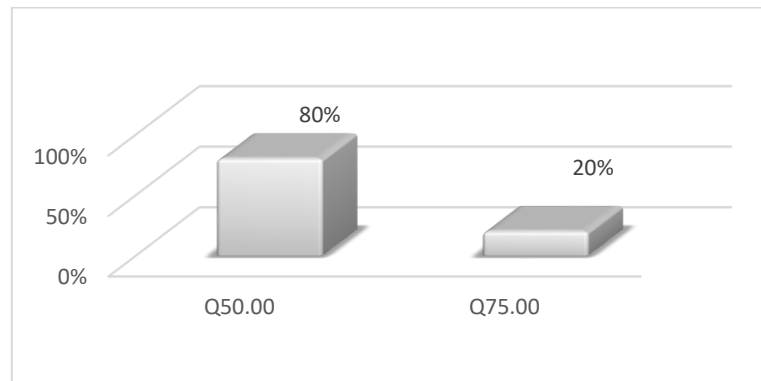


Fuente elaboración propia (2019).

La mayoría de las personas entrevistadas que representa el 56% de la muestra indicó que al momento de visitar un restaurante ellos valoran la calidad del producto, mientras que el 40% valoran la calidad del servicio y por último el 4% toman en cuenta el precio. Con ello se puede constatar que los pobladores visitan los restaurantes por la calidad del producto.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un platillo?

**Gráfica No. 6 Precios preferibles**

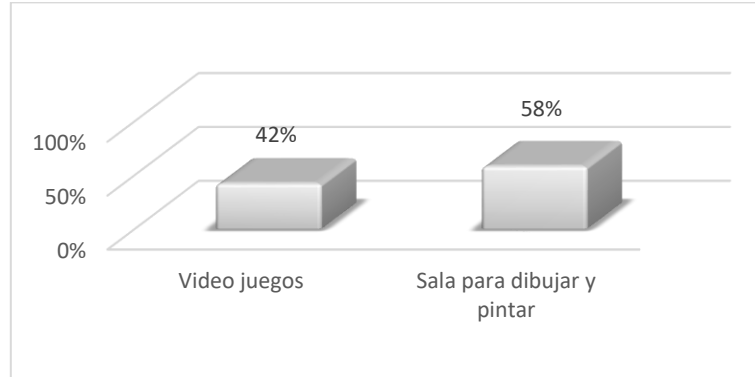


Fuente elaboración propia (2019).

En la gráfica se puede ver que el 80% está dispuesto a pagar un precio mínimo al momento de visitar un restaurante y el 20% de la población estaría dispuesto a pagar Q 75.00 por un plato de comida.

7. ¿Con qué medio de entretenimiento le gustaría que contara el restaurante?

**Gráfica No. 7 Tipos de entretenimiento que debe haber en un restaurante**

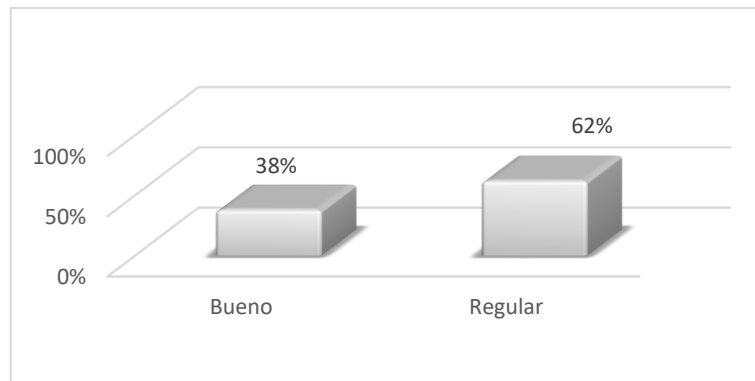


Fuente elaboración propia (2019).

De acuerdo a los clientes entrevistados, el 85% valoro la importancia de una sala para dibujo dentro del restaurante, y el 42% prefieren un área de video juegos.

8. ¿Cómo calificaría la cortesía y amabilidad de los restaurantes que ha visitado?

**Gráfica No. 8 Calificación de la atención que han recibido**

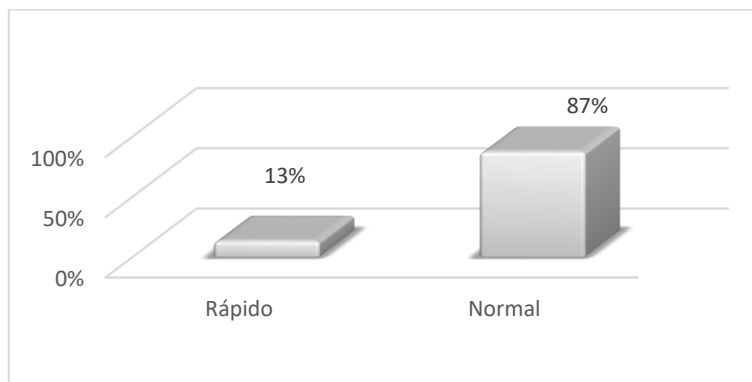


Fuente elaboración propia (2019).

La gráfica No.8 da a conocer como los clientes evalúan la cortesía y amabilidad de las personas encargadas de atender en estos restaurantes, el 62 % evalúa estas características en regular, mientras que el 38% lo califica como bueno el servicio que brindan los restaurantes que frecuentan.

9. ¿Con qué nivel de eficacia se le atiende en los restaurantes que ha visitado en la comunidad?

### Gráfica No. 9 Nivel de eficacia en la atención

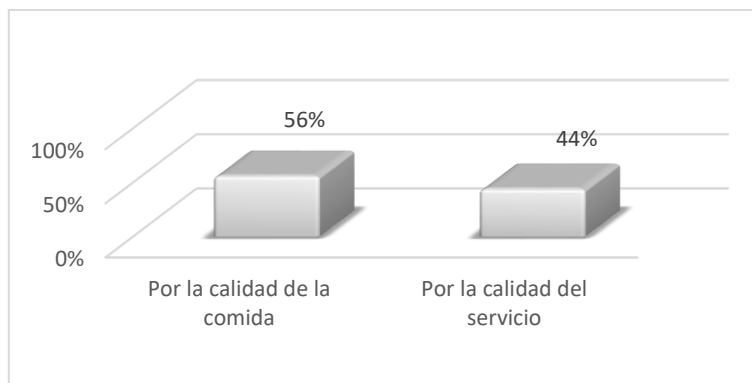


Fuente elaboración propia (2019).

En la gráfica No.9 el 87% asegura que su atención es normal al momento de hacer su pedido de la comida que quiere degustar, y el 13% no comenta que la atención prestada es rápida.

10. ¿Por qué regresaría usted nuevamente a un restaurante?

### Gráfica No. 10 Motivos para volver a visitar un restaurante



Fuente elaboración propia (2019).

De acuerdo al análisis de la gráfica No.10 un 56% regresaría nuevamente a un restaurante por la calidad de la comida y un 44% por la calidad del servicio que estos prestan, ya que los clientes exigen un producto de calidad que llene las expectativas, así también no dejan de tomar en cuenta la calidad del servicio con lo que son atendidos.

## **Capítulo 3**

### **Discusión y conclusiones**

#### **3.1 Extrapolación**

Gestión de la calidad total como herramienta para mejorar el estatus de servicio a Restaurantes en el Naranjo, Libertad, Petén, es un tema que ha sido aceptado por la población y que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo organizacional de una empresa a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción.

Juran, J. (1964) Definió dos secuencias universales de los pasos a seguir, una para lograr avances decisivos y otra para lograr el control, que sostiene que un pequeño porcentaje de factores en cualquier situación dará lugar a un gran porcentaje del efecto. Argumentó que una estructura organizacional de apoyo y compromiso de la dirección son esenciales para el logro de la calidad, (p 12).

Según este autor la calidad en el servicio al cliente es la herramienta para atraer a mejores ventas y entonces solo así se puede aumentar la preferencia sin importar precios ya que a buen servicio y calidad no se escatiman costos porque la salud no tiene precio y la buena armonía.

Cantú, J. (2011) menciona que “un servicio es la actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza mediante la interacción entre el cliente y el empleado y/o las instalaciones físicas de servicio, a fin de satisfacer un deseo o una necesidad de usuario” (p 119).

Los clientes buscan un lugar para sentirse cómodos, por lo que para este autor les indica a las empresas que la calidad no es una actividad sino un conjunto, en donde el cliente se siente atraído al buen trato, muy buenos servicios y armonía por la vista del lugar al que ha visitado.



Duque (2005) considera que: “el servicio al cliente es el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la organización. Para ello se vale de la interacción y retroalimentación entre personas, en todas las etapas del proceso del servicio. El objetivo básico es mejorar las experiencias que el cliente tiene con el servicio de la organización” (p.65).

El servicio al cliente permite una satisfacción en cuanto a las necesidades que el cliente tiene al visitar una empresa. El autor plantea este procedimiento de atención al cliente en un proceso derivado de la organización de la empresa o personal administrativo y especialmente de los de atención al cliente.

Según Stanton, Itzel y Walker (2007). “La asignación de precios es en extremo importante porque los pequeños cambios en el precio se traducen en enormes mejoras en rentabilidad”.

Según la gráfica No. 6 los clientes indican que los precios que prefieren pagar por un platillo de comida es hasta cincuenta quetzales, por lo que queda claro que el precio de la comida influye en la preferencia de clientes para comprar en un lugar.

Según el autor Gómez, H. (2006) define “el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos” (p 19).

Por lo que esto indica que el servicio que se le brinda al cliente es necesaria para el desarrollo de toda empresa, cuando dentro de un restaurante el cliente se va satisfecho es porque la atención fue agradable, el platillo exquisito y preparado con higiene, alimentos en buen estado, entre otras.

Gómez, D. (2009) afirma que para conservar más clientes es fundamental que tratemos muy bien al cliente entre esto se encuentra como punto central la amabilidad con el propósito de satisfacer la expectativas del cliente.

Por ejemplo, nunca debemos hacer esperar a un cliente. Según la gráfica 9 las personas afirman que no han sido atendidos con rapidez sino que han tenido que esperar hasta 40 minutos para que le sirvan su platillo en los horarios de la cena.

Gómez (2009) afirma que “En el servicio al cliente participan varios elementos: el cliente, el personal de contacto o sea el personal del almacén o negocio, el soporte físico o local, exhibición, los instrumentos, entorno o ambiente, decoración, uniformes estos son los elementos que participan en la estrategia de servicio al cliente” (p 8).

Para las personas la amabilidad, la vista que tenga un lugar en donde deciden ir a pasar momentos agradable tiene mucha relevancia, según las personas que visitan los restaurantes en la comunidad indicaron que son únicamente dos restaurantes que tienen una vista agradable, aunque los precios son elevados, pero la ubicación de uno de ellos tiene un lugar estratégico.

Tschohl, J. (2008) “La publicidad de boca en boca es invaluable; un servicio de excelencia, respaldado por el establecimiento, generará una provechosa publicidad de boca en boca, aumentará la lealtad de sus clientes y atraerá a nuevos clientes y remontará sus ventas y ganancias” (p 26).

En comparación con la investigación realizada queda claro que muchas de las personas decidirán volver a visitar su restaurante de preferencia por la calidad de la comida y por la calidad del servicio, lo que se ve reflejado equitativamente en la gráfica 10.

De la población encuestada, el 80% opinaron que visitan los restaurantes por el placer de compartir, convivir, comentar, disfrutar y conocer con la familia de diferentes platillos gastronómicos de comida que no comparten en casa, también les servirá para poder. Además también lo toman como una distracción que les permita tener una convivencia amena donde puedan compartir entre familia y degustar el platillo favorito de cada uno.

### 3.2 Hallazgos y análisis general

Al obtener los resultados de las encuestas se hace el hallazgo de la importancia existente en lo que abarca la Gestión de la calidad total como herramienta para mejorar el status de servicio a Restaurantes en la comunidad del Naranjo, Libertad, Petén comprendiendo que la mayoría de las personas encuestadas, visitan los restaurantes y prefieren la calidad y el precio económico de los platillos que se ofrecen y se sirven en los diferentes restaurantes.

Considerándose de esta manera el crecimiento comercial como un proceso de mejora que impulsa a la empresa a alcanzar el éxito, y posicionarse en el mercado a través de su servicio de calidad permitiendo un aumento de los ingresos y del volumen de las ventas.

En la actualidad el objetivo comercial de una empresa es crecer económicamente y lograr el abastecimiento necesario para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes reales o potenciales, que a través de su excelencia y la buena utilización de las herramientas de administración le permita reconocerse dentro de la comunidad.

### 3.3 Conclusiones

1. En esta investigación se pudo evaluar el servicio que se presta en los restaurantes que hay en la comunidad, en la cual se determinó que los clientes regresan al restaurante por el servicio que se presta, esto quiere decir; que si hay un buen servicio la población se satisface al momento de ser bien atendido. Las prácticas que promueven el status de servicio en los restaurantes son los factores que componen una estrategia en la organización. Las personas siempre creen que al recibir un servicio de calidad que les pueda llenar la satisfacción de sus necesidades, los satisface al momento de recibir un buen servicio.

2. Se logró identificar que en la mayoría de restaurantes cuentan con un status de servicio de calidad no muy adecuado ya que a través de la encuesta los clientes evalúan este servicio como regular, es de mucha importancia saber lo que el cliente percibe a la hora de visitar dichos lugares ya que esto ayudara a un mantener un cliente satisfechos además de saciar su hambre el cliente busca también una buena atención y esto contribuirá en la organización a poder lograr sus objetivos el de satisfacer al cliente con delicioso platillos sino también el poder tener un nivel de servicio y de atención al momento que se le visite.

3. Las características con las que deben de contar el restaurante, son de importancia para el consumidor, en algunas se puede observar que si cuentan con este proceso administrativo que les permite brindar una mejor atención, entonces el cliente queda satisfecho y con altas posibilidades de volver al restaurante con su familia, sin embargo; cabe recalcar que todos los restaurantes carecen de áreas recreativas que es una área importante que el cliente busca para ser más placentera su visita ya que la mayoría, visita estos lugares en compañía de su familia.

## Referencias

### Libros

1. Cantú, J. (2011). Desarrollo de una cultura de calidad. Cuarta edición. México. mcgrawhill.
2. Duque, J. (2005). Revisión del Concepto de Calidad del Servicio y sus Modelos de Medición. Innovar.
3. Gómez, E. (2009). ¿Cómo debe actuar cada uno de nosotros? Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). (1ra. ed.) Argentina: El Cid Editor
4. Gómez, E. (2009). Barreras contra el buen servicio. Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). (1ra. ed.) Argentina: El Cid Editor

### Revistas

5. Guía para Elaboración de Artículo Científico (2018).
6. Tamayo Ly, Lic. Carla, & Silva Siesquén, I. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

### Digitales

7. GestioPolis.com Experto. (2001, abril 26). ¿Qué hizo Joseph M. Juran por la gestión de la calidad?. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/que-hizo-joseph-m-juran-por-la-gestion-de-la-calidad/>
8. ¿Qué es la Gestión de la Calidad?. (2013) ISO 9001 Calidad. Sistemas de Gestión de Calidad según ISO. Recuperado de 9000.[https://www.google.com/search?q=Gestion+de+calidad&rlz=1C1AVNE\\_enGT687GT688&oq=Gestion+de+calidad&aqs=chrome..69i57j0l5.77851j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=Gestion+de+calidad&rlz=1C1AVNE_enGT687GT688&oq=Gestion+de+calidad&aqs=chrome..69i57j0l5.77851j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
9. Tschohl, J. (2008). Cómo conservar clientes con un buen servicio. México: Editorial Pax. Recuperado de

[https://books.google.com.mx/books?id=GcJifAJolB8C&printsec=frontcover&dq=Tschohl,+J.+\(2008\).+C%C3%B3mo+conservar+clientes+con+un+buen+servicio.+M%C3%A9xico:+Editorial+Pax.&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj5lsv05MThAhWBrFkKHTqsDmUQ6AEIKTAA#v=onepage&q=Tschohl%2C%20J.%20\(2008\).%20C%C3%B3mo%20conservar%20clientes%20con%20un%20buen%20servicio.%20M%C3%A9xico%3A%20Editorial%20Pax.&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=GcJifAJolB8C&printsec=frontcover&dq=Tschohl,+J.+(2008).+C%C3%B3mo+conservar+clientes+con+un+buen+servicio.+M%C3%A9xico:+Editorial+Pax.&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj5lsv05MThAhWBrFkKHTqsDmUQ6AEIKTAA#v=onepage&q=Tschohl%2C%20J.%20(2008).%20C%C3%B3mo%20conservar%20clientes%20con%20un%20buen%20servicio.%20M%C3%A9xico%3A%20Editorial%20Pax.&f=false)

## Legislación

10. Asociación de Comerciantes San Pedro, Entrevista al Sr. Alejandro Cuin, Presidente (2019).
11. Mini Muni El Naranjo, Entrevista al Sr. Alfredo Morales Alcalde Auxiliar (2019)

## **ANEXO**

## Anexo 1

### Cuestionario para los habitantes y visitantes



Universidad Panamericana, Sede el Naranjo, La Libertad, Petén

Tema de investigación

“Gestión de la calidad total como herramienta para mejorar el estatus de servicio a Restaurantes en el Naranjo, Libertad, Petén”

A continuación le presenta una serie de preguntas en las cuales buscamos conocer la opinión que tiene acerca de los restaurantes que hay en nuestra comunidad del Naranjo, la Libertad; Petén que tiene como objetivo conocer el estatus de servicio que se brinda en los restaurantes en nuestra comunidad. En la cual se le presenta 10 preguntas que esperamos que pueda responder con lo que se le está preguntando, subrayando la respuesta que más le parezca.

1. ¿Suele acudir a restaurantes?
  - Si
  - No
  
2. ¿Cuántas veces al mes come en un restaurante?
  - 1-2 veces al mes
  - 3-5 veces al mes
  
3. ¿Porque razón prefiere comer en un restaurante?
  - Por compartir fuera de casa
  - Por falta de tiempo por trabajo
  
4. ¿A qué hora frecuenta los restaurantes?
  - Desayuno
  - Almuerzo
  - Cena



5. ¿Qué valora al momento de visitar un restaurante?
  - Calidad de servicio
  - Calidad del producto
  - Precio
  
6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un platillo?
  - 50.00
  - 75.00 o mas
  
7. ¿Con que medio de entrenamiento le gustaría que contara el restaurante?
  - Video juegos
  - Sala para dibujar y pintar
  
8. ¿Cómo calificaría la cortesía o amabilidad de los restaurantes que ha visitado?
  - Bueno
  - Regular
  
9. Con que nivel de eficacia se le atiende en los restaurantes que has visitados en la comunidad.
  - Rápido
  - Norma
  
10. ¿Porque regresaría usted nuevamente a un restaurante?
  - Por la calidad de la comida
  - Por la calidad del servicio

¡Gracias!