

REPÚBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA**
Tecnología, Innovación y Desarrollo



ADMINISTRACIÓN

CASO DE ESTUDIO

**ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL
RESTAURANTE POLLOS EL PATRÓN.**

**MODALIDAD COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNOLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR: GREFA AGUINDA JIMMY JEFERSON

TUTOR: ING. NEIVA REGINA MANCHENO MEJÍA

TENA - ECUADOR

2024-2025

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	4
RESUMEN.....	5
ABSTRACT.....	6
1 INTRODUCCIÓN.....	7
1.1 Objetivos	8
1.1.1 Objetivo general.....	8
1.1.2 Objetivos específicos	8
2 ANÁLISIS	9
2.1 Percepción	9
2.2 Calidad del servicio.....	10
2.2.1 Características de la calidad del servicio	11
2.3 Estrategias de mejora continua.....	11
2.4 Atención al cliente.....	11
2.5 Satisfacción del cliente.....	12
2.6 Servicio.....	12
2.7 Metodología	12
2.8 Análisis del Problema Descomposición y Metodología	13
2.9 Ubicación del Área de estudio	14
2.10 Población y muestra de estudio.....	15
2.10.1 Población.....	15
2.11 Metodología del Trabajo	15
2.12 Recolección de Datos Objetivo 1	16
2.13 Análisis Cuantitativo y Cualitativo objetivo 2	18
2.13.1 Descomposición del Problema.....	18
2.14 Resumen de las brechas SERVQUAL calculadas.....	21
2.14.1 Análisis por Dimensión.....	21
2.14.2 Resultados Generales	22
2.14.3 Resultados Presentados	23
2.14.4 Interpretación de los Resultados	23

3	PROPUESTA.....	24
3.1	Propuesta de estrategias Objetivo 3.	24
4	CONCLUSIONES	31
5	RECOMENDACIONES	31
6	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA.....	32
7	ANEXOS.....	34

ÍNDICE DE FIGURAS

Imagen

Imagen 1.	Ubicación Geográfica del lugar	14
------------------	---	-----------

Tablas

Tabla 1.	Materiales y Equipos.....	13
Tabla 2.	Metodología por cada Objetivo	15
Tabla 3.	Matriz FODA cruzado	16
Tabla 4.	Descomposición del problema.....	19
Tabla 5.	Detalle de las Fórmulas utilizadas	19
Tabla 6.	Resumen de las brechas SERVQUAL.....	21
Tabla 7.	Brecha SERVQUAL.....	23

ÍNDICE DE ANEXO

Anexo 1.	Solicitud de Autorización.....	34
Anexo 2.	Carta de Aceptación.	35
Anexo 3.	Entrevista al Propietario del restaurante.	35
Anexo 4.	Entrevista al Propietario del restaurante.	35
Anexo 5.	Encuesta a los clientes.....	35
Anexo 6.	Encuesta a los clientes.....	35
Anexo 7.	Informe de Estrategias de Mejora de la calidad del servicio.	35

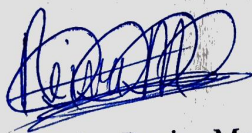
APROBACIÓN DEL TUTOR

ING. NEIVA REGINA MANCHENO MEJIA
PROFESOR DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de Tutor Examen de carácter Complexivo práctico denominado: **ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL RESTAURANTE POLLOS EL PATRÓN**, de autoría del señor **GREFA AGUINDA JIMMY JEFERSON**, con CC. 150116456-8 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Examen de carácter Complexivo práctico antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen el respectivo reglamento e institución.

Tena, 13 de febrero de 2025



Ing. Neiva Regina Mancheno Mejía

TUTOR DEL EXAMEN DE CARACTER COMPLEXIVO PRÁCTICO

RESUMEN

El proyecto tiene como objetivo analizar la percepción de la calidad del servicio que ofrece el restaurante Pollos el Patrón, ubicado en la parroquia Muyuna, provincia de Napo. Este estudio busca identificar las principales dimensiones que influyen en la satisfacción de los clientes, como la atención, el ambiente y la calidad de los productos. A través de una metodología basada en encuestas y observación directa, se recolectará información clave para evaluar las fortalezas y debilidades del servicio actual. Los resultados permitirán proponer estrategias específicas que mejoren la experiencia del cliente y fortalezcan la competitividad del restaurante en el mercado local, promoviendo un servicio que combine eficiencia, personalización y el respeto por las costumbres culturales de la región.

Palabras clave: calidad del servicio, percepción del cliente, atención al cliente, estrategias de mejora, competitividad local.

ABSTRACT

The project aims to analyze the perception of the quality of service offered by the Chickens the Pattern restaurant, located in the Muyuna parish, Napo province. This study seeks to identify the main dimensions that influence customer satisfaction, such as service, environment and product quality. Through a methodology based on surveys and direct observation, key information will be collected to evaluate the strengths and weaknesses of the current service. The results will allow proposing specific strategies that improve the customer experience and strengthen the restaurant's competitiveness in the local market, promoting a service that combines efficiency, personalization and respect for the cultural customs of the region.

Keywords: service quality, customer perception, customer service, improvement strategies, local competitiveness.

Carolina Romero A.
B.A Carolina Romero, M.E.d
LANGUAGE CENTER COORDINATOR

1 INTRODUCCIÓN

La calidad del servicio juega un papel fundamental en el éxito de cualquier restaurante a nivel global. En el sector gastronómico, la satisfacción del cliente no solo garantiza una experiencia memorable, sino que también fomenta la lealtad hacia la marca y refuerza la reputación del negocio. En un mercado competitivo y en constante evolución, los restaurantes deben adaptarse rápidamente a las crecientes expectativas de los consumidores. Esto implica trabajar en aspectos clave como un ambiente agradable, atención eficiente, personal empático y la capacidad de satisfacer las necesidades del cliente de forma oportuna. Estas acciones no solo aseguran la permanencia de los restaurantes en el mercado, sino que también les brindan una ventaja competitiva que puede marcar la diferencia a nivel internacional. (Hammond, hubspot, 2023).

En Ecuador, los restaurantes enfrentan el desafío de integrar elementos culturales y sociales en su oferta de servicio. Las expectativas de los clientes están influenciadas por su entorno cultural, valorando especialmente un trato cercano, personalizado y que refleje sus tradiciones locales. Estas características no solo generan satisfacción, sino que también fortalecen la conexión emocional entre los consumidores y los restaurantes. Sin embargo, a pesar de estos avances, sigue siendo un desafío garantizar que las experiencias reales coincidan con las expectativas iniciales de los clientes. Por ello, es crucial identificar áreas de innovación y mejora que permitan a los negocios del sector gastronómico sobresalir en un mercado nacional tan diverso (Andi, 2020).

El restaurante Pollos el Patrón, ubicado en Muyuna, es un ejemplo representativo del impacto de la percepción de calidad en un contexto local. Los clientes que visitan este lugar esperan más que un producto bien preparado; buscan una experiencia completa que incluya atención de calidad, un ambiente acogedor y una conexión auténtica con la cultura de la región. Cuando estas expectativas son satisfechas o superadas, el restaurante tiene el potencial de posicionarse como líder en el mercado local. Sin embargo, cualquier percepción negativa en la calidad del servicio puede afectar tanto la fidelidad de los clientes como los ingresos del negocio. Por lo tanto, un análisis detallado de las opiniones de los consumidores y un enfoque en las áreas críticas de mejora son esenciales para consolidar su reputación y competitividad en la comunidad. (Arnaldo, Maliza, Peñafiel, & Núñez, 2023).

La investigación se plantea desde un marco conceptual que combina teorías sobre la percepción de calidad del servicio, la satisfacción del consumidor y los factores culturales que influyen en el comportamiento de los clientes. En este sentido, se aborda la calidad como una construcción subjetiva que depende tanto de las expectativas previas del cliente como de la experiencia real ofrecida por el restaurante. Este enfoque permite una evaluación integral y contextualizada (Becerra, Serralde, Ramírez, & Acosta, 2022).

El problema radica en identificar cómo los clientes del Restaurante Pollos el Patrón perciben la calidad de su servicio y cuáles son las áreas que requieren intervención para alcanzar o superar sus expectativas. Este problema plantea preguntas clave como: ¿Cuál es la percepción actual de la calidad del servicio ofrecido por el restaurante? ¿Qué aspectos son valorados positivamente y cuáles generan insatisfacción? ¿Qué estrategias pueden implementarse para mejorar la percepción general?

La relevancia de esta investigación radica en que ofrece un análisis detallado de la calidad del servicio desde la perspectiva del cliente, permitiendo al restaurante optimizar sus procesos, consolidar su reputación y fortalecer su posición en un mercado competitivo. Asimismo, los resultados pueden servir como referencia para otros negocios de la región que enfrentan desafíos similares en la gestión de la calidad del servicio (Andrade & Peter, 2024).

La investigación aporta al conocimiento existente al generar un diagnóstico específico de un caso local, integrando las particularidades culturales y regionales en la evaluación de la calidad del servicio (Fuentes, González, Parrado, & Gálvez, 2020).

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo general

- Realizar una investigación exhaustiva para determinar la percepción de la calidad del servicio del Restaurante pollos el Patrón que maximice la eficiencia y el alcance del servicio de alimentación que brindan a los clientes.

1.1.2 Objetivos específicos

- Identificar la percepción de la calidad del servicio ofrecido por el restaurante pollos el patrón ubicado en el sector Muyuna.

- Describir la calidad de los servicios ofrecidos por el restaurante considerados en el estudio.
- Proponer estrategias de mejora de acuerdo con los resultados obtenidos.

La importancia de la calidad de servicio radica en su impacto directo sobre la satisfacción del cliente, que a su vez influye en la lealtad y fidelidad hacia la empresa. Un servicio de calidad genera una experiencia positiva, lo que no solo satisface las necesidades inmediatas del cliente, sino que también fortalece la relación a largo plazo, creando vínculos más fuertes y aumentando las probabilidades de que el cliente regrese y recomiende la marca a otros (Ramos, 2023).

La calidad de servicio es un factor diferenciador clave en un mercado competitivo. Las empresas que ofrecen un servicio superior son percibidas como más confiables y responsables, lo que mejora su reputación y les permite destacarse frente a la competencia. En este sentido, mantener altos estándares de servicio no solo aumenta la satisfacción y retención de clientes, sino que también contribuye al crecimiento y sostenibilidad del negocio.

2 ANÁLISIS

Un análisis implica un examen detallado de un tema, objeto o circunstancia con el propósito de comprender sus fundamentos, origen y razones que dieron lugar a su existencia. En el caso del análisis estructural, se aborda la dimensión externa del problema, definiendo los parámetros y condiciones que serán evaluados en profundidad. Además, se identifican y delimitan las variables clave que requieren un estudio minucioso, dando inicio a un examen riguroso del tema central de la investigación (Martínez, 2023).

2.1 Percepción

Según (Coullaut R, 2022) dice que la “percepción hace referencia al modo en el que, nuestro cerebro interpreta las sensaciones que recibe mediante los sentidos y, a partir de la cual, elabora una determinada impresión, ya sea esta inconsciente o consciente, acerca de la realidad física de su entorno. En el contexto de la calidad del servicio, la percepción del cliente se basa en sus expectativas y en la experiencia real vivida en un establecimiento”.

La percepción del cliente es la manera en que los consumidores interpretan y valoran una marca, producto o servicio a partir de sus experiencias, expectativas y emociones. Se construye a través de interacciones directas, como la compra y el uso del producto, e indirectas, como recomendaciones, publicidad y reseñas en línea. Esta percepción no solo influye en la satisfacción y fidelización del cliente, sino que también impacta en su decisión de compra y en la relación que establece con la empresa a largo plazo (Inabo, 2024).

Un cliente con una percepción positiva de una marca es más propenso a recomendarla y seguir adquiriendo sus productos o servicios, lo que contribuye a la retención de clientes y al crecimiento del negocio. Por otro lado, una percepción negativa puede generar una disminución en la confianza y afectar la reputación de la empresa. Para gestionar eficazmente la percepción del cliente, las empresas deben ofrecer experiencias de calidad, garantizar un excelente servicio y mantener una comunicación efectiva con su público.

2.2 Calidad del servicio

Es un conjunto de estrategias y medidas diseñadas para optimizar la atención al cliente y fortalecer el vínculo entre el consumidor y la marca. La base de un buen servicio radica en la creación de relaciones sólidas y un entorno positivo, caracterizado por la amabilidad y la disposición de ayudar, lo que garantiza que los clientes tengan una experiencia satisfactoria. Cuando el consumidor recibe un soporte eficiente y de calidad, su nivel de satisfacción aumenta, lo que lo motiva a regresar con mayor frecuencia, al sentirse valorado y atendido. Además, brindar un servicio excepcional permite detectar y corregir posibles fallos, ya que facilita la identificación de los momentos en los que los clientes requieren mayor asistencia, mejorando así su experiencia con la marca (Hammond, hubspot, 2024).

Según (Cardozo, 2021) “El concepto de calidad del servicio es fundamental en la industria gastronómica, ya que los clientes valoran no solo la comida, sino también la experiencia completa que reciben. Un restaurante con altos estándares de calidad en la atención y en el producto genera confianza en sus clientes y fortalece su competitividad en el mercado. La implementación de estrategias de control y evaluación periódica es esencial para asegurar la calidad y el cumplimiento de las expectativas de los clientes”.

En el sector gastronómico, la calidad del servicio es un factor determinante en la fidelización del cliente. Una experiencia satisfactoria no solo incentiva la repetición de la compra, sino que también mejora la reputación del restaurante en el mercado. La calidad debería ser un factor a tener en cuenta en todo lo que hacemos; y no sólo en nuestro trabajo. También en todos los sectores y en todos los oficios. Hacer las cosas bien no tiene precio y no suele traer más que beneficios, también económicos. Pues lo mismo ocurre con la gestión de la calidad en restaurantes, un aspecto tan esencial como el propio desarrollo de las operaciones y procesos. Porque trabajar bien cuesta lo mismo -o menos- que no hacerlo, y los frutos recogidos distan bastante en uno y otro caso (Crespo, 2024).

2.2.1 Características de la calidad del servicio

Las características de la calidad del servicio incluyen la fiabilidad, que asegura que el servicio sea constante y cumpla con las expectativas del cliente. Además, la responsabilidad destaca la disposición de los empleados para ayudar rápidamente, mientras que la seguridad genera confianza en el cliente al sentir que está recibiendo un servicio profesional. La empatía permite que el personal comprenda y atienda de manera personalizada las necesidades del cliente, creando una relación cercana y efectiva (Silva, 2024).

2.3 Estrategias de mejora continua

Las estrategias de mejora continua son los enfoques y procedimientos que una organización emplea para optimizar de manera constante sus productos, servicios o procesos. A diferencia de transformaciones radicales, la mejora continua se enfoca en realizar pequeños ajustes graduales que, con el tiempo, producen resultados significativos. Esta metodología se apoya en el ciclo PDCA (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar), lo que permite a las empresas identificar áreas de mejora, aplicar cambios, evaluar los resultados obtenidos y realizar ajustes según sea necesario (inarq, 2023).

2.4 Atención al cliente

Según Hammond (2024) “La atención al cliente es el conjunto de acciones enfocadas en mejorar la experiencia de un cliente, con la cual se establece un proceso para resolver cualquier desafío, duda o problema del cliente de manera inmediata y efectiva”. Una atención al cliente

eficaz no solo implica la rapidez en la respuesta, sino también la calidad de la interacción, que debe ser amable, empática y resolutive. El objetivo es crear una relación positiva y duradera con el cliente, solucionando problemas de manera eficiente, proporcionando información útil y brindando una experiencia que genere confianza y satisfacción. Un buen servicio de atención al cliente contribuye al éxito y la reputación de la empresa, mejorando su competitividad en el mercado.

2.5 Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es el nivel de contento o complacencia que un cliente experimenta después de interactuar con una empresa, adquirir un producto o recibir un servicio. Esta satisfacción depende de si las expectativas del cliente fueron cumplidas o superadas durante la experiencia de compra o consumo. La satisfacción del cliente es crucial porque influye directamente en la lealtad del cliente, la repetición de compras y la recomendación de la empresa a otros. Para lograr una alta satisfacción, las empresas deben ofrecer productos o servicios de calidad, mantener una atención a la cliente efectiva y asegurarse de que las necesidades y expectativas del cliente sean entendidas y atendidas de manera adecuada. Un cliente satisfecho no solo es más probable que regrese, sino que también actúa como embajador de la marca, promoviendo la reputación positiva de la empresa y contribuyendo a su crecimiento (Salesforce, 2022).

2.6 Servicio

Según (Morales, 2023) “Un servicio es una actividad que una persona o empresa realiza para satisfacer una necesidad o un deseo del consumidor. Los servicios, a diferencia de los bienes, son intangibles, pudiendo servir de ejemplo una experiencia, un conocimiento o una habilidad que alguien proporciona al consumidor a cambio de una contraprestación.

2.7 Metodología

La metodología es el conjunto de métodos y técnicas aplicadas durante un proceso de investigación para alcanzar resultados teóricamente válidos. En este sentido, la metodología actúa como un soporte conceptual que guía los procedimientos de la investigación, asegurando precisión y fiabilidad en los resultados obtenidos (Coelho, 2024).

Aunque es fundamental en los trabajos académicos, la aplicación de procesos metodológicos no se limita a estos. Siempre que se resuelve un problema siguiendo pasos estructurados, se emplea una metodología, lo que la hace relevante en diversos campos y disciplinas.

2.8 Análisis del Problema Descomposición y Metodología

El análisis se centra en identificar las percepciones que los clientes tienen sobre la calidad del servicio en el restaurante Pollos el Patrón, desglosando las dimensiones clave que influyen en su experiencia. El objetivo es determinar cómo estas áreas afectan la satisfacción del cliente y qué acciones específicas se pueden implementar para mejorarlas.

Para la ejecución del estudio, se hizo uso de una variedad de materiales e insumos indispensables para la recolección de datos y el desarrollo del análisis. La selección de estos recursos fue clave para asegurar la rigurosidad metodológica, facilitando así la obtención de información precisa y fundamentada que contribuyó al cumplimiento de los objetivos de la investigación.

Tabla 1. Materiales y Equipos

Categoría	Descripción
MATERIALES	
Documentos de referencia	Libros, artículos científicos, normativas y estudios previos relacionados con el caso de estudio.
Formularios y cuestionarios	Herramientas para la recolección de datos mediante encuestas o entrevistas.
Hojas de registro y notas	Documentos físicos o digitales donde se registran observaciones y hallazgos.
Internet	Necesario para la consulta de fuentes, acceso a bases de datos y recopilación de información.
EQUIPOS	
Computadora o laptop	Utilizada para la redacción, análisis y presentación del informe final.

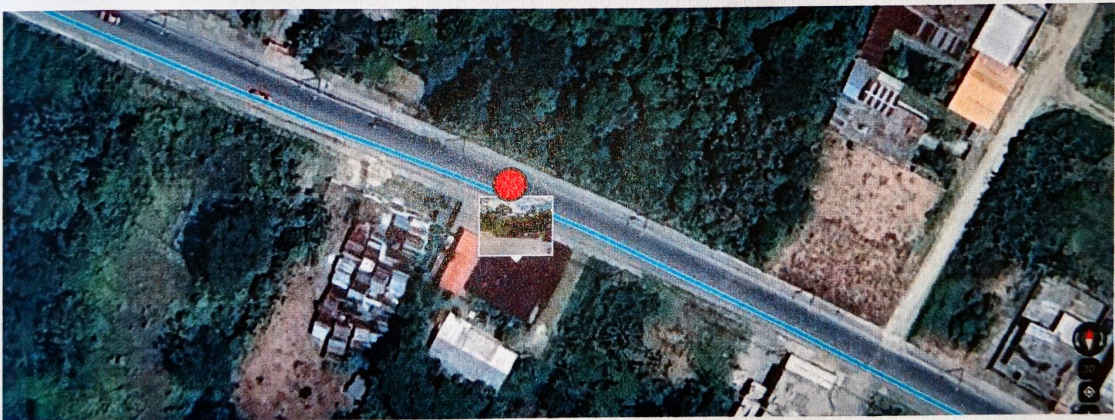
Software de procesamiento de datos	Programas como Excel, para tabular y analizar la información.
Teléfono móvil	Herramienta para comunicación y captura de evidencia visual relevante al estudio.
Impresora	Utilizada para la impresión de documentos, cuestionarios y reportes necesarios.

Elaborado por: Jimmy Jeferson Grefa Aguinda (2025).

2.9 Ubicación del Área de estudio

La investigación se desarrolló en el asadero "Pollos El Patrón", un establecimiento reconocido en la localidad por su oferta gastronómica especializada en pollo asado, acompañado de guarniciones tradicionales. El asadero está ubicado en el barrio Flor del Valle, dentro de la parroquia Muyuna, en el cantón Tena, perteneciente a la provincia de Napo, en la región amazónica del Ecuador.

Imagen 1. *Ubicación Geográfica del lugar*



Fuente: Google Maps

2.10 Población y muestra de estudio

2.10.1 Población

La población objetivo de esta investigación está compuesta por los clientes que frecuentan el restaurante “Pollos el Patrón”. Según la información proporcionada por el dueño del establecimiento, el restaurante recibe aproximadamente 500 clientes al mes, quienes constituyen la base para la aplicación de las encuestas. Estos clientes representan el grupo de interés para evaluar la calidad del servicio, la satisfacción del consumidor y otros aspectos relevantes del negocio. Para este estudio, se encuestó a 60 clientes, cuyos resultados permitirán analizar la percepción del servicio y proponer mejoras basadas en el modelo ServQual.

2.11 Metodología del Trabajo

Tabla 2. *Metodología por cada Objetivo*

Objetivo de la investigación	Método	Enfoque	Técnicas e instrumentos
Identificar la percepción de la calidad del servicio ofrecido por el restaurante pollos el patrón ubicado en el sector Muyuna.	descriptiva y cuantitativa	Cualitativa	Entrevista FODA
Describir la calidad de los servicios ofrecidos por el restaurante considerados en el estudio.	Investigación de campo y análisis SERVQUAL	Mixto (cuantitativo y cualitativo)	Encuesta
Proponer estrategias de mejora de acuerdo con los resultados obtenidos.	Investigación aplicada	Cualitativo	Informe

Elaborado por: Jimmy Jeferson Grefa Aguinda (2025).

2.12 Recolección de Datos Objetivo 1

Identificar la percepción de la calidad del servicio ofrecido por el restaurante pollos el patrón ubicado en el sector Muyuna.

- **Encuestas:** Se diseñaron preguntas cerradas y abiertas para evaluar la percepción del cliente en cinco dimensiones principales. Las preguntas cubrieron aspectos como amabilidad del personal, rapidez en el servicio, comodidad del ambiente, y si el restaurante refleja la identidad cultural local.
- **Entrevistas:** Conversaciones con el personal del restaurante para comprender los procesos internos y las dificultades que enfrentan.

Para alcanzar el Objetivo 1, se aplicó el enfoque cualitativo, método descriptivo y cuantitativo, utilizando la técnica de la entrevista y el análisis situacional del FODA cruzado. La entrevista fue aplicada a los miembros del restaurante Pollos el Patrón, incluyendo al dueño y al personal, con el fin de identificar la percepción de la calidad del servicio ofrecido. A través de este análisis, se evaluaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del negocio, lo que permitió obtener una visión más clara sobre los aspectos a mejorar y las estrategias a implementar para optimizar la experiencia del cliente.

Tabla 3. Matriz FODA cruzado

MATRIZ FODA – POLLOS EL PATRÓN	FORTALEZAS (Factores internos positivos)	DEBILIDADES (Factores internos negativos)
FACTORES INTERNOS	- Buena calidad en los productos ofrecidos.	- Falta de estrategias de fidelización de clientes.
	- Atención rápida y amable.	- Poca variedad en el menú.
	- Ubicación estratégica en el sector Muyuna.	- Necesidad de mayor capacitación para el personal.
	- Instalaciones cómodas y limpias.	- Falta de promociones y estrategias de marketing digital.

OPORTUNIDADES (Factores externos positivos)	ESTRATEGIAS FO (Uso de fortalezas para aprovechar oportunidades)	ESTRATEGIAS DO (Superar debilidades aprovechando oportunidades)
FACTORES EXTERNOS	- Crecimiento del turismo en la zona.	- Implementar menús atractivos para turistas y locales.
	- Tendencia creciente del consumo de comida rápida.	- Promocionar el restaurante en redes sociales destacando la rapidez del servicio y la calidad del producto.
	- Posibilidad de alianzas con aplicaciones de delivery.	- Implementar servicio a domicilio para captar más clientes.
AMENAZAS (Factores externos negativos)	ESTRATEGIAS FA (Uso de fortalezas para minimizar amenazas)	ESTRATEGIAS DA (Superar debilidades y reducir amenazas)
FACTORES EXTERNOS	- Competencia de otros restaurantes en la zona.	- Mejorar la calidad del servicio para diferenciarse de la competencia.
	- Aumento en el costo de insumos y materia prima.	- Optimizar la gestión de costos sin afectar la calidad del producto.
	- Cambios en las preferencias de los consumidores.	- Adaptar el menú a las nuevas tendencias de consumo.

Elaborado por: Jimmy Jeferson Grefa Aguinda (2025).

El análisis de la matriz FODA del restaurante Pollos el Patrón permitió identificar sus fortalezas, como la calidad de su producto y la atención al cliente, así como oportunidades de crecimiento mediante estrategias de fidelización. Sin embargo, también se detectaron debilidades,

como la falta de capacitación del personal, y amenazas externas, como la competencia en la zona. Estos hallazgos destacan la necesidad de mejorar la formación del equipo y aprovechar el posicionamiento del restaurante para diferenciarse en el mercado. Implementar acciones estratégicas basadas en este diagnóstico contribuirá a fortalecer la satisfacción del cliente y la sostenibilidad del negocio.

2.13 Análisis Cuantitativo y Cualitativo objetivo 2

Describir la calidad de los servicios ofrecidos por el restaurante considerados en el estudio.

Para alcanzar el objetivo 2, describir la calidad de los servicios ofrecidos por el restaurante, se realizó una investigación de campo utilizando el modelo SERVQUAL. Se aplicó una encuesta estructurada a un total de 60 personas, con 13 preguntas dirigidas a evaluar las expectativas y percepciones del servicio en distintas dimensiones. Esta metodología permitió recopilar datos cuantitativos y cualitativos para medir la brecha entre lo esperado y lo recibido por los clientes. Los resultados obtenidos proporcionan una visión detallada sobre los aspectos que requieren mejoras. El análisis de esta información servirá como base para futuras estrategias de optimización del servicio.

- Los datos recolectados fueron organizados en tablas para identificar tendencias y áreas críticas.
- Se aplicó la técnica SERVQUAL para medir la diferencia entre expectativas y percepciones, calificando cada dimensión en una escala de 1 a 5.

2.13.1 Descomposición del Problema

El problema se desglosa en las siguientes partes elementales, relacionadas con las dimensiones de la calidad del servicio:

Tabla 4. Descomposición del problema

Dimensión	Problema detectado
Calidad del Producto Incluye factores como frescura, sabor, presentación de los platos y consistencia.	Algunos clientes mencionan variabilidad en la presentación y sabor de los productos.
Atención al Cliente Comprende la amabilidad, empatía y eficacia del personal.	Falta de uniformidad en el trato al cliente, especialmente en horarios pico.
Ambiente Físico Se evalúan la limpieza, la decoración y la disposición de los espacios.	Algunos clientes perciben que la decoración no refleja adecuadamente la cultura local.
Tiempo de Respuesta Se mide la rapidez para tomar pedidos, preparar y entregar los alimentos.	Largos tiempos de espera en horas de mayor demanda.
Conexión Cultural Incluye elementos que destacan tradiciones locales y generan identidad.	Poca integración de elementos culturales en la propuesta del restaurante.

Elaborado por: Jimmy Jeferson Grefa Aguinda (2025).

El modelo SERVQUAL mide la calidad del servicio a partir de la diferencia entre las expectativas y la percepción de los clientes. A continuación, se detallan las fórmulas utilizadas para calcular cada una de las variables:

Tabla 5. Detalle de las Fórmulas utilizadas

Descripción	Análisis
Expectativa Promedio ($\bar{E}$): Se calcula a partir de la suma de todas las puntuaciones de expectativa dadas por los encuestados para una	E_i es la puntuación dada por cada encuestado sobre sus expectativas en una dimensión. N es el número total de encuestados (60 en este caso).

dimensión específica, dividida por el número total de encuestados. Formula: $\bar{E} = \frac{\sum E_i}{N}$	Si en la dimensión Calidad del Producto, los valores de expectativa de 60 encuestados suman 282, el cálculo sería: $\bar{E} = \frac{282}{60} = 4.7$
Percepción Promedio ($\bar{P}$): Se obtiene con el mismo procedimiento que la expectativa, pero utilizando las puntuaciones de percepción que reflejan la experiencia real de los clientes. Formula: $\bar{P} = \frac{\sum p_i}{N}$	P_i es la puntuación dada por cada encuestado sobre la percepción del servicio en una dimensión. N es el número total de encuestados (60 en este caso). Si en la dimensión Calidad del Producto, las puntuaciones de percepción suman 258, el cálculo sería: $\bar{P} = \frac{258}{60} = 4.3$
Brecha SERVQUAL (BS): La brecha SERVQUAL se obtiene restando la percepción promedio de la expectativa promedio: Formula: $BS = \bar{P} - \bar{E}$	Si el resultado es negativo, significa que la percepción del servicio es inferior a la expectativa, lo que indica insatisfacción. Si el resultado es positivo o cercano a cero, significa que el servicio cumple o supera las expectativas.
Ejemplo para Calidad del Producto Formula: $BS = 4.3 - 4.7 = -0.4$	Esto indica que la percepción del servicio está por debajo de las expectativas en 0.4 puntos, lo que sugiere que hay aspectos a mejorar en esta dimensión.

Elaborado por: Jimmy Jeferson Grefa Aguinda (2025).

2.14 Resumen de las brechas SERVQUAL calculadas

Tabla 6. Resumen de las brechas SERVQUAL

Dimensión	Expectativa Promedio (Ē)	Percepción Promedio (P̄)	Brecha SERVQUAL (BS)
Calidad del Producto	4.7	4.3	-0.4
Atención al Cliente	4.5	3.8	-0.7
Ambiente Físico	4.6	4.2	-0.4
Tiempo de Respuesta	4.4	3.6	-0.8
Conexión Cultural	4.5	3.9	-0.6

Elaborado por: Jimmy Jeferson Grefa Aguinda (2025).

El **Tiempo de Respuesta** es la dimensión con la mayor brecha negativa (-0.8), indicando que es el aspecto que más insatisfacción genera en los clientes. La **Atención al Cliente** también presenta una brecha significativa (-0.7), lo que sugiere que es otra área clave para mejorar.

2.14.1 Análisis por Dimensión

1. Calidad del Producto

- Expectativa Promedio: 4.7
- Percepción Promedio: 4.3
- Brecha SERVQUAL: -0.4

Análisis: Los clientes valoran la calidad del producto, pero la percepción obtenida es menor, lo que sugiere oportunidades de mejora en la consistencia del sabor, temperatura de los platos y calidad de los ingredientes.

2. Atención al Cliente

- Expectativa Promedio: 4.5
- Percepción Promedio: 3.8
- Brecha SERVQUAL: -0.7

Análisis: Existe una deficiencia en la calidad del servicio brindado por el personal. Se recomienda implementar capacitaciones en atención al cliente para mejorar la experiencia del consumidor.

3. Ambiente Físico

- Expectativa Promedio: 4.6
- Percepción Promedio: 4.2
- Brecha SERVQUAL: -0.4

Análisis: Si bien el entorno del restaurante es aceptable, pueden mejorarse aspectos como la iluminación, distribución del espacio y decoración.

4. Tiempo de Respuesta

- Expectativa Promedio: 4.4
- Percepción Promedio: 3.6
- Brecha SERVQUAL: -0.8

Análisis: Los clientes experimentan tiempos de espera más largos de lo esperado. Se recomienda optimizar la eficiencia en la preparación y entrega de pedidos mediante mejoras en la coordinación interna, aumento del personal en horas pico e implementación de sistemas digitales para agilizar los procesos.

5. Conexión Cultural

- Expectativa Promedio: 4.5
- Percepción Promedio: 3.9
- Brecha SERVQUAL: -0.6

Análisis: La conexión cultural con la gastronomía y el ambiente del restaurante puede mejorarse mediante la incorporación de más elementos culturales, como presentaciones en vivo de música local y decoraciones temáticas.

2.14.2 Resultados Generales

El análisis de la brecha SERVQUAL muestra que, en todas las dimensiones evaluadas, la percepción del cliente es menor que sus expectativas, lo que indica que el asadero de pollo "Pollos El Patrón" debe enfocarse en mejorar diversos aspectos del servicio. Las áreas más críticas son el **Tiempo de Respuesta (-0.8)** y la **Atención al Cliente (-0.7)**, lo que sugiere que los clientes experimentan demoras y una calidad de servicio por debajo de lo esperado.

2.14.3 Resultados Presentados

Para clarificar los hallazgos, se utilizan tablas y gráficos representativos:

Tabla 7. Brecha SERVQUAL

Dimensión	Expectativa Promedio	Percepción Promedio	Brecha SERVQUAL
Calidad del Producto	4.7	4.3	-0.4
Atención al Cliente	4.5	3.8	-0.7
Ambiente Físico	4.6	4.2	-0.4
Tiempo de Respuesta	4.4	3.6	-0.8
Conexión Cultural	4.5	3.9	-0.6

Elaborado por: Jimmy Jeferson Grefa Aguinda (2025).

2.14.4 Interpretación de los Resultados

- 1. Áreas Críticas:** La atención al cliente y el tiempo de respuesta presentan las mayores brechas, evidenciando la necesidad de capacitar al personal y optimizar procesos internos.
- 2. Fortalezas:** La calidad del producto es bien valorada, aunque se sugiere estandarizar la preparación para mantener consistencia.
- 3. Oportunidades de Mejora:** Incorporar elementos decorativos y menús que reflejen tradiciones locales puede reforzar la conexión cultural y atraer a un público más amplio.

3 PROPUESTA

3.1 Propuesta de estrategias Objetivo 3.

Proponer estrategias de mejora de acuerdo con los resultados obtenidos

Formato del Informe Estrategias de mejora de la calidad del servicio del restaurante

- Portada
- Introducción
- Misión
- Visión
- Creación de Logotipo
- Valores
- Objetivos
- Estrategias
- Conclusiones
- Recomendaciones

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
TENA**

**INFORME DE ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA
CALIDAD DEL SERVICIO DEL RESTAURANTE
POLLOS EL PATRÓN**

AUTOR:

GREFA AGUINDA JIMMY JEFERSON

TUTOR:

ING. NEIVA REGINA MANCHENO MEJÍA

NAPO-ECUADOR

2024-IIIST

INTRODUCCIÓN

Pollos El Patrón es un restaurante de pollos asado que ha logrado posicionarse en el sector Muyuna gracias a la calidad de sus productos, su servicio eficiente y la comodidad de sus instalaciones. Sin embargo, enfrenta desafíos como la falta de estrategias de fidelización, una oferta limitada en su menú y la ausencia de un plan de marketing digital efectivo. A esto se suman factores externos como la creciente competencia en la zona y las nuevas tendencias en el consumo de alimentos, lo que obliga al negocio a innovar y adaptarse a las exigencias del mercado.

Este informe tiene como objetivo analizar la situación actual del restaurante y proponer estrategias que permitan optimizar su operación y mejorar su posicionamiento. A través de un análisis FODA detallado, se identifican las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que influyen en su desempeño. Con base en estos hallazgos, se plantean acciones como la diversificación del menú, la implementación de programas de fidelización y el fortalecimiento del marketing digital. Estas estrategias buscan consolidar a Pollos El Patrón como un referente en comida de la localidad, garantizando un crecimiento sostenible y una mayor satisfacción del cliente.

MISION

Brindar a nuestros clientes una experiencia gastronómica de alta calidad, ofreciendo productos frescos y sabrosos en un ambiente cómodo y acogedor. Nos enfocamos en un servicio rápido, amable y eficiente, priorizando siempre la satisfacción del consumidor. Nuestro compromiso es mantener altos estándares de higiene y seguridad alimentaria, asegurando que cada cliente disfrute de una comida deliciosa y confiable.

VISION

Ser el restaurante de comida más reconocido en el sector Muyuna y sus alrededores, destacándonos por la calidad de nuestros productos, la excelencia en el servicio y la constante innovación en nuestra oferta gastronómica. Aspiramos a posicionarnos como una marca confiable y preferida por los consumidores, diferenciándonos de la competencia a través de un servicio excepcional y un menú atractivo y variado.

CREACIÓN DE LOGOTIPO

El logotipo de Pollos El Patrón representara la identidad y esencia del restaurante, destacando su enfoque en la calidad, rapidez y sabor de sus productos. Está diseñado para ser visualmente atractivo, fácil de recordar y transmitir confianza a los clientes.

Significado del logotipo

El logotipo combina elementos gráficos y tipográficos que reflejan la esencia de la marca. La imagen principal es un pollo con una expresión amigable y dinámica, que representa la frescura y calidad del producto. Además, se integra un diseño estilizado con detalles que evocan tradición y modernidad, creando una identidad fuerte en el sector gastronómico.

El uso de una tipografía llamativa refuerza la presencia del nombre "El Patrón", transmitiendo liderazgo y autenticidad. Cada elemento del logotipo está diseñado estratégicamente para conectar con el público objetivo, destacando el compromiso del restaurante con un servicio eficiente y un producto de primera calidad.

VALORES

Calidad

Compromiso con la excelencia en cada platillo, garantizando ingredientes frescos y una preparación cuidadosa.

Servicio

Brindar una atención amable, rápida y personalizada para asegurar la mejor experiencia al cliente.

Higiene

Mantener altos estándares de limpieza en todas las áreas del restaurante, garantizando un ambiente seguro y saludable.

Innovación

Buscar constantemente nuevas formas de mejorar el menú, los procesos y la experiencia del cliente.

Compromiso

Responsabilidad con la satisfacción del cliente, cumpliendo con altos niveles de servicio y sabor en cada pedido.

OBJETIVOS

Objetivo general

Mejorar la calidad del servicio en el restaurante Pollos El Patrón mediante la optimización de la atención al cliente, la capacitación del personal y la implementación de estrategias innovadoras que fortalezcan la experiencia del consumidor.

Objetivos específicos

- Optimizar la atención al cliente a través de la capacitación continua del personal, asegurando un servicio rápido, amable y eficiente.
- Implementar estrategias de fidelización, como promociones y descuentos, para aumentar la satisfacción y lealtad de los clientes.
- Fortalecer la presencia digital del restaurante mediante el uso de redes sociales y plataformas de delivery, facilitando el acceso a los productos y mejorando la comunicación con los consumidores.

ESTRATEGIAS DE MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Capacitación continua del personal.

Capacitación mensual en atención al cliente, rapidez en el servicio y protocolos de higiene para mejorar la experiencia del consumidor.

Programa de fidelización.

Implementación de un sistema de puntos y promociones personalizadas para clientes frecuentes.

Ampliación y diversificación del menú.

Incorporación de nuevas opciones gastronómicas adaptadas a las tendencias y preferencias de los clientes.

Optimización del marketing digital.

Fortalecer la presencia en redes sociales con contenido atractivo, publicidad pagada y promociones interactivas.

Implementación de servicio a domicilio.

Asociación con aplicaciones de delivery y desarrollo de un sistema propio de pedidos para ampliar el alcance del restaurante.

Mantenimiento y mejora de infraestructura.

Renovación del mobiliario, iluminación y elementos decorativos para garantizar un ambiente más atractivo y cómodo.

CONCLUSIONES

La implementación de estrategias de mejora en Pollos El Patrón permitirá fortalecer la calidad del servicio y optimizar la experiencia del cliente. A través de la capacitación continua del personal, se mejorará la atención, garantizando un trato amable y eficiente. Además, la diversificación del menú ampliará las opciones gastronómicas, adaptándose a las nuevas preferencias de los consumidores y diferenciándose de la competencia.

Uso de estrategias de marketing digital y la implementación de un programa de fidelización incrementarán la visibilidad del restaurante y fortalecerán la relación con los clientes. La presencia activa en redes sociales permitirá promocionar la marca de manera efectiva, mientras que el

servicio a domicilio ampliará el alcance del negocio, facilitando el acceso a los productos para una mayor cantidad de clientes. Estas acciones contribuirán a un incremento en las ventas y a una mayor satisfacción del público.

Finalmente, la mejora en la infraestructura y el mantenimiento de las instalaciones generarán un ambiente más cómodo y atractivo para los comensales, reforzando la imagen del restaurante. La combinación de estas estrategias impulsará el crecimiento del negocio, garantizando su sostenibilidad a largo plazo. Con un enfoque en la innovación y la excelencia en el servicio, Pollos El Patrón se posicionará como una opción destacada en el sector gastronómico, consolidando su reputación y fidelizando a sus clientes.

RECOMENDACIONES

Se recomienda desarrollar un programa de reconocimiento y bonificaciones basado en el desempeño del equipo de trabajo. Esto motivará al personal a mejorar su productividad, brindar un servicio de mayor calidad y fortalecer el compromiso con los objetivos del restaurante.

Es recomendable aumentar la presencia en redes sociales mediante contenido atractivo, promociones y publicidad segmentada. Asimismo, se sugiere utilizar plataformas de delivery y fidelización digital para ampliar el alcance del negocio y mejorar la relación con los consumidores.

Se sugiere optimizar los procesos de venta mediante la implementación de herramientas tecnológicas, como un sistema de pedidos en línea y pagos electrónicos. Esto agilizará la atención al cliente, reducirá los tiempos de espera y permitirá gestionar mejor los recursos del restaurante.

4 CONCLUSIONES

Este estudio permitió identificar las fortalezas del restaurante, como la calidad de sus productos y la amabilidad de su personal, pero también resaltó la necesidad de mejorar la rapidez en la atención, diversificar la oferta de servicios y fortalecer su presencia en redes sociales para atraer nuevos clientes y consolidar su posicionamiento en el mercado.

La descripción de la calidad del servicio permitió determinar que, si bien el restaurante cuenta con aspectos positivos que contribuyen a la satisfacción del cliente, existen oportunidades de mejora en la estandarización de la calidad de los alimentos, la optimización de los tiempos de espera y la ambientación del local. Estas áreas de crítica deben ser atendidas mediante estrategias específicas que permitan mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la competitividad del restaurante en el mercado.

Las estrategias propuestas permitirán abordar las áreas críticas identificadas en el estudio y contribuirán al crecimiento sostenible del restaurante Pollos el Patrón. La implementación de estas acciones no solo mejorará la percepción del servicio, sino que también fortalecerá la relación con los clientes y aumentará la rentabilidad del negocio a largo plazo.

5 RECOMENDACIONES

Implementar un sistema de gestión digital de pedidos para mejorar la eficiencia en la atención al cliente. Esto permitirá reducir los tiempos de espera identificados como una de las principales áreas de mejora en la percepción del servicio.

Diseñar programas de fidelización, como descuentos exclusivos para clientes frecuentes, promociones temáticas y combos a precios especiales, que según la encuesta son las estrategias más atractivas.

Reforzar la capacitación en atención al cliente para garantizar un trato amable y eficiente. Asimismo, mejorar la ambientación del restaurante con una distribución más cómoda, iluminación adecuada y música ambiental, incrementará la satisfacción del consumidor y su percepción sobre la identidad del establecimiento.

6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Coullaut R. (24 de Febrero de 2022). *coullautdepsiquiatria*. Obtenido de ¿Qué es la percepción?: <https://coullautdepsiquiatria.es/la-importancia-de-la-percepcion-en-los-procesos-psicologicos>
- Andi, J. (2020). Calidad Del Servicio Y Satisfacción Del Cliente De La Empresa Tagua Lodge En El Cantón Tena, Provincia De Napo, A Través Del Modelo Servqual. *Repositorio Dspace*, 1-17.
- Andrade, Q., & Peter, E. (2024). Análisis de la calidad de servicio en un restaurante de comida mexicana en la ciudad de Guayaquil. *Investigación administrativa*, 48(123), 8-10.
- Arnaldo, Y., Maliza, W., Peñafiel, L., & Núñez, D. (2023). Evaluación de la calidad percibida en un restaurante turístico. *Revista Universidad y Sociedad*, 15(5), 62-75. Recuperado el 11 de 2024, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202023000500062
- Becerra, J., Serralde, J., Ramírez, A., & Acosta, E. (2022). Factores que cuantifican la percepción de calidad en el servicio al cliente en un restaurante mexicano. *CienciaUAT*, 16(2), 73-84.
- Cardozo, L. (01 de Marzo de 2021). *zenvia*. Obtenido de Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales: <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>
- Coelho, F. (03 de Diciembre de 2024). *Metodología*. Obtenido de significados: <https://www.significados.com/metodologia/>
- Crespo, C. (22 de Septiembre de 2024). *La importancia de la gestión de calidad en restaurantes*. Obtenido de manageat: <https://manageat.com/gestion-de-calidad-en-restaurantes/>
- Fuentes, L., González, R., Parrado, C., & Gálvez, K. (2020). Evaluación de la calidad percibida de servicios en restaurante a la carta. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 179-191. Recuperado el 11 de 2024, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400179
- Hammond, M. (11 de Mayo de 2023). *hubspot*. Obtenido de hubspot: <https://blog.hubspot.es/service/calidad-del-servicio>

- Hammond, M. (1 de Agosto de 2024). *hubspot*. Obtenido de Qué es la calidad del servicio, cómo se mide y cómo mejorarla: <https://blog.hubspot.es/service/calidad-del-servicio>
- Hammond, M. (13 de Junio de 2024). *hubspot*. Obtenido de Qué es la atención al cliente, elementos clave e importancia: <https://blog.hubspot.es/service/que-es-atencion-al-cliente>
- Inabo, S. (11 de Marzo de 2024). *Percepción del cliente: Definición, importancia y cómo mejorarla*. Obtenido de zendesk: <https://www.zendesk.com/se/blog/simple-guide-customer-perception/>
- inarq. (09 de Octubre de 2023). *Beneficios de las estrategias de mejora continua*. Obtenido de inarq: <https://inarq.edu.pe/logistica/beneficiosdelasestrategiasdemejoracontinua/>
- Martínez, A. (14 de Junio de 2023). *concepto definicion*. Obtenido de Análisis: <https://concepto definicion.de/analisis/>
- Morales, F. C. (03 de Marzo de 2023). *Servicio*. Obtenido de rankia: <https://www.rankia.com/diccionario/economia/servicio>
- Ramos, C. (22 de Febrero de 2023). *firmaprofesional*. Obtenido de La importancia de la calidad en las empresas: <https://firmaprofesional.com/blog/importancia-calidad-empresas/>
- Salesforce. (16 de Septiembre de 2022). *Satisfacción del Cliente: qué es y ejemplos de encuestas*. Obtenido de Salesforce LATAM Blog: <https://www.salesforce.com/mx/blog/satisfaccion-del-cliente/>
- Silva, D. d. (11 de Septiembre de 2024). *Características del buen servicio al cliente: cómo garantizar la mejor experiencia*. Obtenido de zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/caracteristicas-buen-servicio-al-cliente/>

Anexo 1. Solicitud de Autorización.

Sr. Luis Marcelo Zuñu Barreto

Tena, 19 de noviembre de 2024

ADMINISTRADOR DEL RESTAURANTE POLLOS EL PATRÓN

Presente, -

De mi consideración:

Yo, **JIMMY JEFERSON GREFA AGUINDA** con C.C.I: 1501164568 estudiante de la carrera de tecnología superior en Administración de empresas del **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA**, del Quinto semestre paralelo "C", me dirijo comedidamente a usted con la finalidad de solicitar una autorización para realizar el trabajo de Investigación denominado "**ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL RESTAURANTE POLLOS EL PATRÓN**".

Por la atención que sepa dar a la solicitud, expreso mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,



Jimmy Jefferson Grefa Aguinda

Teléfono de contacto: 0999487978

E-Mail: jimmyje.grefa@est.itstena.edu.ec

Resido
2024. 11. 19

CARTA DE ACEPTACIÓN

Tena, 19 de noviembre de 2024

ASUNTO: Autorización

De mi consideración

En Atención del oficio s/n de fecha 19 de noviembre del 2024, suscrito por el señor estudiante **GREFA AGUINDA JIMMY JEFERSON**, con cedula de identidad número **1501164568**, en calidad de estudiante de la Carrera Tecnología Superior en Administración de Empresas del Instituto Superior Tecnológico Tena, del Quinto semestre Paralelo "C", en el cual solicita se Autorice realizar el trabajo de Investigación, al respecto debo manifestar que se **AUTORIZA** para que el Señor estudiante antes mencionado, realice el Trabajo de Investigación con el Tema: **ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL RESTAURANTE POLLOS EL PATRÓN.**

Para los fines pertinentes,

Atentamente,



Sr. Luis Marcelo Zuñiga Barreto
ADMINISTRADOR DEL RESTAURANTE POLLOS EL PATRON.

Anexo 3. Entrevista al Propietario del restaurante.



ENTREVISTA

ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL RESTAURANTE POLLOS EL PATRÓN.

Esta entrevista busca Analizar la percepción de la Calidad del servicio del Restaurante Pollos el Patrón. Queremos conocer la opinión de los clientes sobre la atención, La rapidez en los pedidos, Calidad de los productos y Ambiente del Restaurante.

Duración de la Entrevista: Tomara de 15 a 45 Minutos.

Entrevista: Carlos Gómez (Gerente del Restaurante)

1. ¿Cuáles son los principales retos que enfrentas como gerente?

El mayor desafío es equilibrar la satisfacción del cliente con la gestión de recursos limitados. Además, la alta competencia en el mercado exige que estemos siempre innovando y mejorando.

2. ¿Cómo evalúas el desempeño del personal en general?

Es positivo, pero creo que hay espacio para mejorar en cuanto a la comunicación y la eficiencia, especialmente durante los momentos de alta demanda.

3. ¿Qué áreas del restaurante requieren más atención?

La cocina necesita más equipamiento y reorganización para ser más eficiente. También, la atención al cliente podría beneficiarse de capacitaciones más frecuentes.

4. ¿Qué opinas sobre los tiempos de respuesta actuales?

Son aceptables, pero sabemos que podríamos ser más rápidos si optimizamos los procesos y utilizamos herramientas más modernas.

5. ¿Qué importancia le das a la identidad cultural en el restaurante?

Es un pilar fundamental. Queremos que los clientes se sientan conectados con la cultura local a través de la decoración, la música y la comida.

6. ¿Cómo manejan las quejas de los clientes?

Escuchamos sus inquietudes y buscamos solucionarlas en el momento. Si es necesario, ofrecemos descuentos o reemplazos de los productos para garantizar su satisfacción.

Anexo 4. Entrevista al Propietario del restaurante.



7. ¿Qué medidas tomarías para mejorar la comunicación interna?
Implementar reuniones semanales y un sistema digital para gestionar la información en tiempo real sería ideal.
8. ¿Cómo evalúas la rentabilidad del restaurante actualmente?
Es estable, pero sabemos que podríamos mejorar si logramos fidelizar a más clientes y atraer a nuevos con promociones y eventos especiales.
10. ¿Qué estrategias has considerado para fidelizar a los clientes?
Promociones especiales, eventos culturales y un programa de lealtad son ideas que estamos considerando para fortalecer la relación con los clientes.
11. ¿Cuál es tu visión a largo plazo para el restaurante?
Queremos ser un referente gastronómico en la región, reconocido no solo por la calidad de nuestros productos, sino también por la experiencia cultural que ofrecemos a los clientes.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Elaborado por:  Greña Aguinda Jimmy Jefferson ESTUDIANTE	
Validado por:  Ing. Neiva Regina Manchano Mejía TUTOR	Legalizado:  Lda. Yajaira Elizabeth Andri Lozada DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Anexo 5. Encuesta a los clientes.



ENCUESTA

ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL RESTAURANTE POLLOS EL PATRÓN.

Objetivo: El objetivo de la presente encuesta es de carácter netamente académico, la información obtenida servirá para poder desarrollar un estudio

Indicaciones Generales: Lea detenidamente cada pregunta y seleccione la opción que considere más adecuada, sea lo más sincero posible. Sus respuestas serán tratadas con total confidencialidad.

1. Género

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ Otro

2. ¿Cuál es tu rango de edad?

- ☐ 18-25 años
- ☐ 26-35 años
- ☐ 36-50 años
- ☐ Más de 50 años

3. ¿Conoce usted el Restaurante Pollos el Patrón?

- ☐ Sí
- ☐ No

Si su respuesta anterior es No, no deberá contestar las demás preguntas.

4. ¿Por qué medio obtuvo conocimiento del Restaurante pollos el Patrón?

- ☐ Redes
- ☐ Sociales
- ☐ Recomendado
- ☐ Publicidad
- ☐ Otros

5. ¿Con qué frecuencia visita el Restaurante Pollos el Patrón?

- ☐ Todos los días
- ☐ Una vez a la semana
- ☐ Una vez al mes

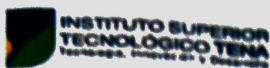
6. ¿Qué tipo de promociones lo motivaría a visitar el restaurante pollos el patrón?

- ☐ Descuentos
- ☐ Combos a precio especial
- ☐ Sorteos o premios
- ☐ Promociones temáticas

7. ¿Qué aspectos considera más importante al elegir un Restaurante?

- ☐ Calidad de alimentos
- ☐ Atención al cliente
- ☐ Precios accesibles
- ☐ Promociones

Anexo 6. Encuesta a los clientes.



INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA
Tecnología, Innovación y Desarrollo



Por favor, califica los siguientes aspectos del 1 (Muy mala) al 4 (Excelente)

8. ¿Indique la escala del servicio de atención al cliente?

- ☐ Muy mala
- ☐ Mala
- ☐ Buena
- ☐ Excelente

9. ¿Cómo describes tu experiencia con el restaurante pollos el patrón en términos de calidad de alimentos?

- ☐ Muy mala
- ☐ Mala
- ☐ Buena
- ☐ Excelente

10. ¿Cómo calificaría la amabilidad del personal con los clientes?

- ☐ Muy mala
- ☐ Mala
- ☐ Buena
- ☐ Excelente

11. ¿Cómo identificas el aseo y limpieza del restaurante?

- ☐ Muy mala
- ☐ Mala
- ☐ Buena
- ☐ Excelente

12. ¿Estaría dispuesto a recomendar el consumo de los productos que ofrece el Restaurante Pollos el Patrón?

- ☐ Si
- ☐ No

13. ¿Por qué?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Elaborado por:	
 Grecia Aguilón Jimmy Jefferson ESTUDIANTE	
Validado por:	Legalizado:
 Ing. Neiva Regina Manchano Mejía TUTOR	 Leda Yajaya Elizabeth Andi Lozada DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

INFORME DE ESTRATEGIAS DE MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL RESTAURANTE POLLOS EL PATRON



**AUTOR:
GREFA AGUINDA JIMMY JEFERSON**

2025