

# CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCION DEL CLIENTE EN EL RESTAURANTE “EL CANTARO” LAMBAYEQUE 2017.

## QUALITY OF SERVICE TO IMPROVE CUSTOMER SATISFACTION IN THE RESTAURANT "EL CANTARO" LAMBAYEQUE 2017.

Yasmy Fiorella Castañeda Vasquez<sup>1</sup>  
José Foción Echeverría Jara<sup>2</sup>

Fecha de recepción: 21/11/18

Fecha de aprobación: 29/11/18

DOI: <https://doi.org/10.26495/rhe185.27010>



### Resumen

*La presente investigación surge a partir de la interrogante que se presenta para definir si existe influencia de la Calidad de Servicio en la mejora de la Satisfacción del Cliente, Frente a esta problemática se planteó el objetivo general: Determinar La influencia de la Calidad de Servicio en la mejora de la satisfacción del Cliente en el Restaurante el “Cántaro”, de la ciudad de Lambayeque durante el periodo 2017. La hipótesis a defender es: Si la calidad de servicio influye de manera significativa en la satisfacción al cliente del restaurante El Cántaro, podemos afirmar que la importancia de esta investigación es en esencia incentivar a las empresas que se dedican al rubro gastronómico a la consideración e implementación de una verdadera Calidad de servicio como un factor de diferenciación, la satisfacción de los clientes es muy importante para las empresas que esperan alcanzar competitividad comparativa en el mercado, además la satisfacción trae como consecuencia una relación sólida y estrecha entre los clientes y la empresa, produciéndose un efecto de lealtad que se hace real en las repetitivas visitas y usos de los productos y/o servicios recomendando a sus amigos y familiares, siendo así la clave para el éxito de estas.*

*Al término de la investigación se concluyó: que la Calidad de servicio influye de manera directa en la mejora de Satisfacción del Cliente en el Restaurante “El Cántaro”, de la ciudad de Lambayeque durante el periodo 2017.*

**Palabras clave:** *Calidad de servicio, influencia, satisfacción, clientes*

### Abstract

*The present investigation arises from the question that is presented to define if there is an influence of the Quality of Service in the improvement of the Customer Satisfaction. In front of this problem, the general objective was established: Determine The influence of the Quality of Service in Improving Customer Satisfaction in the Restaurant "El Cántaro", in the city of Lambayeque during the 2017 period. The hypothesis to be defended is: If the quality of service significantly influences the customer satisfaction of El Cántaro restaurant, We can say that the importance of this research is in essence to encourage companies that are dedicated to the gastronomic field to consider and implement a true Quality of service as a differentiating factor customer satisfaction is very important for companies that expect to achieve comparative competitiveness in the market, besides the satisfaction brings as a consequence a solid and close relationship between customers and the company, producing an effect of loyalty that becomes real in the repetitive visits and uses of the products and / or services recommending their friends and family, being the key to the success of these.*

*At the end of the investigation, it was concluded that Quality of Service has a direct influence on the improvement of Customer Satisfaction in the Restaurant "El Cántaro", in the city of Lambayeque during the 2017 period.*

**Keywords:** *Quality of service, influence, satisfaction, clients*

<sup>1</sup> Magister en Administración con Mención en Gerencia Empresarial, Escuela de Administración, Facultad de Ciencias económicas administrativas y contables Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque -Chiclayo, Perú, fcv\_981@hotmail.com, <http://orcid.org/0000-0002-2947-6155>

<sup>2</sup> Doctor en Administración, Escuela de Administración, Facultad de Ciencias económicas administrativas y contables Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque -Chiclayo, Perú, fochev@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6750-0032>

## 1. Introducción

La importancia de la presente investigación es que sus resultados nos darán a conocer la influencia de la Calidad de servicio para mejorar la Satisfacción del Cliente en el Restaurante “El Cántaro”, de la ciudad de Lambayeque, 2017. Por lo tanto, nuestro problema quedó enunciado de la siguiente manera: ¿Existe influencia de la calidad de servicio en la mejora de la Satisfacción del Cliente en el Restaurante “El Cántaro”, de la ciudad de Lambayeque durante el periodo 2017?

Asimismo, el objeto de estudio se centra en la Calidad de Servicio para la mejora de la Satisfacción del Cliente en el Restaurante para lo cual se buscaron los siguientes objetivos: Definir si la fiabilidad en los servicios prestados influye con la Calidad de Servicio ofrecido a los clientes del Restaurante, Analizar si la capacidad de respuesta afecta su calidad de Servicio ofrecida, Determinar si la seguridad influye en la en la calidad de Servicio ofrecida a los clientes, Conocer si la empatía de un colaborador del Restaurante afecta la calidad de servicio, Determinar si los elementos tangibles del Restaurante influye en la calidad del servicio, Conocer si el Rendimiento percibido es un indicador de satisfacción en los clientes del Restaurante, Determinar si se cumple con las expectativas de los clientes del Restaurante, Determinar el nivel de satisfacción de los clientes del Restaurante el Cántaro de Lambayeque.

En tal sentido, el objetivo general de la investigación quedó enunciado de la siguiente manera: Determinar la influencia de la Calidad de Servicio para la mejora de la Satisfacción de los clientes del Restaurante El Cántaro de la ciudad de Lambayeque.

## 2. Materiales y métodos

Esta investigación fue una investigación empírica, de corte transversal, no experimental, de tipo exploratorio y descriptivo. La investigación es exploratoria, porque el tema a estudiar ha sido ya tratado en la región, se han realizado estudios sobre el tema y estadística, por lo que se tienen antecedentes o estudios previos. El estudio exploratorio buscó aumentar el grado de familiaridad con el tema a investigar, obtener información que permitió después llevar a cabo una investigación más completa y detallada.

Este trabajo de investigación es cuantitativo, se aplicó encuestas, en base a un cuestionario utilizando los indicadores ya acreditados dados por Parasuraman,A; Zeithaml,V; Berry,L. (SERVQUAL) para la calidad de servicio y se agregaron preguntas acerca de Satisfacción al cliente basados en las dimensiones de estudio de Kotler que se aplicó a la muestra de los clientes del Restaurante El Cántaro de la ciudad de Lambayeque, 2017.El muestreo fue estratificado y aleatorio simple. Se determinó un Alfa de Cron Bach (confiabilidad) de 0.957, el cual consiste en 11 preguntas con opciones, y está conformado por 5 dimensiones que son: elementos tangibles con 4 ítems, confiabilidad con 5 ítems, capacidad de respuesta con 4 ítems, seguridad con 4 ítems y empatía con 5 ítems, que presenta una escala de Likert del 1 al 5, donde 1=Totalmente Insatisfecho, 2= Insatisfecho,3 = Indiferente,4 = Satisfecho,5= Totalmente Satisfecho.

Asimismo, para medir la satisfacción del cliente se utilizó las dimensiones de Kotler (2003) que son 3 dimensiones: rendimiento percibido con 6 ítems, las expectativas con 5 ítems, niveles de satisfacción con ítems, que hacen un total de 14 ítems, que presenta una escala de Likert del 1 al 5, donde:

1=Totalmente Insatisfecho,2= Insatisfecho,3 = Indiferente,4 = Satisfecho,5= Totalmente Satisfecho.

El muestreo fue estratificado y aleatorio simple.

Regla de decisión: Si el p valor > 0,05 se acepta la Hipótesis Nula. (H0) /Si el p valor < 0,05 se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna. (H1)

### Muestra

El universo lo constituyeron todos los clientes del Restaurante El Cántaro de la ciudad de Lambayeque, los cuales ascienden a aproximadamente 4840 clientes, siendo la muestra de 323 clientes que tienen diferentes culturas y costumbres (extranjeros), edades y género.

Materiales, técnicas e instrumentos de recolección de datos: Se utilizó como instrumento la Encuesta; esta encuesta estuvo dirigida a los clientes del Restaurante el Cántaro de Lambayeque y tiene como objetivo recopilar la información relacionada con la investigación y contiene preguntas cerradas con varias alternativas de respuesta, utilizando la técnica Escala de Likert.

Fiabilidad: La confiabilidad del instrumento se determinó con la medida de consistencia interna denominada “Coeficiente Alpha Cronbach” que resulto mayor a 0,75 ya que se utilizó preguntas del cuestionario Servqual para obtener la información.

Validez: Se entiende como el grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir. Se evaluó la validez a partir de que el instrumento ya ha sido validado por los autores de las teorías.

Métodos y procedimientos para la recolección de datos: Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se contó con la autorización de los dueños del Restaurante Turístico el Cántaro de la ciudad de Lambayeque. Por ser un estudio no experimental, se siguió todas las normas éticas relacionadas con el tema y se considerarán diversos principios jurídicos respetando la originalidad y la propiedad intelectual. Se visitó las instalaciones en horario de afluencia de público, para que cada cliente tenga la oportunidad de llenar los cuestionarios de manera directa, jóvenes y adultos que se encontraba en el restaurante. Así se procedió a la aplicación del cuestionario.

Análisis estadísticos de los datos: Concluida la recolección de los datos, se elaboró la tabla matriz a fin de tener una vista panorámica de los datos, luego se ingresaron en el programa estadístico SPSS o llamado Statistical Pack Forthe Social Sciences, versión 22, para ser procesados y presentar los resultados en cuadros para el análisis e interpretación respectiva de los resultados. También utilizamos para efectos del análisis e interpretación de los cuadros, la estadística descriptiva. Se utilizó las medidas de tendencia central: Media Aritmética. Son valores numéricos, estadígrafos que representan la tendencia de todo el conjunto de datos estadísticos.

### Operacionalización de Variables

VARIABLES	Autor	Predictores / Indicadores	Instrumentos	Validación del Instrumento
SATISFACCIÓN AL CLIENTE	Kotler y Keller	Expectativas Servicio Percibido Niveles de Satisfacción	Instrumento: Cuestionario	Cuestionario Validado
CALIDAD DE SERVICIO	Parasuraman, A; Zeithaml, V; Berry, L.	Fiabilidad Seguridad Elementos Tangibles Empatía Capacidad de Respuesta	Instrumento: Cuestionario	Cuestionario Validado

### 3. Resultados

Al analizar los resultados de la información encontramos que:

De acuerdo a los datos obtenidos los clientes están satisfechos con las instalaciones físicas del restaurante (78%) y de todos los elementos y materiales relacionados con el servicio (58%), de la misma manera con la vestimenta pulcra del personal (61%) y los encuestados sostiene que están satisfechos con lo percibido. Pero cuando se les hizo la pregunta, si el establecimiento cuenta con equipos modernos, los encuestados no están satisfechos (65%), y debido a que siendo un restaurante de prestigio este no se inclina hacia la tecnología y modernidad. También podemos ver que los clientes están de acuerdo con todo lo relacionado a los elementos tangibles, pero a pesar de ello, aún se puede observar

un pequeño índice de inconformidad en cuanto a la apariencia moderna, puesto que la propietaria del restaurante quiere reflejar un ambiente rústico, entonces se preocupa por mostrar la cultura lambayecana, pero cabe mencionar que la tecnología sería necesaria para mejorar algunos procesos dentro del restaurante que evite largas esperas.

La capacidad de respuesta para ejecutar su servicio de forma fiable sin contraer problemas por parte del restaurante tendría que tomar en cuenta los resultados obtenidos, puesto que se puede observar que los clientes están insatisfechos (61.9%) con el cumplimiento de lo ofrecido dentro del tiempo establecido. Los clientes están insatisfechos (60%) en que los trabajadores del restaurante no se preocupan por resolver cualquier duda al momento del servicio, ya que siempre surgen interrogantes por alguno de los ingredientes de los platillos requeridos y están ocupados para atender las sugerencias y quejas de los clientes. El grado de la respuesta del personal de la empresa logra en los clientes, la satisfacción esperada. La amabilidad es un factor clave para que el cliente se sienta satisfecho y es por ello que los trabajadores del restaurante “El Cantaro” de Lambayeque deben poner énfasis en este punto.

**Tabla 01**

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Valido	323	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0
	Total	323	100,0

Fuente: Elaboración propia

La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento

Ninguna de las encuestas fue excluida

El 100% de las encuestas fueron válidas.

Datos proporcionados por SPSS

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.957	.957	22

Según SPSS el instrumento es Fiable

Los elementos se refieren al número de preguntas.

#### Correlación de Variables

	Calidad de Servicio	de	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación Sig.(bilateral) N	1,000 .895** 323
	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de Correlación Sig. (bilateral)	.895** ,000 323

\*\* La correlación es significativa a nivel de 0,01(2 colas)

Fuente: SPSS

Si la relación está entre 0.75 y se aproxima a 1, entonces será una correlación positiva considerable entre las dos variables de estudio, esto nos quiere decir que se asocian

#### **4. Discusión**

*Entonces podemos concluir que las variables estudiadas y contrastadas con las teorías correspondientes de cada dimensión, ha conseguido demostrar el objetivo principal por lo tanto : «SE DETERMINA QUE SI EXISTE INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA MEJORA DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL RESTAURANTE EL CÁNTARO DE LAMBAYEQUE,2017»*

*Los Elementos tangibles como las instalaciones, las vestimentas del personal los materiales utilizados, tienen una marcada influencia en la calidad del servicio del Restaurante.*

*Su Capacidad de respuesta afecta directamente en la calidad de Servicio ofrecida a los clientes; los clientes consideran que el tiempo de espera es inadecuado*

*La Fiabilidad ofrecida a sus clientes influye significativamente en la Calidad de Servicio del Restaurante. Para poder lograr una merecida recomendación.*

*La seguridad influye en la en la calidad de Servicio ofrecida a los clientes ya que se sienten tranquilos en las instalaciones y transacciones realizadas en este restaurante.*

*La empatía aplicada mediante la atención del personal del Restaurante afecta de manera significativa a la calidad de servicio ofrecida.*

*El servicio percibido por los cliente es satisfactorio en un (44%) más un (15.5 %) totalmente satisfecho lo que indica satisfacción en los clientes en un /59.5%) donde a pesar de su valor percibido en forma positiva aún queda un (40.5 %) de clientes que no presentan conformidad.*

*Las expectativas de los clientes del Restaurante se cumplen en un (55 %) esto determina que los clientes aún no han conseguido alcanzar sus deseos.*

*Se Identificó un nivel de satisfacción de un (71%) para sus clientes.*

#### **5. Recomendaciones**

Siendo el Restaurante El *Cántaro* una empresa Tradicional reconocida en el mercado se recomienda:

Implementar en sus instalaciones una infraestructura con ambiente y equipos de tecnología modernos para brindar un mejor servicio en el despacho de los pedidos.

Utilizar estrategias de organización con todos los que están incluidos en el servicio para trabajar en equipo y minimizar los tiempos de espera en su clientela.

Capacitar al personal y aumentar personal para cubrir todas las inquietudes y sugerencias que se pudieran presentar en fechas donde hay más afluencia de público. Incrementar el control de la presentación y diversificación de los platos.

Establecer lineamientos como el saludo obligatorio o bienvenida como parte de la atención personalizada del personal del restaurante.

Los trabajadores del restaurante “El Cántaro” de Lambayeque deben poner énfasis en la amabilidad debe primar como factor clave y no ser indiferentes a las sugerencias del público.

Valorar más el aspecto de un buen servicio recibido ya que cuando un cliente tiene un problema el Restaurante debe mostrar un sincero interés en solucionarlo y evitar que vuelva a suceder.

Crear condiciones o situaciones para lograr que los clientes logren alcanzar satisfacer sus expectativas.

Si los clientes afirman estar satisfechos (71%) y esto está en función a lo que ellos buscan, entonces realizar un benchmarking con la competencia para mejorar las prácticas de servicio.

#### **6. Referencias**

Alvarez, G. (2015). Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala Servqual. *Ciencia e Ingeniería Granadina Service Quality*, 113.

Bejarano. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de*. Trujillo.

Castillo y Díaz. (2012). *La calidad en el Servicio al Cliente Restaurante Terraza*. Instituto Politécnico Nacional, Cuauhtémoc, DF.

Enríquez, J. (2011). *El Servicio al Cliente en Restaurantes del Centro de Ibarra*. Estrategias de Desarrollo de Servicios. Proyecto de Investigación.

CASTAÑEDA, Y. F. & ECHEVERRÍA, J. F. Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente en el restaurante “El Cantaro” Lambayeque 2017, -Rev. Horizonte empresarial julio - diciembre 2018; VOL.5/Nº2, ISSN 2313-3414.

Guerrero y Velasco. (2010). Relacionar la Calidad de Servicio al cliente y las ventas en el Recreo. Las Pirkas. *Revista de los Profesionales de la Restauración*, 135.

Kotler y Keller. (2006). *Dirección de Marketing* (Duodécima edición ed.). México: Pearson Educación, S.A.

López, M. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. *Revista del Departamento de Contaduría y Finanzas por el Instituto de Sonora*, 1-36.

Mejías y Manrique. (2011). *Dimensiones de la satisfacción de clientes*. Venezuela.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L. (1985). *Un Modelo Conceptual de Calidad de los servicios y sus implicaciones futuras*. México: Mc.Graw Hill.

Pinheiro, L. (30 de 12 de 2014). *Calidad de atención y percepción de la satisfacción de Los usuarios asociados a la estrategia salud de la Familia (esf) en el municipio de Ibicuí, Bahía, Brasil, 2014*. Recuperado el 4 de 03 de 2018, de .: <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/298>

Sánchez, T. (2015). Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “El Encuentro” de la ciudad de Huaraz, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas. *IN CRESCEN*, VOL 2(2), 110-122.

Schmal y Olave. (2014). *Optimización del Proceso de Atención al Cliente en un Restaurante*. Vol.25, N.4, Pp.27-34.

Solano, J., & Uzategui, C. (2017). Validez y Confiabilidad de una escala de medida para la calidad del servicio de los restaurantes ubicados en las zonas turística de Puerto Bolívar. *UNIVERSIDAD Y SOCIEDAD*, VOL.9 (1), PP.52-59.

Torres, M., & Vásquez, C. (2015). Modelos de Evaluación de la Calidad del Servicio. *COMPENDIUM REVISTA* 35, 1-20.

Verguara, Q. (2011). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios en dos hoteles cinco estrellas de la ciudad de Cartagena (Colombia) mediante un modelo de ecuaciones estructurales. *Ingeniare. Revista chilena de Ingeniería*, pp 420-428.