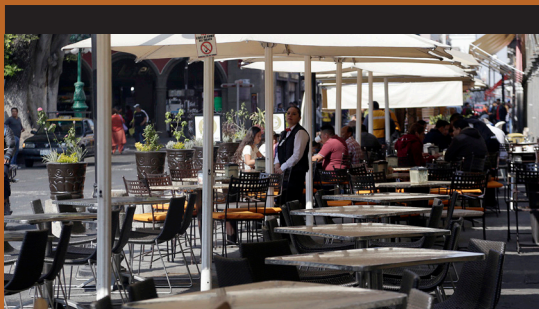


Medición del nivel de satisfacción de la calidad del servicio proporcionado a sus clientes por los restaurantes (pymes) mexicanos

PRINCIPALES HALLAZGOS OBTENIDOS EN LAS ENTIDADES DE: CHIAPAS,
COAHUILA, ESTADO DE MÉXICO, HIDALGO, NUEVO LEÓN, OAXACA,
PUEBLA, SONORA, TAMAULIPAS, VERACRUZ Y YUCATÁN

Silvestre Fernández Ruiz
Coordinador



Editorial Incunabula

MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN
DE LA CALIDAD DEL SERVICIO
PROPORCIONADO A SUS CLIENTES POR
LOS RESTAURANTES (PYMES) MEXICANOS

PRINCIPALES HALLAZGOS OBTENIDOS EN LAS
ENTIDADES DE: CHIAPAS, COAHUILA, ESTADO DE
MÉXICO, HIDALGO, NUEVO LEÓN, OAXACA,
PUEBLA, SONORA, TAMAULIPAS,
VERACRUZ Y YUCATÁN

Coordinador:

Silvestre Fernández Ruiz

Compiladores

Abraham Espejo Martínez

Anita Ortigoza Hernández

Arturo López Saldña

Esperanza Coter Regalado

Isidro Real Pérez

Jorge Ramón Salazar Cantón

Juana Mora López

Julio Cesar Pérez Zambrano

Leonor Gutiérrez González

Luis Enrique Valdez Juárez

Ma. Teresa De la Luz Sainz Barajas

Rafael Hernández León

Víctor Manuel Rubalcava Domínguez

INTEGRANTES COMITÉ EDITORIAL

Dr. Alfredo Pérez Paredes (México)
Dr. José Aurelio Cruz de los Angeles (México)
Dr. Amado Torralba Flores (México)
Dra. Gloria Ramírez Elías (México)
Dr. Daniel González Lomelí (México)
Mtro Dagoberto Torres Flores (Colombia)
Mtra. Maribel Martínez Montaña (Colombia)
Dra. Nadeska Gallardo Lichaa (Venezuela)
Mtro Gustavo Hernández Castro (Costa Rica)

INTEGRANTES COMITÉ ARBITRAJE

Dra. Judith Cavazos Arroyo
Universidad Popular del Estado de Puebla
Dra. María Isabel de la Garza Ramos
Universidad Autónoma de Tamaulipas
Dra. Sandra Yesenia Pinzón Castro
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Dr. Miguel Arturo Morales Zamorano
Universidad de Sonora
Dr. Daniel González Lomelí
Universidad de Sonora
Dr. Rogelio Alberto Sánchez Cortés
Universidad Autónoma de Tlaxcala

La presente obra fue dictaminada mediante arbitraje ciego de pares,
en estricto apego a normatividad científico- académico vigente”

Editorial Incunabula
D.R. © Incunabula
35 norte 3426, colonia Nueva Aurora
www.incunabula.com.mx

Primera edición, 2020
ISBN: 978-607-98262-3-4
Hecho en México.

INDICE

Prólogo / 11

Introducción / 13

CAPÍTULO 1

LA INDUSTRIA RESTAURANTERA EN EL MUNDO / 16

1.1 Historia de la Industria Restaurantera / 16

1.1.1 Desarrollo de la Industria Restaurantera en el Mundo / 16

1.1.2 La Industria restaurantera en México / 17

1.2 Datos Estadísticos (INEGI, 2014) / 18

1.3 Estructura de la industria / 20

1.4 Características físicas de los establecimientos / 20

1.5. Principales variables económicas de la industria restaurantera por entidad federativa 2014 / 23

CAPÍTULO 2

LA CALIDAD Y LA MEDICIÓN EN LOS SERVICIOS / 30

2.1 Definición de calidad / 30

2.2 . Servicio / 31

2.2.1 Calidad en el servicio / 34

2.2.3 Ciclo del servicio / 36

2.3 Cliente / 37

2.3.1 Tipos de clientes / 37

2.3.2 Identificar los tipos de clientes / 38

2.3.3 Expectativas del cliente respecto al servicio / 38

2.3.4 Atención al cliente / 40

2.3.5 Principios de la atención al cliente / 40

2.3.6 Pasos para una excelente atención al cliente / 41

2.3.7 Cómo resolver reclamos / 41

2.3.8 Ventajas de atender mejor al cliente / 42

2.3.9 La calidad en los servicios y los tipos de clientes / 43

2.3.10 Medición de la calidad de los servicios / 43

2.3.10.1 Herramienta útil y práctica de un sistema de medición para la mejora del servicio / 43

2.3.10.2 Cuál es el objetivo de la medición / 43

2.3.10.3 Seis puntos para adoptar una visión estratégica del servicio al cliente / 46

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN / 48

Introducción / 48

3.1 Planteamiento del problema / 48

4 · *Medición del nivel de satisfacción de la calidad del servicio...*

- 3.2 Preguntas de investigación / 48
- 3.3 Justificación / 49
- 3.4 Hipótesis / 9
- 3.5 Variables / 50
- 3.6 Objetivo general / 50
- Objetivos Específicos / 50
- 3.7 El Modelo servqual / 51
- 3.8 Contribuciones / 57
- 3.9 Alcances / 58
- 3.10 Limitaciones / 58
- 3.11 Viabilidad de la Investigación / 58
- 3.12 Población y muestra / 59
- 3.13 Estructura de la Investigación / 59
- 3.14 Pruebas Estadísticas para Contrastar Hipótesis / 60

CAPÍTULO 4

RESULTADOS OBTENIDOS EN LA CIUDAD DE TUXLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS / 62

Análisis de resultados / 62

- 4.1 Generalidades de la muestra / 62
- 4.2 Validación de los datos / 65
- 4.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 65
- 4.4 Comprobación de la hipótesis / 66
- 4.5 Análisis por dimensiones / 67
- 4.6 Elementos tangibles (ET) / 68
- 4.7 Fiabilidad (FI) / 69
- 4.8 Capacidad de respuesta (CR) / 69
- 4.9 Seguridad (SE) / 70
- 4.10 Empatía (EM) / 71
- 4.11 Conclusiones / 72

CAPÍTULO 5

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL ESTADO DE COAHUILA (CENTRO) / 74

Análisis de resultados / 74

- 5.1 Generalidades de la muestra / 74
- 5.2 Validación de los datos / 76
- 5.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 76
- 5.4 Comprobación de la hipótesis / 77
- 5.5 Análisis por dimensiones / 78
- 5.6 Elementos tangibles (ET) / 79
- 5.7 Fiabilidad (FI) / 79
- 5.8 Capacidad de Respuesta (CR) / 80
- 5.9 Seguridad (SE) / 81
- 5.10 Empatía (EM) / 82
- 5.11 Conclusiones / 83

CAPÍTULO 6

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL ESTADO DE COAHUILA (SUR) / 85

Análisis de resultados / 85

6.1 Generalidades de la muestra / 85

6.2 Validación de los datos / 88

6.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 88

6.4 Comprobación de la hipótesis / 88

6.5 Análisis por dimensiones / 89

6.6 Elementos tangibles (ET) / 90

6.7 Fiabilidad (FI) / 91

6.8 Capacidad de respuesta (CR) / 91

6.9 Seguridad (SE) / 92

6.10 Empatía (EM)/ 92

6.11 Conclusiones / 93

CAPÍTULO 7

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL MUNICIPIO DE ECATEPEC DE MORELOS, ESTADO DE MÉXICO / 95

Análisis de resultados / 95

7.1 Generalidades de la muestra / 95

7.2 Validación de los datos / 99

7.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 99

7.4 Comprobación de la hipótesis / 100

7.5 Análisis por dimensiones / 101

7.6 Elementos tangibles (ET) / 102

7.7 Fiabilidad (FI) / 102

7.8 Capacidad de Respuesta (CR) / 103

7.9 Seguridad (SE) / 104

7.10 Empatía (EM)/ 105

7.11 Conclusiones / 105

CAPÍTULO 8

RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ZONA ORIENTE DEL ESTADO DE MÉXICO EN LOS MUNICIPIOS DE CHALCO, AMECAMECA Y OZUMBA / 107

Análisis de resultados / 107

8.1 Validación de los datos / 107

8.2 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 107

8.4 Análisis por dimensiones / 109

8.5 Elementos tangibles (ET) / 110

8.6 Fiabilidad (FI) / 111

8.7 Capacidad de respuesta (CR)/ 112

8.8 Seguridad (SE)/ 112

8.9 Empatía (EM) / 113

8.10 Conclusiones / 114

CAPÍTULO 9

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL MUNICIPIO
DE IXTAPALUCA ESTADO DE MÉXICO / 116

Análisis de resultados / 116

9.1 Generalidades de la muestra / 116

9.2 Validación de los datos / 119

9.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 119

9.4 Comprobación de la hipótesis / 120

9.5 Análisis por dimensiones / 121

9.6 Elementos tangibles (ET) / 121

9.7 Fiabilidad (FI) / 122

9.8 Capacidad de respuesta (CR) / 123

9.9 Seguridad (SE) / 124

9.10 Empatía (EM) / 124

9.11 Conclusiones / 125

CAPÍTULO 10

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL ESTADO DE HIDALGO / 127

Análisis de resultados / 127

10.1 Generalidades de la muestra / 127

10.2 Validación de los datos / 129

10.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 130

10.4 Comprobación de la hipótesis / 130

10.5 Análisis por dimensiones / 131

10.6 Elementos tangibles (ET) / 132

10.7 Fiabilidad (FI) / 133

10.8 Capacidad de respuesta (CR) / 133

10.9 Seguridad (SE) / 134

10.10 Empatía (EM) / 135

10.11 Conclusiones / 135

CAPÍTULO 11

RESULTADOS OBTENIDOS EN LA CIUDAD DE OAXACA DE JUÁREZ / 137

Análisis de resultados / 137

11.1 Generalidades de la muestra / 137

11.2 Validación de los datos / 140

11.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 140

11.4 Comprobación de la hipótesis / 141

11.5 Análisis por dimensiones / 142

11.6 Elementos tangibles (ET) / 143

11.7 Fiabilidad (FI) / 144

- 11.8 Capacidad de respuesta (CR) / 145
- 11.9 Seguridad (SE) / 146
- 11.10 Empatía (EM)/ 146
- 11.11 Conclusiones / 147

Capítulo 12

Resultados obtenidos en el estado de Nuevo León / 149

Análisis de resultados / 149

- 12.1 Generalidades de la muestra / 149
- 12.2 Validación de los datos / 151
- 12.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 151
- 12.4 Comprobación de la hipótesis / 152
- 12.5 Análisis por dimensiones / 153
- 12.6 Elementos tangibles (ET) / 153
- 12.7 Fiabilidad (FI) / 154
- 12.8 Capacidad de Respuesta (CR) / 155
- 12.10 Empatía (EM)/ 157
- 12.11 Conclusiones / 157

CAPÍTULO 13

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL ESTADO DE PUEBLA / 160

Análisis de resultados / 160

- 13.1 Generalidades de la muestra / 160
- 13.2 Validación de los datos / 163
- 13.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 164
- 13.4 Comprobación de la hipótesis / 164
- 13.5 Análisis por dimensiones / 165
- 13.6 Elementos tangibles (ET) / 166
- 13.7 Fiabilidad (FI) / 167
- 13.8 Capacidad de respuesta (CR) / 167
- 13.9 Seguridad (SE) / 168
- 13.10 Empatía (EM)/ 169
- 13.11 Conclusiones / 169

CAPÍTULO 14

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL ESTADO DE SONORA (NORTE) / 172

Análisis de resultados / 172

- 14.1 Generalidades de la muestra / 172
- 14.2 Validación de los datos / 174
- 14.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 174
 - 14.3.1 Comprobación de la hipótesis / 175
 - 14.3.2 Análisis por dimensiones / 176
 - 14.3.3 Elementos tangibles (ET) / 177

- 14.3.4 Fiabilidad (FI) / 178
- 14.3.5 Capacidad de respuesta (CR) / 178
- 14.3.6 Seguridad (SE) / 179
- 14.3.7 Empatía (EM) / 180
- 14.4 Conclusiones / 80

CAPÍTULO 15

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL ESTADO
DE SONORA (CENTRO) / 183

Análisis de resultados / 183

- 15.1 Generalidades de la muestra / 183
- 15.2 Validación de los datos / 185
- 15.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 186
- 15.4 Comprobación de la hipótesis / 186
- 15.5 Análisis por dimensiones / 187
- 15.6 Elementos tangibles (ET) / 188
- 15.7 Fiabilidad (FI) / 189
- 15.8 Capacidad de respuesta (CR) / 189
- 15.9 Seguridad (SE) / 190
- 15.10 Empatía (EM) / 191
- 15.11 Conclusiones / 191

CAPÍTULO 16

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL ESTADO
DE SONORA (SUR) / 193

Análisis de resultados / 193

- 16.1 Generalidades de la muestra / 193
- 16.2 Validación de los datos / 195
- 16.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 196
- 16.4 Comprobación de la hipótesis / 196
- 16.5 Análisis por dimensiones / 198
- 16.6 Elementos tangibles (ET) / 198
- 16.7 Fiabilidad (FI) / 199
- 16.8 Capacidad de respuesta (CR) / 200
- 16.9 Seguridad (SE) / 200
- 16.10 Empatía (EM) / 201
- 16.11 Conclusiones / 202

Capítulo 17

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL ESTADO DE
TAMAULIPAS (NORTE) / 204

Análisis de resultados / 204

- 1. Generalidades de la muestra / 204
- 17.1 Validación de los datos / 207

7.2	Análisis estadístico de las dimensiones de estudio /	207
17.3	Comprobación de la hipótesis /	208
17.5	Análisis por dimensiones /	209
17.7	Elementos tangibles (ET) /	210
17.7	Fiabilidad (FI) /	211
17.8	Capacidad de respuesta (CR) /	211
17.9	Seguridad (SE) /	212
17.10	Empatía (EM) /	212
17.11	Conclusiones /	213

CAPÍTULO 18

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL

ESTADO DE TAMAULIPAS (SUR) / 215

Análisis de resultados / 215

18.1 Validación de los datos / 215

18.2 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 216

18.3 Comprobación de la hipótesis / 216

18.5 Análisis por dimensiones / 217

18.6 Elementos tangibles (ET) / 218

18.7 Fiabilidad (FI) / 219

18.8 Capacidad de respuesta (CR) / 219

18.9 Seguridad (SE) / 220

18.10 Empatía (EM) / 220

18.11 Conclusiones / 221

CAPÍTULO 19

RESULTADOS OBTENIDOS EN EL

ESTADO DE VERACRUZ / 223

Análisis de resultados / 223

19.1 Generalidades de la muestra / 223

19.2 Validación de los datos / 227

19.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 227

19.4 Comprobación de la hipótesis / 228

19.5 Análisis por dimensiones / 229

19.6 Elementos Tangibles (ET) / 230

19.7 Fiabilidad (FI) / 230

19.8 Capacidad de Respuesta (CR) / 231

19.9 Seguridad (SE) / 232

19.10 Empatía (EM) / 232

19.11 Conclusiones / 233

CAPÍTULO 20

RESULTADOS OBTENIDOS EN LA CIUDAD

DE COATZACOALCOS, VERACRUZ /	235
20.1 Generalidades de la muestra /	235
20.2 Validación de los datos /	237
20.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio /	238
20.4 Comprobación de la hipótesis /	238
20.5 Análisis por dimensión /	239
20.4 Conclusiones /	243

CAPÍTULO 21

RESULTADOS OBTENIDOS EN

LA CIUDAD DE MÉRIDA, YUCATÁN / 245

Análisis de resultados / 245

21.1 Generalidades de la muestra / 245

21.2 Validación de los datos / 249

21.3 Análisis estadístico de las dimensiones de estudio / 250

21.4 Comprobación de la hipótesis / 250

21.5 Análisis por dimensiones / 252

21.6 Elementos tangibles (ET) / 252

21.7 Fiabilidad (FI) / 253

21.9 Seguridad (SE) / 254

21.10 Empatía (EM) / 255

21.11 Conclusiones / 257

Referencias / 261

Acerca de los autores / 265

PRÓLOGO

Cuando se habla de calidad en un servicio de restaurantes, es necesario comprender que el concepto puede variar, dependiendo de la percepción que se tenga por parte de la persona que intenta definirlo, y del rol o posición en la que se encuentre cada individuo. Lo que se pretende decir con esto; un cliente evalúa aspectos relacionados con el trato sensible del personal administrativo, ejemplo: la forma en que recibe el servicio, el tiempo de espera, la infraestructura y materiales, empleados en el mismo, entre otros rubros; mientras, que para un administrador intervienen más factores que quizás lleguen a ser de importancia, como el estado del conocimiento y la tecnología que usan o adquieren los empleados, los salarios que se otorgan, en la zona geográfica, la fama que tiene el restaurante entre otros.

Para los directivos y/o dueños de estas empresas, el interés es mayor que los aspectos antes señalados, como la imagen y opinión de la sociedad, el volumen de ventas, las ganancias, el crecimiento del negocio.

A pesar de que el concepto de calidad en el servicio de restaurantes pueda ser común o distinto entre las personas, es claro que el cliente resulta ser el factor clave que determina con el tiempo el éxito o fracaso de una empresa.

En esta obra se presentan los resultados de los principales hallazgos encontrados en materia de satisfacción de la calidad en el servicio que recibe un cliente, por parte de los restaurantes ubicados en las entidades de Chiapas, Coahuila, Estado de México, Hidalgo, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Sonora, Tamaulipas, Veracruz y Yucatán; donde se tomaron como variables principales: Empatía, Fiabilidad, Seguridad, Capacidad de Respuesta y Elementos Tangibles, esperando sean de utilidad para el sector en estudio y la sociedad en general.

Es conveniente precisar, que los resultados obtenidos y las conclusiones presentadas en cada capítulo son responsabilidad de los integrantes de los cuerpos académicos de cada una de las universidades participantes.

Este libro fue financiado por las aportaciones de los integrantes de los cuerpos académicos de las universidades que intervinieron.

Sabedores de que toda obra es perfectible y que nadie es poseedor de la verdad absoluta, los autores solicitan a los lectores que cualquier error que detecten en la misma o si desean hacer comentarios al respecto se dirijan a la dirección electrónica siguiente: silvestrefernandez52@gmail.com.

Finalmente, el presente libro está dedicado a la amiga y docente Susana Cruz Garrido, de la Facultad de Contaduría Pública, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, quien, con su partida, dejó un hueco en nuestros corazones.

INTRODUCCIÓN

La actividad restaurantera está ligada al esparcimiento familiar, los negocios y al turismo. Para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2010), esta labor económica se consolida como la principal generadora de ingresos en muchos países, es el sector de más rápido crecimiento en recepción de divisas y creación de empleo, generador de exportaciones y un factor importante en la balanza de pagos. La contribución del turismo al producto interno bruto (PIB) va del 2% en algunos países al 10% para aquellos donde el principal pilar del desarrollo es la actividad turística.

Con respecto a México según la Secretaría de Turismo (SECTUR) en el comunicado de prensa número 47 del 14 de Mayo de 2018 (1)

- De acuerdo con el Banco de México (Banxico) se confirman cifras históricas en el flujo de turistas internacionales, ya que tan solo el mes de marzo del presente año sumó 4.0 millones de personas, es decir 14.6% más que en el mismo mes de 2017.
- La Secretaría de Turismo del Gobierno Federal informó que de enero a marzo de este año 10.6 millones de personas visitaron el país, lo que representa un incremento de 12.6% en comparación con los 9.4 millones registrados en el mismo periodo de 2017.
- La Sectur indicó que el ingreso de divisas por visitantes internacionales también registró un crecimiento (7.2% más), ya que el primer trimestre de este año alcanzó 6 mil 217 millones de dólares, cifra superior a los 5 mil 801 millones de dólares observados en el mismo periodo del año pasado.”

Según el Compendio Estadístico del Turismo en México (2016)(4)
“En 2016 México se posiciona en el lugar número 8 a nivel mundial por llegada de turistas internacionales: 35.1 millones de turistas”

Y además

“En 2016 México se posiciona en el lugar número 14 a nivel mundial por ingreso de divisas de visitantes internacionales: 19.6 mil millones de dólares”

En el mismo documento la Subsecretaría de Planeación y Política Turística de la a través de la Dirección General de Integración de información sectorial informa que:

“En 2015 el sector turístico aportó el 8.7% del Producto Interno Bruto (PIB)”.

Para Álvarez, Díaz y Álvarez (2001)

El servicio de alimentación es uno de los componentes fundamentales de la actividad turística, pues de la duración de la estadía, depende que el visitante utilice y disfrute de otra clase de servicios que componen la actividad turística (recreación, alimentación y comercio), lo que repercute en un ingreso a la economía anfitriona con los correspondientes niveles de empleo y de calidad de vida de la localidad.

En la misma línea, Briceño (2000) menciona que la importancia de las empresas restauranteras en la actividad turística, son considerados como atractivos turísticos, además de la información turística, cupones para el comercio y recreación (discotecas, piscinas, saunas, entre otros), comunicación y transporte.

La calidad del servicio se ha convertido en un concepto central de muchas estrategias de marketing. Es uno de los medios alternativos con los cuales cuenta una organización para alcanzar una ventaja competitiva y lograr una mejor posición en el mercado. Adoptar una estrategia de calidad significa definir el nivel de excelencia esperado para el tipo de servicio que brinda la empresa. Este nivel de calidad no establece necesariamente que el servicio sea lujoso, sino simplemente que el mismo responda a las expectativas del cliente (Lambin, 1998).

Para Caetano (2003) el conocimiento de la opinión sobre la calidad de la prestación de un determinado servicio, es un factor imprescindible para que las instituciones aseguren, que los servicios sean los adecuados para cubrir las necesidades de los usuarios.

Existen varios modelos para medir la calidad de los servicios, tratan

de comprender la complejidad de la evaluación de los mismos. En este trabajo, se utiliza la concepción elaborada por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), conocido como modelo SERVQUAL (Service Quality).

El propósito de esta investigación fue aplicar una herramienta de tipo metodológica que le permita a los administradores y propietarios de los Restaurantes de los Estados de Chiapas, Coahuila, Estado de México, Hidalgo, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Sonora, Tamaulipas, Veracruz y Yucatán, medir la calidad de los servicios en forma sistemática e integral. Esta propuesta tomará como base las percepciones de los clientes acerca de ciertos indicadores y dimensiones relativos a la calidad en el servicio. El mayor aporte que se desea efectuar es el de proponer una forma de evaluación de calidad que se centre fundamentalmente en la percepción de los usuarios sobre el servicio.

El libro está compuesto por 21 capítulos, una serie de conclusiones y referencias. El primer capítulo habla del sector restaurantero en el mundo, cómo han ido evolucionando los restaurantes con el paso del tiempo, su contribución al PIB. El segundo capítulo trata sobre las definiciones de calidad y sus métodos de medición. En el tercer capítulo se establece la metodología de la investigación que en general todas las entidades participantes siguieron, desde el planteamiento del problema hasta los análisis necesarios para la comprobación de la hipótesis y generación de reportes. A partir del capítulo cuarto y hasta el vigésimo primero, se presentan los resultados obtenidos en cada uno de los Estados participantes, Chiapas, Coahuila, Estado de México, Hidalgo, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Sonora, Tamaulipas, Veracruz y Yucatán.

CAPÍTULO 20

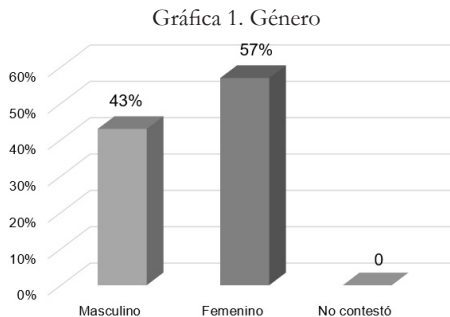
RESULTADOS OBTENIDOS EN LA CIUDAD DE COATZACOALCOS, VERACRUZ

Ma. Teresa de la Luz Sainz Barajas
Miguel Ángel Clara Zafrá
María Guadalupe Aguirre Alemán
Juan José Chiñas Valencia
José Antonio Vergara Camacho
Patricia Martínez Moreno
Enrique Ramírez Nazariega
Edgar Pérez Fuentes
Helena Del Carmen Zapata Lara
Diana Edith Sánchez Zeferino
José Luis Sánchez Leyva

20.1 GENERALIDADES DE LA MUESTRA

En el presente apartado se detallan los resultados de aplicar la encuesta de satisfacción de los clientes de los restaurantes PYMES de la ciudad de Coatzacoalcos, Veracruz. Se siguió una metodología cuantitativa para identificar las características del servicio de restaurantes acerca de cómo es percibido por los clientes; al mismo tiempo se realizó la medición del nivel de satisfacción.

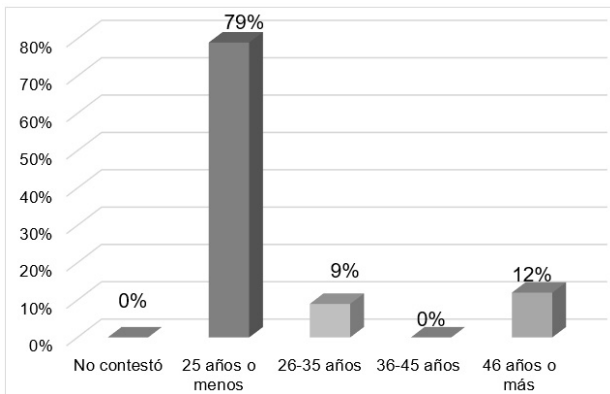
Para esta investigación se encuestaron a 104 personas, en relación al muestreo se aplicó la técnica no probabilística a conveniencia, obteniendo los siguientes resultados:



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de SPSS

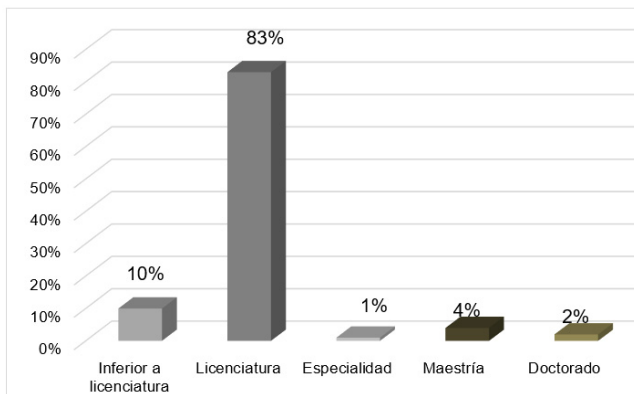
En la gráfica 1 se pueden apreciar los resultados de la variable género, se afirma que la mayoría de los encuestados son mujeres (57%), sin embargo, el porcentaje (43%) de hombres también es representativo, para este caso todos respondieron la pregunta.

Gráfica 2. Edad



Los resultados de la variable edad, se presentan en la gráfica 2; para su análisis es necesario mencionar que se usó intervalo de edades. El 79% de las personas encuestadas tiene edad de 25 años o menos, seguido el 12% tiene 46 años o más, y por último solo el 9% tiene una edad entre 26 y 35 años. Estas derivaciones indican que la mayoría de las personas encuestadas son jóvenes adultos

Gráfica 3. Escolaridad



En la gráfica 3 se observan los resultados de la variable escolaridad, los datos interesantes para su análisis son: el 83% cuenta con el nivel de licenciatura, esto indica que la mayoría están en este nivel, apoyado de las variables edad y género, se puede afirmar que la mayoría son mujeres de una edad de 25 años o menos y que cuentan con el nivel licenciatura, es decir son jóvenes adultos.

El cuestionario tenía otras variables relacionadas con años de experiencia y la empresa donde laboraba, éstas se eliminaron del cuestionario debido a que las personas en esta región del país omiten responder este tipo de interrogaciones. Pero estas variables son importantes conocerlas para detectar a quiénes se encuestaron.

20.2 VALIDACIÓN DE LOS DATOS

El coeficiente Alfa de *Cronbach* fue utilizado para comprobar si el instrumento empleado para recopilar los datos a la muestra de 104 clientes de restaurantes encuestados, fue válido o no, con el propósito de garantizar la fiabilidad de la información y continuar con la investigación.

Se espera que el Alfa de *Cronbach* sea lo más cercano a la unidad, y con ello se garantice la confiabilidad del mismo. En la tabla 1, se puede apreciar los estadísticos de fiabilidad del cuestionario aplicado, en general se obtuvo un 0,965 que según Sierra Bravo (2001) la consistencia interna es excelente.

Tabla No. 1. Estadístico de Fiabilidad

Constructos evaluados	Núm. de Ítems	Alfa de crombach
D1	4	0.734
D2	5	0.898
D3	4	0.880
D4	4	0.909
D5	5	0.922
General	22	0.965

Fuente: Elaboración Propia con datos obtenidos de SPSS

El análisis de fiabilidad por cada una de las dimensiones del instrumento, indica que la confiabilidad es muy buena, luego entonces, es posible afirmar que los resultados que se obtengan serán confiables. Además, esto también indica que los 104 cuestionarios fueron respondieron adecuadamente.

20.3 ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LAS DIMENSIONES DE ESTUDIO

Cabe recordar que el objetivo principal de la aplicación del instrumento consiste en analizar el grado de satisfacción de los clientes con la calidad del servicio recibido de los restaurantes PYMES en la ciudad de Coatzacoalcos, Veracruz. Para ello, se prosiguió a realizar un análisis estadístico de los datos obtenidos de la encuesta aplicada. Esto permitió identificar aquellas características del servicio restaurantero y sobre todo, cómo es la percepción de sus clientes.

Para el desarrollo del escudriñamiento, se planteó una hipótesis de investigación acerca de si los clientes se encuentran satisfechos con el servicio que reciben. Y finalmente se determinó el nivel de satisfacción por cada una de las dimensiones que conforman el estudio, de tal manera que se identificaron cuáles son donde se presentan mayor satisfacción y por ende lo contrario.

20.4 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para llevar a cabo el procedimiento para la prueba de hipótesis, es relevante mencionar, que se planteó la hipótesis de investigación y solo se comprobará a partir de la realidad, misma que es listada a continuación, y se siguió una prueba no paramétrica denominada U de Mann Whitney:

Se formularon las hipótesis de estudio del siguiente modo.

H₀: Los clientes y las clientes de los restaurantes PYMES en la ciudad de de Coatzacoalcos, Veracruz, no tienen un nivel distinto de satisfacción en relación al servicio que éstas brindan.

H₁: Los clientes y las clientes de los restaurantes PYMES de Coatzacoalcos, Veracruz tienen un nivel distinto de satisfacción en relación al servicio que éstas brindan.

Considerando el Modelo SERVQUAL propuesto por Zeithaml & Berry (1993), los constructos que forman las variables incluidas, son los siguientes: Elementos Tangibles (GET); Fiabilidad (GFI); Capacidad de Respuesta (GCR); Seguridad (GSE); Empatía (GEM); y Percepción Global (GGLOB).

Tabla 2 Resultados de la prueba en forma global

	GGLOB
U de Mann-Whitney	1298.000
W de Wilcoxon	2333.000
Z	-.194
Sig. asintót. (bilateral)	.846

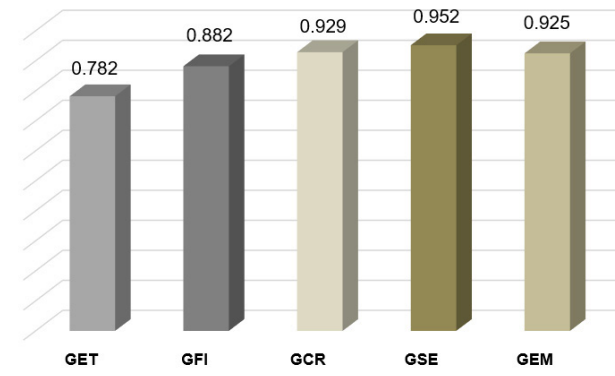
Fuente: Elaboración propia con base en datos de SPSS

La prueba indica que los hombres y mujeres no difieren de la percepción de satisfacción en relación al servicio que los restaurantes de PYMES en Coatzacoalcos, Veracruz, ofrecen.

20.5 ANÁLISIS POR DIMENSIÓN

Resulta inadmisibles, llevar a cabo un análisis por dimensión y, para ello es conveniente antes, realizar la correlación a través de los coeficientes de correlación Spearman. En esta ocasión se efectuó en relación a la percepción de los encuestados, para ello, se tomó la percepción general y se correlacionó con cada una de las dimensiones. En la gráfica 4 se puede observar esta correspondencia en relación a la percepción global de satisfacción del servicio restaurantero de PYMES en la ciudad de Coatzacoalcos, Veracruz.

Gráfica 4. Correlaciones por dimensión con respecto a la percepción global.



Fuente: Elaboración propia basada en datos de SPSS

Consumado el análisis, es permisible testificar que la dimensión GSE es la que presenta mayor relación con la percepción global, sin embargo, en la gráfica se puede observar que todos los coeficientes son altos, esto indica que la correlación es positiva, es decir, existe una alta correspondencia entre sí.

Elementos tangibles (ET)

El análisis por dimensión, iniciará con la de elementos tangibles. Para confeccionarlo, los datos se obtuvieron de los 104 cuestionarios aplicados y se mencionan a continuación en la tabla 3:

Tabla 3. Medias y Correlaciones de la dimensión ET.

Ítems	Media	Correlación Spearman GGLOB
ET_1	3.68	0.589
ET_2	3.42	0.544
ET_3	3.44	0.618
ET_4	3.82	0.645

Fuente: Elaboración propia con base en datos de SPSS

En la tabla 3, es factible visualizar la media obtenida en cada uno de los ítems que conforman la dimensión ET, cada uno se encuentra por arriba de la media 3, esto quiere decir que los clientes están satisfechos con el servicio, además la correlación de Pearson indica que existe relación significativa con cada uno de los ítems en relación a la percepción general.

A manera de resumen de esta dimensión se puede certificar que los clientes están más satisfechos con el ítem 4, lo que indica que tiene más relación positiva con la percepción general.

Fiabilidad (FI)

Para determinar las variables más relevantes de esta dimensión y del resto, se replicó el análisis aplicado a la dimensión de Elementos Tangibles. A continuación, en la tabla 4, se presentan los resultados de las medias y correlaciones de Fiabilidad (FI).

Tabla 4. Medias y Correlaciones de la dimensión Fiabilidad.

Ítems	Media	Correlación Spearman GGLOB
FI_5	3.67	0.806
FI_6	3.80	0.719
FI_7	4.02	0.719
FI_8	3.80	0.741
FI_9	3.67	0.730

Fuente: Elaboración propia con base en datos de SPSS

Como es posible observar en la tabla 4 las medias y la correlación de cada uno de los ítems que integran la dimensión FI, se puede avalar, que el ítem 7 es el que presenta mayor satisfacción en relación al servicio desde que llega el cliente, sin embargo, es el 5 el que presenta una mayor correlación positiva, esto quiere decir sin lugar a dudas, que existe coherencia entre el servicio que se presta y el que se promete.

Capacidad de respuesta (CR)

En la tabla 5 se muestran las medias y correlaciones de esta dimensión para identificar las características de mayor relevancia.

Tabla 5. Medias y Correlaciones de la dimensión CR

Ítems	Media	Correlación Spearman GGLOB
CR_10	3.62	0.761
CR_11	3.71	0.777
CR_12	3.91	0.889
CR_13	3.78	0.783

Fuente: Elaboración propia con base en datos de SPSS

Se advierte en la tabla 5, que en lo referente a la dimensión de CR el nivel es bueno, ya que las medias de cada ítem se encuentran por arriba de la media 3. Sin embargo, realizando un análisis minucioso por cada ítem, se puede percibir que el 10 tiene un menor nivel, lo que indica que el personal administrativo del restaurante muy pocas veces tiene la atención de hacer del conocimiento del cliente, cuándo concluirá el trámite de cualquier documento o servicio solicitado.

Ahora bien, en relación a la correlación de Spearman se aprecia que, de toda la dimensión, es el ítem 12 el que presenta mayor relación con

la percepción global, es decir que el personal siempre está dispuesto apoyar al cliente cuando lo necesite.

Seguridad (SE)

Ahora corresponde consumir un análisis para la dimensión de seguridad, en la tabla 6 se pueden apreciar estos resultados. La tendencia de la satisfacción en esta dimensión según la percepción de los clientes de los restaurantes es buena, sin embargo, vale la pena proceder con un comparativo por ítem.

Tabla 6. Medias y Correlaciones de la dimensión Seguridad.

Ítems	Media	Correlación Spearman GGLOB
SE_14	4.00	0.880
SE_15	3.78	0.834
SE_16	3.89	0.823
SE_17	3.77	0.832

Fuente: Elaboración propia con base en datos de SPSS

Por un lado, se puede afirmar que esta dimensión es la que tiene mayor nivel, es decir que los clientes se encuentran más satisfechos con la seguridad que con el resto de las variables medidas, al mismo tiempo, en la tabla se revela que la correlación es positiva y por ende, coexiste una relación más fuerte con la percepción general.

Por otro lado, cabe decir que la dimensión seguridad se refiere a la confianza que los trabajadores del restaurante le hacen sentir al cliente y al dar como resultante un nivel muy alto, se puede inferir que el personal que labora en los restaurantes de Coatzacoalcos, están ampliamente capacitados para resolver cualquier situación y/o duda generada por los clientes.

Empatía (EM)

La última dimensión, y no por ello la menos importante, se refiere a la empatía; en la tabla 7 se hace mención a los resultados de las medias por cada uno de los ítems que integran la misma, además se muestra la correlación de Spearman en relación a la percepción global de los clientes de los restaurantes en la ciudad de Coatzacoalcos, Veracruz.

Tabla 7. Medias y Correlaciones de la dimensión Empatía.

Ítems	Media	Correlación Spearman GGLOB
EM_18	3.76	0.841
EM_19	3.87	0.761
EM_20	3.72	0.836
EM_21	3.83	0.789
EM_22	3.72	0.841

Fuente: Elaboración propia con base en datos de SPSS

A manera de diagnóstico, se puede observar que en cada uno de los ítems, su media se encuentra por arriba de 3, esto indica que la satisfacción tiende a ser buena, sin embargo, existen áreas de oportunidad. El ítem 19 es el que tiene mayor valor, y este se refiere al horario que los restaurantes ofrecen a los clientes, es decir, los clientes están satisfechos con el horario que estos les brindan.

Además, cabe destacar que los ítems 18 y 22, encargados de medir la atención y las necesidades de los clientes, son los que presentan mayor correlación positiva con la percepción general de los clientes, es decir que estos dos ítems son los que más influyen para que un cliente se pueda sentir satisfecho con el servicio que se le está brindando. En conclusión, de cada una de las dimensiones, se puede afirmar que los clientes de los restaurantes en la ciudad de Coatzacoalcos se encuentran satisfechos con el servicio que estos les están brindando, sin embargo, existen áreas de oportunidad que, sin duda alguna, garantizarán una mejora en el servicio que se brinda.

20.4 CONCLUSIONES

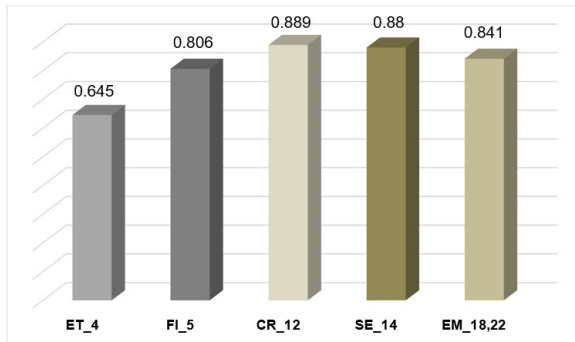
El estudio de la satisfacción en relación a la calidad en el servicio es aplicable a cualquier organización que oferte un servicio al público, el uso del instrumento de esta investigación y después de analizar los datos de los 104 clientes encuestados, resultó de vital importancia para conocer el nivel de satisfacción de los clientes de los restaurantes PYMES en la ciudad de Coatzacoalcos, Veracruz.

Fue posible comprobar la hipótesis acerca de que los hombres y las mujeres no tienen la misma percepción de la satisfacción en relación a la calidad en el servicio. Esto se confirmó con la prueba U de Mann Whitney y se pudo afirmar lo que se planteaba en la hipótesis de investigación.

Durante el análisis, se detectó que la dimensión seguridad fue la que

tuvo el más alto nivel de satisfacción y por ende la mayor correlación positiva en relación a la percepción general, lo cual afirma que los clientes de los restaurantes en Coatzacoalcos, confían en la información que les proporcionan el personal. Cabe destacar que se realizó un análisis por dimensión el cual permitió conocer el nivel y correlación de cada ítem del cuestionario. Para determinar las características más valoradas por los clientes, el haber realizado un análisis parcial por dimensión, permitió obtener el ítem más relevante para la percepción de la calidad del servicio restaurantero; esto se resume en la gráfica 7.

Gráfica 7. Características más valoradas en la calidad en el servicio de restaurantes



Fuente: Elaboración propia con base en datos de SPSS

Se puede apreciar que las características más valoradas por dimensión son las siguientes:

ET_4: Los empleados del restaurante tienen una apariencia pulcra.

FI_5: Cuando el personal del restaurante promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.

CR_12: El personal administrativo siempre está dispuesto a ayudar al cliente.

SE_14: El personal administrativo inspira confianza a los clientes.

EM_18 y 22: El personal administrativo ofrece una atención personalizada a los clientes, y El personal administrativo comprende las necesidades de los clientes.

Los coeficientes de Pearson que se mencionan en la gráfica 7, son los que tienen más relación con la media general. Y estos ítems donde se mencionan la correlación son los mejores valorados y considerados como claves por los clientes.

REFERENCIAS

- Aiteco Consultores, (2005). Métodos y Herramientas Recuperado el 10 de Febrero de 2019.
- Alcantar, V. M., Maldonado-Radillo, S. E. y Arcos, J. L. (2015). Medición de la calidad del servicio en el área financiera de una universidad pública: desarrollo y validación del instrumento. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 17(1), 146-160. Recuperado de <http://redie.uabc.mx/vol17no1/contenido-alarcon-mald-arcos.html>
- Antoneli, A., Ribeiro, E., & Aparecida, G. (2017). A importância do mapa de empatia no processo de ideação em produto de inovação social. *Anais do V Simpósio de Engenharia de Produção*, 5(mayo), 1924-1937. Recuperado el 10 de julio de 2018, de <https://even3s-storage.blob.core.windows.net/anais/43294.pdf>
- Arapé, J. (2004). Estrategia- medición y calidad total. Colombia. Legis
- Arapé, J. (1999) “Estrategia – Medición y Calidad Total”. [en línea] www.visiongc.com, Documentos [citado 15 de Noviembre 2002]
- Bachs, E. (2003). Enciclopedia práctica, profesional de turismo, hoteles, restaurantes. Barcelona: Grupo Océano.
- Barney, Jay B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, Vol.17, Pp. 99–120.
- BITNER, M. J. (1992) Servicescapes: the impact of physical surroundings on costumers and employees. *Journal of Marketing*, [S. l.], v. 56, p. 57-71, 1992.
- Betancourt Agüero Yosleidy (2012). Universidad de Las Tunas. yolybet@ult.edu.cu MSc. Juan Carlos Mayo Alegre 2012
- Bloemer J., De Ruyter K. & Wetzels M. (1999). Linking perceived service quality and service loyalty: a multi- dimensional perspective. *European Journal of Marketing*, 33(11/12):1082-1106
- Caetano, Alves. & Gonzalo, Nuno. (2003). Marketing en los servicios de educación modelos de percepción de calidad. Tesis Doctoral Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados
- Cadena Badilla, J. & Vega Robles, A. & Real Perez, I, & Vazquez Quiroga, J. (2016). Medición de la Calidad del servicio proporcionado clientes por Restaurantes en Sonora, México *Ingeniería Industrial Actualidad y Nuevas Tendencias*, V. (17). 41-60.

- Camacho, (2014), Eficacia de un programa de capacitación en servicio al cliente para colaboradores de multiproyectos mazate. Tesis de Licenciatura de la Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landívar de Guatemala de la Asunción. Recuperado 10 de febrero de 2019.
- CEPAM, (2013). Manual de Atención al Cliente, Quito, Ecuador.
- Duque (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia. Enero a Junio de 2005.
- Espejel, M. (2000). Alimentos y bebidas como negocio. Hospitalitas, México.
- FAD Y CEPAM, (2013). Manual de Atención al Cliente, Quito, Ecuador.
- Garza, Efraín, Badii y Abreu (2007) Mejoramiento de la calidad de servicios mediante el modelo de las discrepancias entre las expectativas de los clientes y las percepciones de la empresa. Daena: International Journal of Good Conscience. 3(1) : 1-64. Marzo 2008. ISSN 1870-557X.
- Horovitz, J. (1993), La calidad del servicio. A la conquista del cliente; Editorial McGraw-Hill; España.
- INEGI, (2008). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2008. México.
- INEGI, (2009) Censos Económicos 2009. México.
- INEGI, (2009). INEGI. La Industria Restaurantera en México. Censos Económicos, 2009, 2011. México.
- INEGI. (2014). Censos Económicos 2014. México.
- INEGI. (2016). Censos económicos 2014: La industria restaurantera en México. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado el 20 de marzo de 2018, de [http://www.canirac.org.mx/images/notas/files/Mono_Restaurantera\(1\).pdf](http://www.canirac.org.mx/images/notas/files/Mono_Restaurantera(1).pdf)
- Katchabaw (2004), Usage based service differentiation for end to end quality of service management Computer Communications, 11 (2), 75-76.
- Kotler P. (2003). Marketing management. Prentice Hall. New Delhi, India. Citado en: Jain, Sanjay, y Gupta, Garima. (2004). Measuring service quality: SERVQUAL vs. SERVPERF scales. Vikalpa: The Journal for Decision Makers, 29(2):25-37
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. México: Pearson-Educación.

- La i. (19 de enero de 2017). Elevado, Mérida y Kanasín los más poblados. La i, págs. on-line. Recuperado el 1 de abril de 2018, de <https://www.pressreader.com/mexico/la-i-merida/20170119/281711204353112>
- Lewis, R.C. & Booms, B.H. (1983). The marketing aspects of service quality. In Berry, L., Shostack, G. & Upah, G. (eds). *Emerging Perspectives in Service Marketing* (pp. 99-107) Chicago: American Marketing Association.
- Lira, (2009). Como puedo mejorar el servicio al cliente. Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio a cliente. Primera edición 2009. México.
- López, M. & Serrano, A. (2001). Dimensiones y medición de la calidad del servicio en empresas hoteleras. *Revista Colombiana de Marketing*
- Martínez, R., Tuya, L., Martínez, M., Pérez, A. & Cánovas, A. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman caracterización. *Revista Habanera de Ciencias*
- Michuy, E. (16 de mayo de 2016). 12 estrategias para mejorar el servicio en un restaurante / bar / cafetería. Recuperado el 8 de julio de 2018, de LinkedIn: <https://es.linkedin.com/pulse/12-estrategias-para-mejorar-el-servicio-en-un-bar-michuy-verdezoto>
- Médicas, 8(2) Recuperado en 10 de julio de 2018, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-519X2009000200017&lng=es&tlng=es.
- Mejías, A, Reyes, O. & Maneiro, M. (2006). Calidad de los servicios en la educación superior mexicana: aplicación del SERVQUALING en Baja California, *Investigación y Ciencia, Aguascalientes, México.* 14(34), 36-41.
- Montecinos, J. (2002). Tendencias del área de alimentos y bebidas en la hotelería mundial. *Hospitalistas México.*
- Pizzo, M. (2014) Las pymes y sus ventajas en la gestión de calidad de servicios. [posteo en blog]. Disponible en: <http://comoservirconexelencia.com/blog/las-pymes-y-sus-ventajas-en-lagestion-de-calidad-de-servicios/.html>.
- Quero, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Te los [en línea],* 12(2), 248-252. Recuperado el 9 de julio de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/993/99315569010.pdf>
- Reeves, C., & Bednar, D. A. (1994). Defining Quality: Alternatives and Implications. *The Academy of Management Review,* 19(3), 419-445.

- Ruiz-Olalla, C. (2001): "Gestión de la calidad del servicio", [en línea] 5campus.com, Control de Gestión-
- Santomá Vicens, R. (2008). Aspectos de gestión en la calidad de servicio. Una aplicación del concepto Mapping al caso de las cadenas hoteleras. Universidad Ramon Llull, Barcelona, España.
- SCTE Capital Humano. (2009). Buenas prácticas para la atención al cliente. Restaurantes. Personal en contacto con el cliente. Cultura del Detalle, Mayo, 1-23. Recuperado el 10 de julio de 2018, de http://www.anfitrionesturismo.es/wp-content/uploads/2016/06/mbp_RESTAURANTES_may09.pdf
- Sierra Bravo, R. (2001). Técnicas de Investigación Social. Teoría y Ejercicios. Paraninfo S.A. Madrid, España.
- Ventura (2008), Propuesta de Mejora en la Calidad del Servicio para el Departamento de Recepción en un Hotel de Gran Turismo. Tesis de Maestría en Ciencias en Administración de Negocios IPN. México. Recuperado 10 de febrero de 2019.
- Ventura-León, J. L. (2016). Tamaño del efecto para la U de Mann-Whitney: aportes al artículo de Valdivia-Peralta et. Revista Chilena de Neuropsiquiatría, 54(4), 353-354. Recuperado el 10 de julio de 2018
- Vera M., Jorge & Trujillo L., Andrea (2009). El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente Panorama Socioeconómico, Vol. 27, Núm. 38, Julio-sin mes, 2009, pp. 16-30 Universidad de Talca Chile Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=39912023003>
- Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry, L. (1992). Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Zeithaml, Valerie; Berry, Leonard (1993) Marketing de Servicios. La calidad como meta Parramón Ediciones, Barcelona, España
- Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. (2003) Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm. 3rd Edition, Irwin McGraw-Hill, New York.

ACERCA DE LOS AUTORES

Anita Ortigoza Hernández. Profesor investigador asociado A, de tiempo completo Cuerpo Académico Gestión para la competitividad de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Unidad Regional Chiautla de Tapia.

Ana María Reyes Arellano. Profesor investigador asociado B, de medio tiempo Cuerpo Académico Gestión para la competitividad de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Unidad Regional Libres.

Concepción E. Muñoz Tagle. Profesor investigador asociado C, de tiempo completo Cuerpo Académico Gestión para la competitividad de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Dulce María Martínez Angeles. Profesor hora clase, Cuerpo Académico Gestión para la competitividad de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Unidad Regional Libres.

José Cruz Morales Carpiñeyro. Profesor de tiempo completo Cuerpo Académico Gestión para la competitividad de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

José Luis Hugo Díaz Biffano. Profesor hora clase Cuerpo Académico Gestión para la competitividad de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Silvestre Fernández Ruiz. Profesor investigador titular B, de tiempo completo Cuerpo Académico Gestión para la competitividad de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

María del Carmen Cristiani Urbina. Profesor investigador Titular A tiempo completo, Cuerpo Académico Estudio de las Mipymes su Administración y Gestión Empresarial de la Facultad de Contaduría y Administración Campus I, de la Universidad Autónoma de Chiapas.

Julio César Pérez Zambrano. Profesor investigador Titular C tiempo Completo, Cuerpo Académico Estudio de las Mipymes su Administración y Gestión Empresarial de la Facultad de Contaduría y Administración Campus I, de la Universidad Autónoma de Chiapas.

Gustavo Selvas Hernández. Profesor investigador Titular C tiempo Completo, Cuerpo Académico Estudio de las Mipymes su Administra-

ción y Gestión Empresarial de la Facultad de Contaduría y Administración Campus I, de la Universidad Autónoma de Chiapas.

Julio Ismael Camacho Solís. Profesor investigador Titular C tiempo Completo, Cuerpo Académico Estudio de las Mipymes su Administración y Gestión Empresarial de la Facultad de Contaduría y Administración Campus I, de la Universidad Autónoma de Chiapas.

Bulmaro Díaz Fonseca. Profesor investigador Titular C tiempo Completo, Cuerpo Académico Estudio de las Mipymes su Administración y Gestión Empresarial de la Facultad de Contaduría y Administración Campus I, de la Universidad Autónoma de Chiapas.

Leonor Gutiérrez González. Profesor investigador titular B, de tiempo completo Facultad de Contaduría y Administración Cuerpo Académico Administración UACOAH-CA-50 U. Norte Universidad Autónoma de Coahuila.

Moisés Sifuentes Rodríguez. Profesor investigador de tiempo completo Cuerpo Académico Administración UACOAH-CA-50 U U. Norte Universidad Autónoma de Coahuila.

César Barbosa Lara. Profesor investigador de tiempo completo Cuerpo Académico Administración UACOAH-CA-50 U U. Norte Universidad Autónoma de Coahuila.

Luis Horacio Salas Torres. Profesor investigador de tiempo completo Cuerpo Académico Desarrollo Empresarial y cultura laboral U. Norte Universidad Autónoma de Coahuila.

Lilia Alanís Gómez. Profesor investigador de tiempo completo Cuerpo Académico Ciencias Sociales Administrativas U. Norte Universidad Autónoma de Coahuila.

Alicia Hernández Bonilla. Profesor investigador titular B, de tiempo completo, adscrita a la Facultad de Mercadotecnia, Universidad Autónoma de Coahuila

Bernardo Amezcua Núñez. Profesor investigador titular A, de tiempo completo, adscrito a la Facultad de Mercadotecnia, Universidad Autónoma de Coahuila.

Juana María Saucedo Soto. Profesor investigador titular C, de tiempo completo, adscrita a la Facultad de Mercadotecnia, Universidad Autónoma de Coahuila.

Juana Mora López. Docente de tiempo completo. División de Contaduría y Administración, Tecnológico de Estudios Superiores de Ecatepec Estado de México.

Yadira Rodríguez Pérez. Docente de tiempo completo. División de

Contaduría y Administración, Tecnológico de Estudios Superiores de Ecatepec Estado de México.

Esperanza Cotera Regalado. Profesora de Tiempo Completo D Cuerpo Académico Cómputo Aplicado Centro Universitario Valle de Chalco Universidad Autónoma del Estado de México.

Miguel Zavala López. Profesor de Tiempo Completo C Cuerpo Académico Cómputo Aplicado Plantel de la Escuela Preparatoria Sor Juana Inés de la Cruz de la Universidad Autónoma del Estado de México.

María Concepción Rodríguez Mercado. Profesora de Asignatura Cuerpo Académico Cómputo Aplicado Centro Universitario Amecameca Universidad Autónoma del Estado de México.

Anabele Soberanes Martín. Profesora de Tiempo Completo C Cuerpo Académico Cómputo Aplicado Centro Universitario Valle de Chalco Universidad Autónoma del Estado de México.

René Guadalupe Cruz Flores. Profesor de Tiempo Completo D Cuerpo Académico Cómputo Aplicado Centro Universitario Valle de Chalco Universidad Autónoma del Estado de México.

Cesaire Chiatchoua. Profesor de Asignatura Titular A Cuerpo de Investigación en Administración y Organizaciones, Universidad La Salle Nezahualcóyotl

Carlos Alberto Guerrero San Juanico. Profesor de Asignatura Titular A Cuerpo de Investigación en Administración y Organizaciones, Universidad La Salle Nezahualcóyotl

Eduardo Chávez Cruz. Profesor de Asignatura Titular A Cuerpo de Investigación en Administración y Organizaciones, Universidad La Salle Nezahualcóyotl

Alejandra Corichi García. Profesor investigador de tiempo completo Cuerpo Académico Gestión y Desarrollo Empresarial Licenciatura en Administración del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Tirso Javier Hernández Gracia. Profesor investigador de tiempo completo Cuerpo Académico Gestión y Desarrollo Empresarial Licenciatura en Administración del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Ma. Del Rosario García Velázquez. Profesor investigador de tiempo completo Cuerpo Académico Gestión y Desarrollo Empresarial Licenciatura en Administración del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Abraham Espejo Martínez. Docente de tiempo completo Cuerpo Académico Innovación Mercadológica Facultad de Contaduría y Administración Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca.

Carmen Eloísa Cruz Robles. Docente de tiempo completo Cuerpo Académico Innovación Mercadológica Facultad de Contaduría y Administración Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca.

Sandra Beatriz Zavaleta Herrera. Docente de tiempo completo Cuerpo Académico Innovación Mercadológica Facultad de Contaduría y Administración Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca.

Sergio A. Guerra Moya. Categoría Titular A de Tiempo Completo Facultad de Contaduría Pública y Administración Universidad Autónoma de Nuevo León.

Luis Cabeza Llanos. Categoría Titular A. Tiempo Completo Facultad de Contaduría Pública y Administración Universidad Autónoma de Nuevo León.

Mónica Blanco Jiménez. Categoría Titular A de Tiempo Completo Facultad de Contaduría Pública y Administración Universidad Autónoma de Nuevo León.

Juan Patricio Galindo Mora. Categoría Titular A de Tiempo Completo Facultad de Contaduría Pública y Administración Universidad Autónoma de Nuevo León.

Abel Partida Puente. Categoría Asociado A. Tiempo Completo Facultad de Contaduría Pública y Administración Universidad Autónoma de Nuevo León.

Refugio de Jesús Fernández Martínez. Categoría Asociado A. Tiempo Completo Facultad de Contaduría Pública y Administración Universidad Autónoma de Nuevo León.

Jesús Martín Cadena Badilla. Profesor investigador de tiempo completo titular C, Cuerpo Académico Diseño Ergonómico para la Manufactura, Planeación y Control de Operaciones de Manufactura y Servicios, Departamento de Física, Matemáticas e Ingeniería, Universidad de Sonora, Unidad Regional Norte, H. Caborca, Sonora.

Ramón Arturo Vega Robles. Profesor investigador tiempo completo titular B, Cuerpo Académico Diseño Ergonómico para la Manufactura, Planeación y Control de Operaciones de Manufactura y Servicios, Departamento de Física, Matemáticas e Ingeniería, Universidad de Sonora, Unidad Regional Norte, H. Caborca, Sonora.

Rafael Hernández León. Profesor investigador de tiempo completo titular B, Cuerpo Académico Diseño Ergonómico para la Manufactura,

Planeación y Control de Operaciones de Manufactura y Servicios Departamento de Física, Matemáticas e Ingeniería, Universidad de Sonora, Unidad Regional Norte, H. Caborca, Sonora.

Joaquín Vázquez Quiroga. Profesor investigador de tiempo completo titular B, Cuerpo Académico Diseño Ergonómico para la Manufactura, Planeación y Control de Operaciones de Manufactura y Servicios Departamento de Física, Matemáticas e Ingeniería, Universidad de Sonora, Unidad Regional Norte, H. Caborca, Sonora.

Jesús Rodolfo Guzmán Hernández. Profesor investigador de tiempo completo titular B, Cuerpo Académico Diseño Ergonómico para la Manufactura, Planeación y Control de Operaciones de Manufactura y Servicios Departamento de Física, Matemáticas e Ingeniería, Universidad de Sonora, Unidad Regional Norte, H. Caborca, Sonora.

Isidro Real Pérez. Maestro de tiempo completo titular B, Cuerpo Académico Innovación en docencia e investigación para el desarrollo y fortalecimiento de las MIPyme en el noreste de México Departamento de Contabilidad, Universidad de Sonora, Hermosillo.

Francisco Javier Espinoza Valencia. Maestro de Asignatura asociado D, Cuerpo Académico Innovación en docencia e investigación para el desarrollo y fortalecimiento de las MIPyme en el noreste de México Departamento de Contabilidad, Universidad de Sonora, Unidad Centro.

Luz María Leyva Jiménez. Maestra de asignatura nivel D, Cuerpo Académico Innovación en docencia e investigación para el desarrollo y fortalecimiento de las MIPyme en el noreste de México Departamento de Contabilidad, Universidad de Sonora, Hermosillo.

María Candelaria González González. Maestra de tiempo completo titular B, Cuerpo Académico Innovación en docencia e investigación para el desarrollo y fortalecimiento de las MIPyme en el noreste de México Departamento de Contabilidad, Universidad de Sonora, Hermosillo.

José Alfredo Heredia Bustamante. Maestro de tiempo completo titular B, Cuerpo Académico Innovación en docencia e investigación para el desarrollo y fortalecimiento de las MIPyme en el noreste de México Departamento de Contabilidad, Universidad de Sonora, Hermosillo.

Alma Brenda Leyva Carrerra. Maestra de tiempo completo, Cuerpo Académico Innovación en docencia e investigación para el desarrollo y fortalecimiento de las MIPyme en el noreste de México Departamento de Contabilidad, Universidad de Sonora, Hermosillo.

Luis Enrique Valdez Juárez. Profesor Investigador de Tiempo Com-

pleto (PTC) Titular A Cuerpo Académico Gestión y Desarrollo Empresarial CA 37 Facultad de Administración del Instituto Tecnológico de Sonora.

Jesús Antonio Rascón Ruiz. Profesor Interino de Tiempo Completo Cuerpo Académico Gestión y Desarrollo Empresarial CA 37 Facultad de Administración del Instituto Tecnológico de Sonora.

Elva Alicia Ramos Escobar. Profesor Investigador de Tiempo Completo (PTC) Titular B Cuerpo Académico Gestión y Desarrollo Empresarial CA 37 Facultad de Administración del Instituto Tecnológico de Sonora.

Fernando Hernández Contreras. Profesor de Tiempo Completo - Categoría G Cuerpo Académico Negocios Internacionales de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico de la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

José Fernando Hernández González. Profesor de Tiempo Completo - Categoría D Cuerpo Académico Negocios Internacionales de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico de la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Silvia Teresa Banda Hernández. Profesora de Tiempo Completo, Miembro del Cuerpo Académico “Creación, Gestión y Calidad de los Negocios” (UAT- CA- 88) de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico de la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Ma. de Jesús Barrón Ponce de León, Profesora de Tiempo Completo, Miembro del Cuerpo Académico “Creación, Gestión y Calidad de los Negocios” (UAT- CA- 88) de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico de la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Silvia Leticia López Rivas. Profesora de Horario Libre, Colaboradora del Cuerpo Académico “Creación, Gestión y Calidad de los Negocios” (UAT- CA- 88) de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico de la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Xóchitl Gabriela Martínez Ipiña. Profesora de Tiempo Completo, Miembro del Cuerpo Académico “Creación, Gestión y Calidad de los Negocios” (UAT- CA- 88) de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico de la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Víctor Manuel Rubalcava Domínguez. Profesor de Tiempo Completo, Líder del Cuerpo Académico “Creación, Gestión y Calidad de los Negocios” (UAT- CA- 88) de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico de la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Arturo López Saldiña. Técnico Académico Tiempo completo, Titular

B, Cuerpo Académico UV-CA-399 Retos y Expectativas de las Organizaciones Facultad de Contaduría, Región Veracruz, Universidad Veracruzana.

Rosendo Orduña Hernández. Profesor de tiempo completo, Titular C, Cuerpo Académico UV-CA-399 Retos y Expectativas de las Organizaciones, Facultad de Contaduría, Región Veracruz Universidad Veracruzana.

Tania Beatriz Quintero Bastos. Profesor de tiempo Titular B, Cuerpo Académico UV-CA-399 Retos y Expectativas de las Organizaciones, Facultad de Contaduría, Región Veracruz, Universidad Veracruzana

Elena Aguilar Canseco. Profesor de tiempo Titular C, Cuerpo Académico UV-CA-399 Retos y Expectativas de las Organizaciones, Sistema de Enseñanza Abierto, Región Veracruz Universidad Veracruzana

María del Pilar Enriquez Gómez. Profesor de tiempo Titular B, Cuerpo Académico UV-CA-399 Retos y Expectativas de las Organizaciones, Sistema de Enseñanza Abierto, Región Veracruz Universidad Veracruzana

Lorenzo Rubén Matla Pérez. Profesor por asignatura, Titular B, Cuerpo Académico UV-CA-399 Retos y Expectativas de las Organizaciones, Área de Formación Básica General, Región Veracruz Universidad Veracruzana

José Refugio Vázquez Fernández. Profesor de tiempo Titular C, Cuerpo Académico UV-CA-399 Retos y Expectativas de las Organizaciones, Facultad de Contaduría, Región Veracruz Universidad Veracruzana

José Andrés Ruíz Blanco. Profesor de tiempo Titular C, Cuerpo Académico UV-CA-399 Retos y Expectativas de las Organizaciones, Facultad de Contaduría, Región Veracruz Universidad Veracruzana

Ma Teresa de la Luz Sainz Barajas. Profesor de Tiempo Completo CA-UV-335 Cuerpo Académico Investigación e Innovación en las organizaciones Facultad de Contaduría y Administración Universidad Veracruzana Coatzacoalcos- Minatitlán

Miguel Ángel Clara Zafra. Profesor de Tiempo Completo CA-UV-335 Cuerpo Académico Investigación e Innovación en las organizaciones Facultad de Contaduría y Administración Universidad Veracruzana Coatzacoalcos- Minatitlán

María Guadalupe Aguirre Alemán. Profesor de Tiempo Completo CA-UV-335 Cuerpo Académico Investigación e Innovación en las organizaciones Facultad de Contaduría y Administración Universidad Veracruzana Coatzacoalcos- Minatitlán

Juan José Chiñas Valencia. Profesor de Tiempo Completo CA-UV-335 Cuerpo Académico Investigación e Innovación en las organizaciones

Facultad de Contaduría y Administración Universidad Veracruzana
Coatzacoalcos- Minatitlán

José Antonio Vergara Camacho. Profesor de Tiempo Completo CA-UV-335 Cuerpo Académico Investigación e Innovación en las organizaciones Facultad de Contaduría y Administración Universidad Veracruzana Coatzacoalcos- Minatitlán

Patricia Martínez Moreno. Profesor de Tiempo Completo CA-UV-335 Cuerpo Académico Investigación e Innovación en las organizaciones Facultad de Contaduría y Administración Universidad Veracruzana Coatzacoalcos- Minatitlán

Enrique Ramírez Nazariaga. Profesor de Tiempo Completo CA-UV-335 Cuerpo Académico Investigación e Innovación en las organizaciones Facultad de Contaduría y Administración Universidad Veracruzana Coatzacoalcos- Minatitlán

Edgar Pérez Fuentes. Profesor de Tiempo Completo CA-UV-335 Cuerpo Académico Investigación e Innovación en las organizaciones Facultad de Contaduría y Administración Universidad Veracruzana Coatzacoalcos- Minatitlán

Helena del Carmen Zapata Lara. Profesor de Tiempo Completo CA-UV-335 Cuerpo Académico Investigación e Innovación en las organizaciones Facultad de Contaduría y Administración Universidad Veracruzana Coatzacoalcos- Minatitlán

Diana Edith Sánchez Zeferino. Profesor de Tiempo Completo CA-UV-335 Cuerpo Académico Investigación e Innovación en las organizaciones Facultad de Contaduría y Administración Universidad Veracruzana Coatzacoalcos- Minatitlán

José Luis Sánchez Leyva. Profesor de Tiempo Completo CA-UV-335 Cuerpo Académico Investigación e Innovación en las organizaciones Facultad de Contaduría y Administración Universidad Veracruzana Coatzacoalcos- Minatitlán

Valentín Alonso-Novelo. Profesor Titular C, Cuerpo Académico CREAANLO Creación Asistencia y Análisis de las Organizaciones Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán

Teresita de Jesús Sabido-Domínguez. Profesor Titular A, Cuerpo Académico CREAANLO Creación Asistencia y Análisis de las Organizaciones Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán

Jorge Ramón Salazar-Cantón. Profesor Titular C, Cuerpo Académico CREAANLO Creación Asistencia y Análisis de las Organizaciones Facultad

de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán

Gustavo Alberto Barredo-Baqueiro. Profesor Titular C, Cuerpo Académico CREAANLO Creación Asistencia y Análisis de las Organizaciones Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán

María del Carmen Rachó-Barroso. Profesor Titular C, Cuerpo Académico CREAANLO Creación Asistencia y Análisis de las Organizaciones Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán

ANEXO

Instrumento

Folio _____

La Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, a través de su Facultad de Contaduría Pública, agradece su participación en este estudio, cuyo objetivo fundamental es medir el grado de satisfacción de los clientes, de la calidad del servicio proporcionado por los Restaurantes (PyMES) en el Estado de Puebla, para determinar el nivel en el que se encuentran, por lo que lo invitamos a colaborar contestando este instrumento. Así mismo, nos permitimos garantizarle la confidencialidad de la información proporcionada.

SECCIÓN I. PERFIL DEL CLIENTE

Instrucciones: Por favor marque la opción que se ajusta a sus características personales en cada una de las siguientes preguntas:

<p>Género:</p> <p>1) Masculino ()</p> <p>2) Femenino ()</p>	<p>Edad:</p> <p>Menos de 25 años ()</p> <p>De 25 a 35 años ()</p> <p>De 35 a 45 años ()</p> <p>Más de 45 años ()</p> <p>Especifique _____</p>	<p>Escolaridad:</p> <p>Inferior a licenciatura ()</p> <p>Licenciatura ()</p> <p>Especialidad ()</p> <p>Maestría ()</p> <p>Doctorado ()</p> <p>Posdoctorado ()</p>
<p>Años de experiencia a nivel ejecutivo</p> <p>Menos de 5 años ()</p> <p>De 6 a 10 años ()</p> <p>De 11 a 15 años ()</p> <p>Más de 15 años ()</p> <p>Especifique _____</p>	<p>Antigüedad en la empresa actual:</p> <p>Menos de 5 años ()</p> <p>De 6 a 10 años ()</p> <p>De 11 a 15 años ()</p> <p>Más de 15 años ()</p> <p>Especifique _____</p>	<p>Puesto</p> <p>_____</p>

SECCIÓN II
INSTRUCCIONES

De acuerdo a su criterio califique en una escala del 1 al 5, lo que Ud. percibió (PERCEPCIÓN).

Concepto	Percepción				
	1	2	3	4	5
ET-1. El hotel posee moderno equipamiento y adecuadas instalaciones.	1	2	3	4	5
ET-2. El hotel posee tecnología reciente (computadoras, hardware y software).	1	2	3	4	5
ET-3. Los materiales respecto al hotel (folletos, trípticos, encuadernaciones, revistas, impresos) son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5
ET-4. Los empleados del hotel tienen una apariencia pulcra.	1	2	3	4	5
FI-5. Cuando el personal del hotel promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.	1	2	3	4	5
FI-6. Cuando el cliente tiene un problema:(algún saldo, un cargo mal efectuado, etc.), el personal del hotel muestra interés por ayudarlo.	1	2	3	4	5
FI-7. El hotel brinda desde la primera vez, un buen servicio.	1	2	3	4	5
FI-8. El hotel ofrece los servicios en el tiempo prometido (horario).	1	2	3	4	5
FI-9. El hotel mantiene los registros exentos de errores (saldos, estados de cuenta, lista de clientes, etc.).	1	2	3	4	5
CR-10 El personal administrativo le comunica al cliente cuándo concluirá el trámite de cualquier documento o servicio solicitado.	1	2	3	4	5
CR-11 El personal administrativo le ofrece al cliente los servicios en un tiempo razonablemente corto.	1	2	3	4	5
CR-12 El personal administrativo siempre está dispuesto a ayudar al cliente.	1	2	3	4	5
CR-13 El personal administrativo nunca está demasiado ocupado para responder las inquietudes de los clientes.	1	2	3	4	5
SE-14 El personal administrativo inspira confianza a los clientes.	1	2	3	4	5
SE-15 El personal administrativo cumple con la entrega de documentos y trámites a tiempo.	1	2	3	4	5
SE-16 El personal administrativo es siempre amable con los clientes.	1	2	3	4	5

SE-17 El personal administrativo está capacitado para responder de forma adecuada las preguntas de los clientes	1	2	3	4	5
EM-18 El personal administrativo ofrece una atención personalizada a los clientes.	1	2	3	4	5
EM-19 El hotel tiene horarios de atención convenientes para los clientes.	1	2	3	4	5
EM-20 El hotel cuenta con personal suficiente para ofrecer una atención personalizado a los clientes	1	2	3	4	5
EM-21 El personal del hotel se preocupa por los intereses de los clientes.	1	2	3	4	5
EM-22 El personal administrativo comprende las necesidades de los clientes.	1	2	3	4	5

¡Agradecemos su valiosa cooperación!

Medición del nivel de satisfacción de la calidad del servicio proporcionado a sus clientes por los restaurantes (pymes) mexicanos. Principales hallazgos obtenidos en las entidades de Chiapas, Coahuila, Estado de México, Hidalgo, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Sonora, Tamaulipas, Veracruz y Yucatán

coordinado por Silvestre Fernández Ruiz, se terminó de editar en el mes de marzo de 2020 en Editorial Incunabula.

Se reproducirán 500 cd y tendrá un peso de 5 MB