



CAPÍTULO IV

Análisis de resultados

El presente capítulo tiene como objetivo la presentación e interpretación de los resultados obtenidos en base a la aplicación del instrumento de evaluación presentado en el formato de esqueleto de pescado de Ishikawa, así como el análisis estadístico y la descripción de cada uno de los datos que se obtuvieron, esto con la finalidad de mostrar los resultados de la investigación, la presentación se hace de acuerdo al orden que presenta el diagrama.

4.1 Análisis global de resultados

A continuación se presenta un análisis global de las dos empresas en servicio de banquetes, las cuales fueron seleccionadas para el desarrollo de la presente investigación.



Con el propósito de analizar los resultados obtenidos, se tomó en consideración las secciones en el diagrama de pescado (Ishikawa) que se utilizó siguiendo el orden presentado en el instrumento que se indica a continuación:

1.- Aspecto Exterior	(AE)
2.- Recepción	(REC)
3.- Limpieza	(LIM)
4.- Ambiente	(AMB)
5.- Utensilios de servicio	(US)
6.- Meseros	(MES)
7.- Menú	(MEN)
8.- Eventos empresariales	(EE)

4.1.1 Resultados globales de las empresas seleccionadas

En la figura 4.1 se puede observar de manera general los niveles de deficiencia que se obtuvieron de los datos obtenidos en las dos empresas seleccionadas.

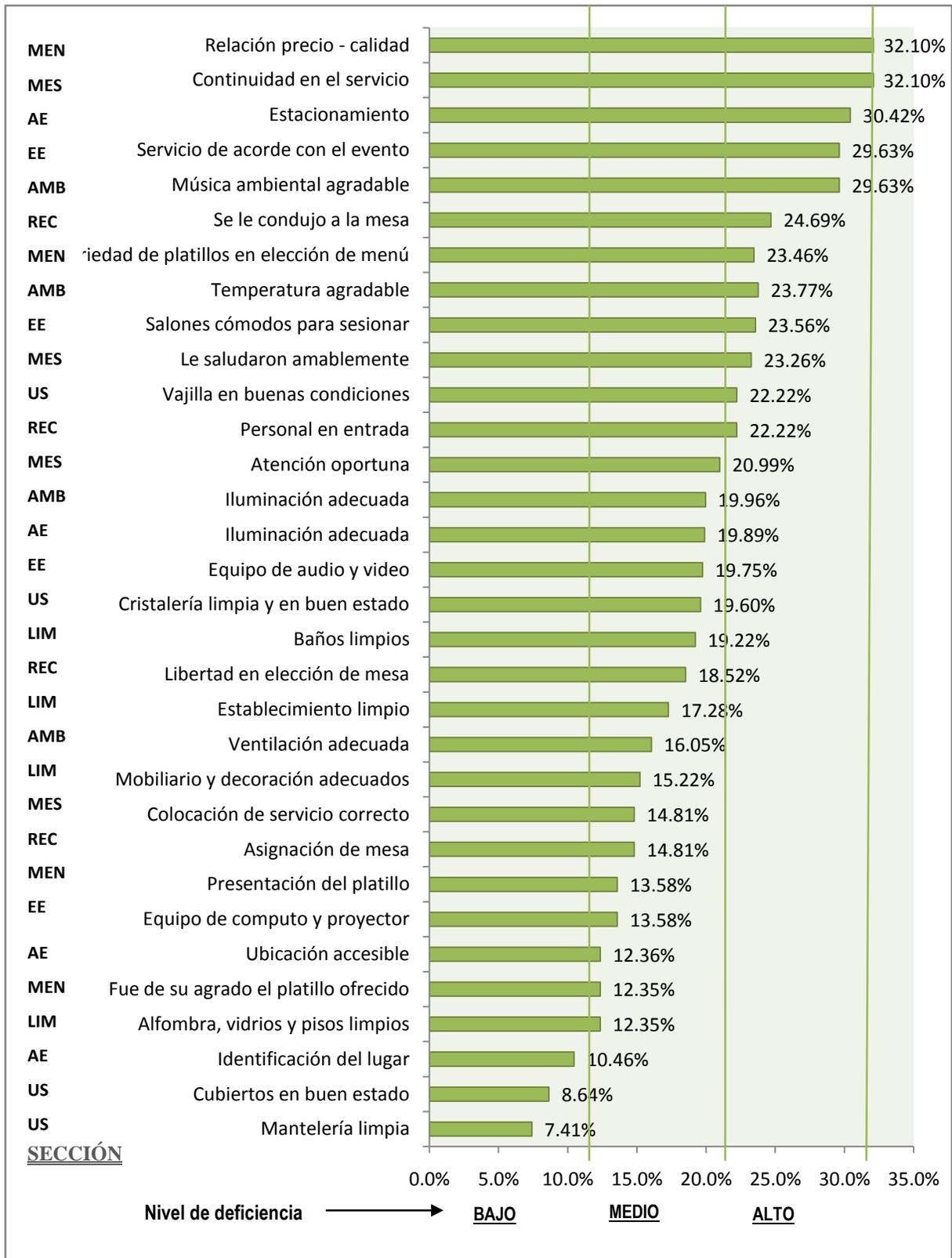


Figura 4.1. Resultados globales de las dos empresas. Respuestas negativas. AE-aspecto exterior, REC-recepción, LIM-limpieza, AMB-ambiente, US-utensilios de servicio, MES-meseros, MEN-menú, EE-eventos empresariales.



Las mayores deficiencias se identificaron en primer lugar el aspecto relación precio – calidad, en segundo lugar continuidad en el servicio, en tercer lugar estacionamiento y en cuarto lugar el servicio de acorde con el evento, correspondiente a las categorías menú, meseros, aspecto exterior y eventos empresariales.

Por otra parte, se encontraron niveles bajos de deficiencias, en aspectos tales como mantelería limpia, cubiertos en buen estado, identificación del lugar, alfombras, vidrios y pisos limpios, donde los clientes comentaron no tener problemas en estas áreas.

4.1.2. Resultados Individuales

A continuación dan a conocer los datos de cada una de las empresas de banquetes seleccionadas en el presente estudio.



Cabe mencionar que el objetivo de presentar los datos en forma individual, es poder conocer los factores de éxito y fortalezas que tienen el Gran salón del Hotel Fiesta Inn las Ánimas y el Salón de eventos Real de Zavaleta.

4.1.3 Resultados individuales del Gran Salón del Hotel Fiesta Inn las Ánimas

En la figura 4.2 se muestra que con mayores deficiencias, se encuentra el servicio acorde con el evento equivalente con un 25.33%, por otro lado los clientes comentaron que los salones no son cómodos para sesionar, lo cual representó el 23.33%, en cuanto al aspecto precio – calidad en los platillos un 19.17% dijo no estar de acuerdo, además de carecer de equipo de audio y video con un 16.89%.

Por otro lado se tiene que los niveles más bajos de percepciones negativas se presentaron en aspectos tales como la mantelería limpia, alfombras, vidrios y pisos limpios, asignación de mesa y cubiertos en buen estado. Cabe mencionar que los resultados de este rango correspondían mayoritariamente a las categorías de limpieza, recepción, así como utensilios de servicio y en un nivel ligeramente inferior en cuanto a meseros y aspecto exterior.

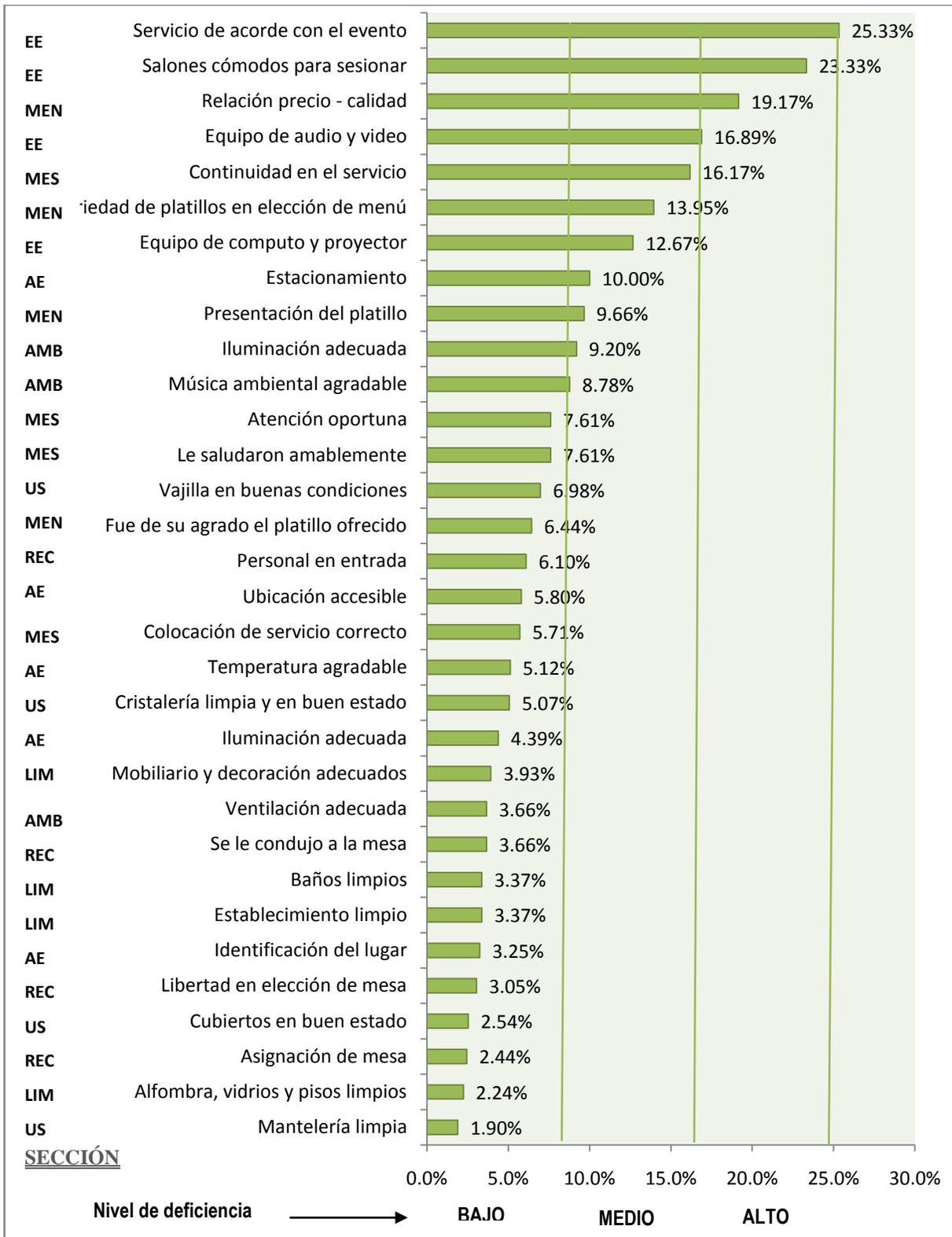


Figura 4.2. Resultados individuales Gran Salón del Hotel Fiesta Inn las Ánimas. AE-aspecto exterior, REC-recepción, LIM-limpieza, AMB-ambiente, US-utensilios de servicio, MES-meseros, MEN-menú, EE-eventos empresariales.



4.1.4 Resultados individuales Salón de eventos Real de Zavaleta

En la figura 4.3 se muestra que con mayores deficiencias, se encontraron variables en cuanto a servicio como: el estacionamiento tiene problemas con un 20.00%, en la recepción no se les condujo a la mesa en un 13.66%, la música ambiental no era agradable con 12.29% y la temperatura no era la adecuada con 12.20%

Por otro lado se tiene que los niveles mas bajos de percepciones negativas se presentaron es aspectos tales como salones cómodos para sesionar, equipo de computo y proyector, la presentación del platillo, cubiertos en buen estado, mantelería limpia, servicio de acorde con el evento, agrado en el platillo ofrecido, variedad de platillos en la elección del menú, así como equipo de audio y video. Cabe mencionar que los resultados de este rango correspondían mayoritariamente a las categorías de eventos empresariales, utensilios de servicio, limpieza y menú.

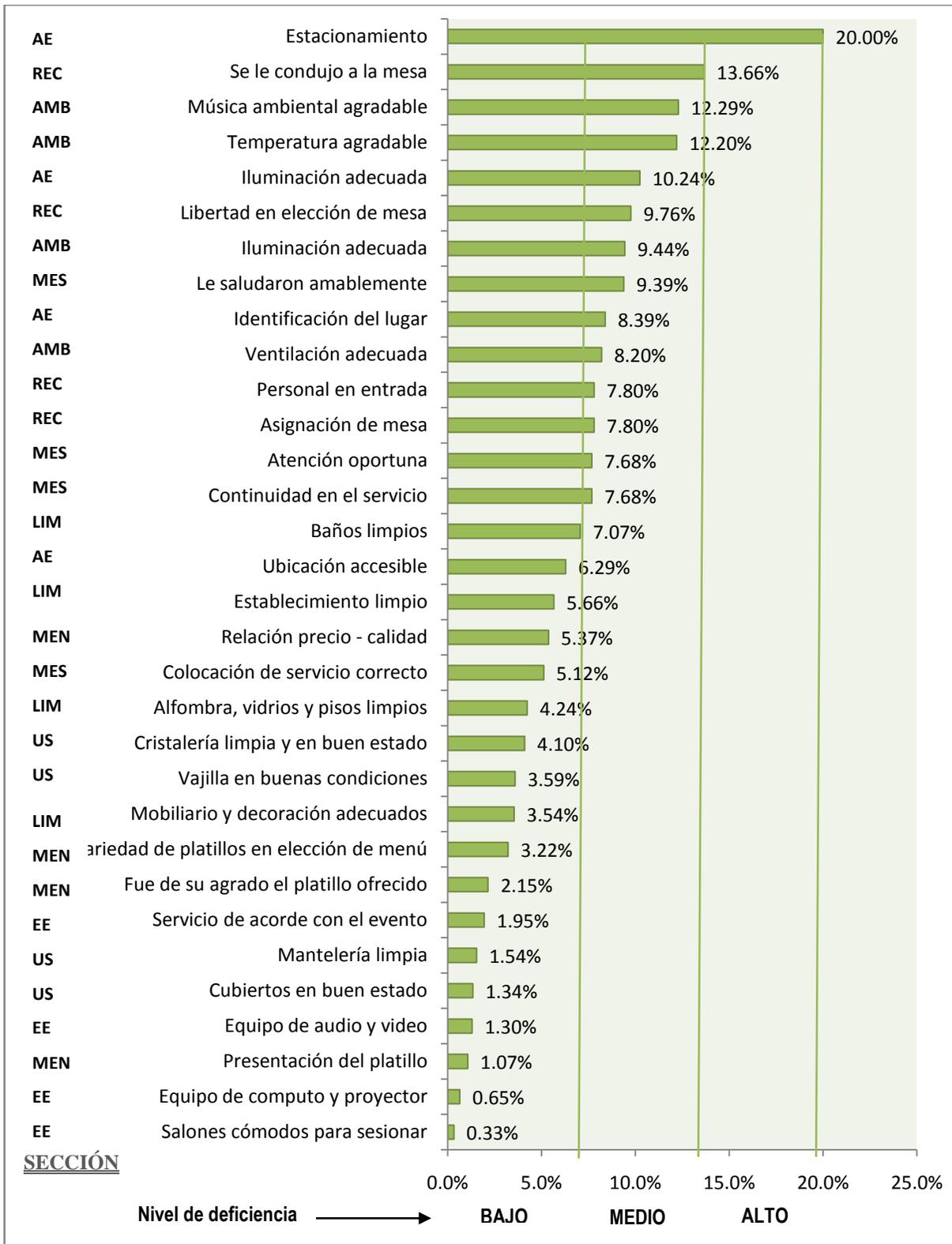


Figura 4.3. Resultados individuales Salón de eventos Real de Zavaleta. AE-aspecto exterior, REC-recepción, LIM-limpieza, AMB-ambiente, US-utensilios de servicio, MES-meseros, MEN-menú, EE-eventos empresariales.

4.1.5 Información de clientes encuestados

En esta sección se presentan los resultados que se obtuvieron, en relación a los clientes encuestados, en las ochenta entrevistas realizadas en las dos empresas seleccionadas.

En la figura 4.4 se reporta la ocupación que declararon los clientes del Salón de eventos Real de Zavaleta. En el nivel licenciatura se obtuvo mayor porcentaje, así como en la actividad de comerciante.

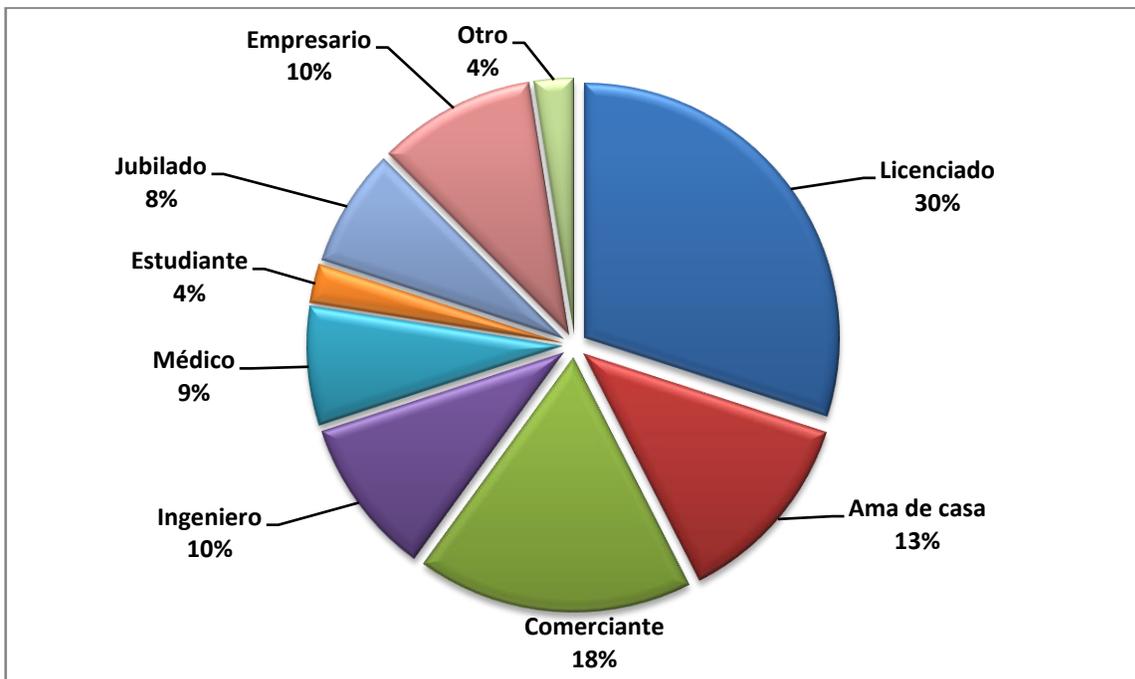


Figura 4.4. Ocupación de los encuestados Salón de eventos Real de Zavaleta

En la figura 4.5 se reporta la ocupación que declararon los clientes del Gran Salón de Hotel Fiesta Inn las Ánimas. Tanto la ocupación de licenciado, así como la de ingeniero tuvieron el mismo porcentaje de respuesta.

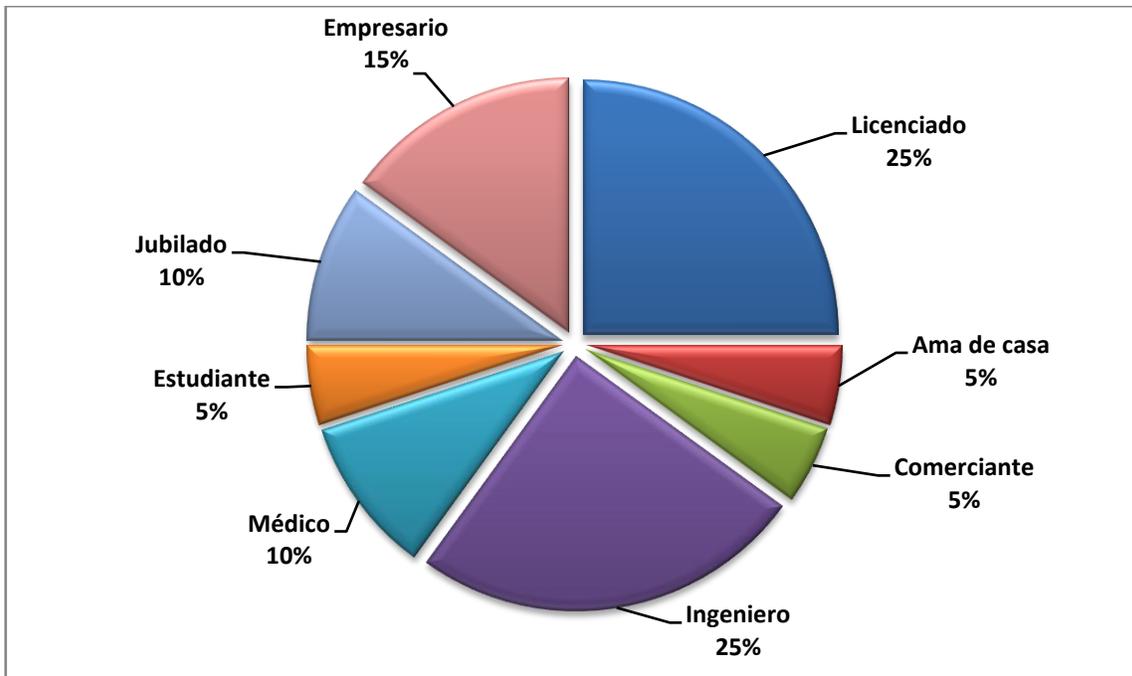


Figura 4.5. Ocupación de los encuestados Gran Salón del Hotel Fiesta Inn las Ánimas.

En la figura 4.6 y 4.7 se presentan los motivos por los que los clientes contratan los servicios de las empresas estudiadas. Los eventos más solicitados son bodas, quince años, reuniones empresariales y presentaciones de productos o servicio.

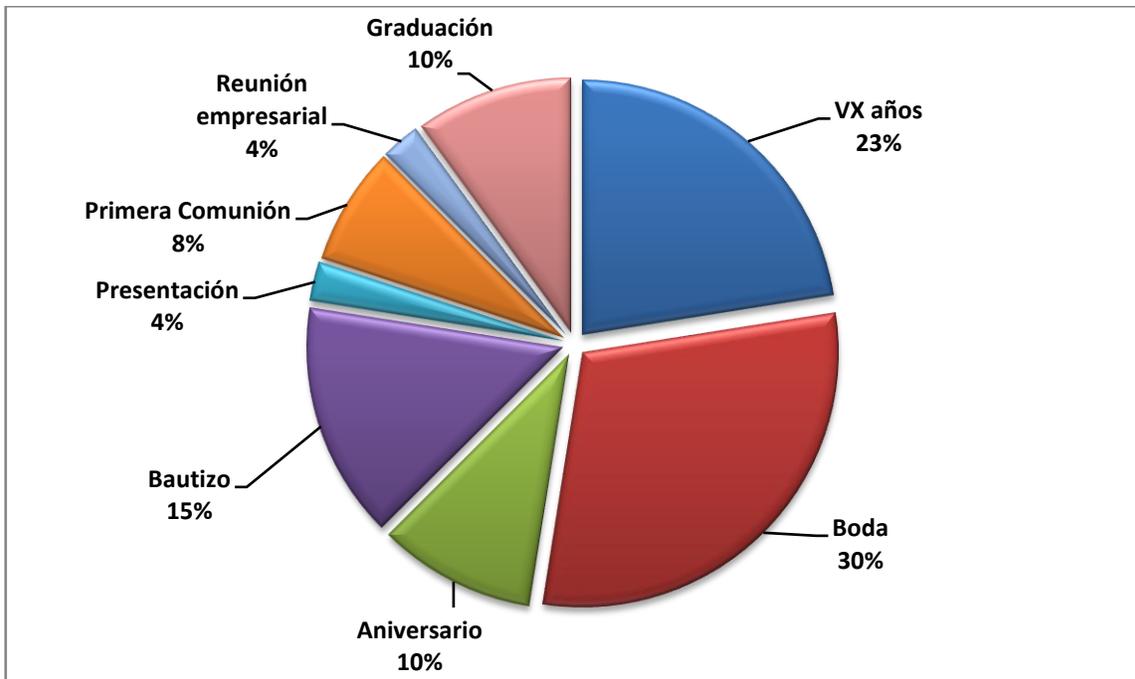


Figura 4.6. Motivo del evento Salón de eventos Real de Zavaleta

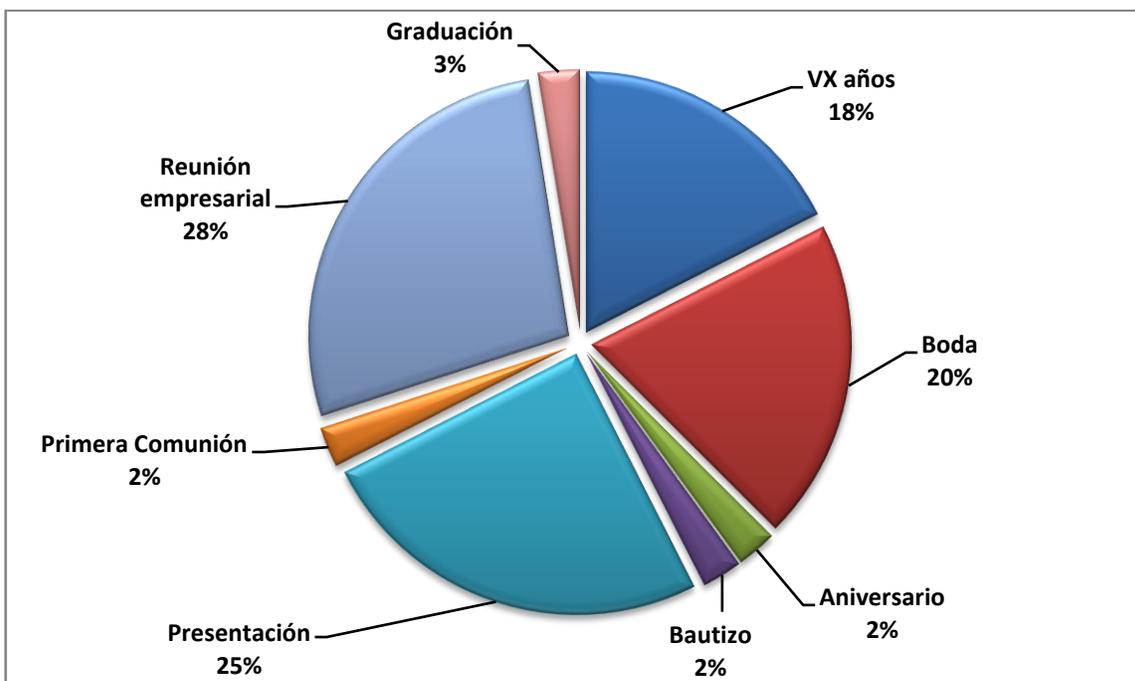


Figura 4.7. Motivo del evento Gran Salón Hotel Fiesta Inn las Ánimas



En cuanto al sexo de los encuestados el 60% pertenecen al sexo masculino y por otro lado un 40% al sexo femenino.

En relación al tipo de evento que contrataron los clientes, el 75% de las personas entrevistadas, realizaron celebraciones de tipo familiar, como son bodas, quince años, bautizos, etc. Por consiguiente el 25% restante mencionó haber contratado eventos empresariales, tales como reuniones de empresas y presentaciones de productos o servicios.

Por último se les pregunto si estarían de acuerdo en visitar en otra ocasión el establecimiento, por lo que el 71.25% indico que si regresaría y el 28.75% contesto que no visitaría el establecimiento, los cuales están representados en la tabla 4.8.

Tabla 4.8 Información global de clientes encuestados

Tipo de evento		Sexo		Regresaría al establecimiento	
Particular 75%	Empresarial 25%	Masculino 60%	Femenino 40%	Sí 71.25%	No 28.75%



En las tablas 4.9 y 5.0 se dan a conocer los resultados, en cuanto a la información de clientes encuestados, tanto del Gran salón del Hotel fiesta Inn las Ánimas y Salón de eventos Real de Zavaleta.

Tabla 4.9 Información de clientes Gran Salón Hotel Fiesta Inn las Ánimas.

Tipo de evento		Sexo		Regresaría al establecimiento	
Particular 47.50%	Empresarial 52.50%	Masculino 57.50%	Femenino 42.50%	Sí 65.50%	No 37.50%

Se puede observar que el tipo de evento que se lleva acabo en ambas empresas es diferente, ya que en el Gran Salón del Hotel Fiesta Inn la Ánimas se realizan en mayor número eventos empresariales, por otro lado en la pregunta donde menciona si regresarían al establecimientos, se puede ver que el salón de Evento Real de Zavaleta tiene mayor preferencia y en cuanto al sexo predomina el masculino en dichas empresas analizadas.

Tabla 5.0 Información de clientes Salón de eventos Real de Zavaleta.

Tipo de evento		Sexo		Regresaría al establecimiento	
Particular 95%	Empresarial 5%	Masculino 62.50%	Femenino 37.50%	Sí 80.00%	No 20.00%