

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

En este capítulo se presenta el análisis de la información obtenida durante la investigación realizada en el restaurante *La Route des Vins*, la cual tuvo la finalidad de medir la percepción de los clientes del restaurante con respecto a la calidad en el servicio ofrecido. Para la obtención de resultados, se elaboró y aplicó una encuesta a los clientes del restaurante utilizando la técnica de incidentes críticos; se analizaron los resultados obtenidos, se interpretó y explicó cada una de las respuestas de la encuesta.

A continuación, se presenta el análisis detallado de los resultados obtenidos de cada una de las preguntas del cuestionario, además se señalará una división correspondiente a los horarios de comida y cena en donde se observarán las diferencias en las percepciones de los clientes sobre la calidad en el servicio del restaurante.

4.1 Análisis general

El Servicio de los Meseros se puede considerar uniforme y muy bueno ya que el 80% de las encuestas lo sitúan entre bueno y excelente. No se registró ninguna inconformidad al grado de pésimo y las encuestas que lo calificaban de malo se hicieron por el tiempo de servicio, presumiblemente en horas con gran afluencia de clientes. No se menciona ninguna descortesía o descuido de alguno de ellos. La información se aprecia claramente en la figura 4.1.

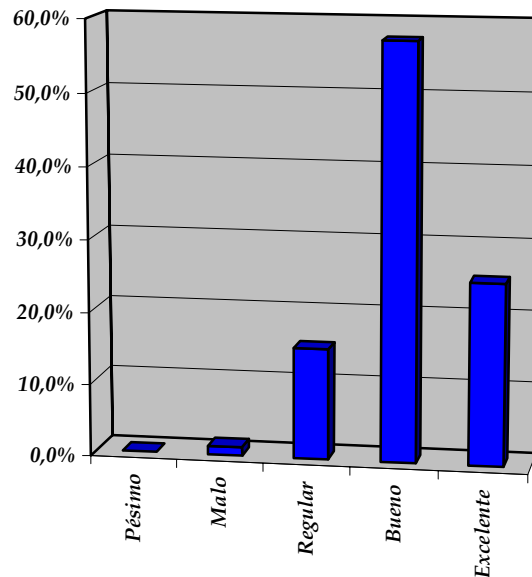


Figura 4.1 Servicio de los Meseros

La Sazón de los Alimentos es muy positiva al presentar más del 85% de las encuestas entre bueno y excelente, lo que habla de uniformidad en las recetas, preparación y gusto de los comensales. Se deben documentar todas las características de ingredientes, temperatura, tiempo de cocción, entre otros, para conservar el sabor actual de todos los platillos. Se obtuvo una sola calificación de pésimo, argumentando que el platillo llegó frío. Se considera que esto se debe claramente al servicio y no a una inconformidad en la preparación.

La Calidad de los Alimentos se asemeja a los resultados de la sazón al registrar un 90% de calificaciones positivas, destacando un 40% de excelentes. Este rubro se refiere más a la selección y estado de los ingredientes utilizados que al sabor final del platillo. Es importante mencionar que existe una relación con la sazón porque existen muchas personas que no advierten la diferencia entre ellas.

Los Precios de los Platillos se ubican como razonables al tener simetría entre regular y excelente, con la mitad del total de las encuestas dentro de la clasificación de bueno.. Es prudente tomar estos datos como de precio aceptable, sin creer que los clientes pagarían más por los platillos. También es importante considerar que en algunos casos, las personas prefieren no reconocer que los precios les parecen altos frente a sus acompañantes, por cuestión de estrato social. Se recomienda conservar el nivel de precios actual para no tener cambios de demanda, comparar los precios de la zona con un nivel

de servicio similar y fluctuarlos con moderación en caso de incrementos en los insumos.

Los resultados obtenidos se muestran en la figura 4.2.

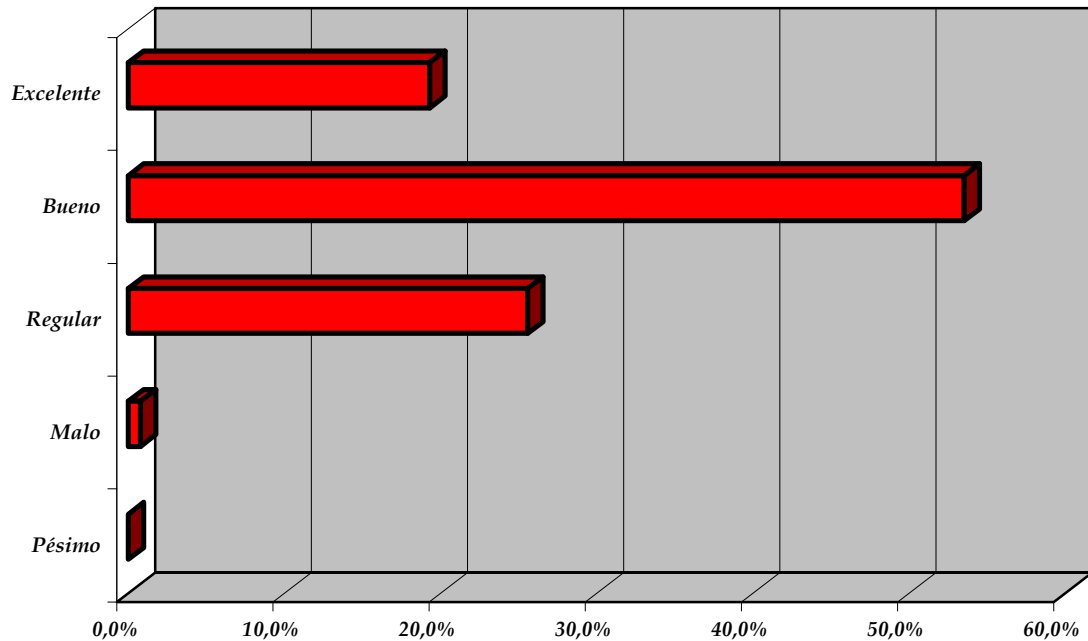


Figura 4.2 Precios de los Platos

Las Porciones de Comida es uno de los aspectos sumamente relativos por las diferencias en el consumo promedio de las personas. Los resultados indican que las porciones son adecuadas, considerando que no se tienen platillos de entradas para complementarlos. Por igual, debe tomarse en cuenta que la mayoría de los clientes cenan en menor cantidad de lo que comen y las encuestas recibidas como regulares se obtuvieron en el horario de comidas. Es recomendable adicionar algunas entradas al menú, de esta manera se pueden complementar los platillos y hacer más variada la experiencia de cenar o comer, aunque

aumentaría el tiempo de ocupación de las mesas. A continuación se muestra la figura 4.3 con los resultados.

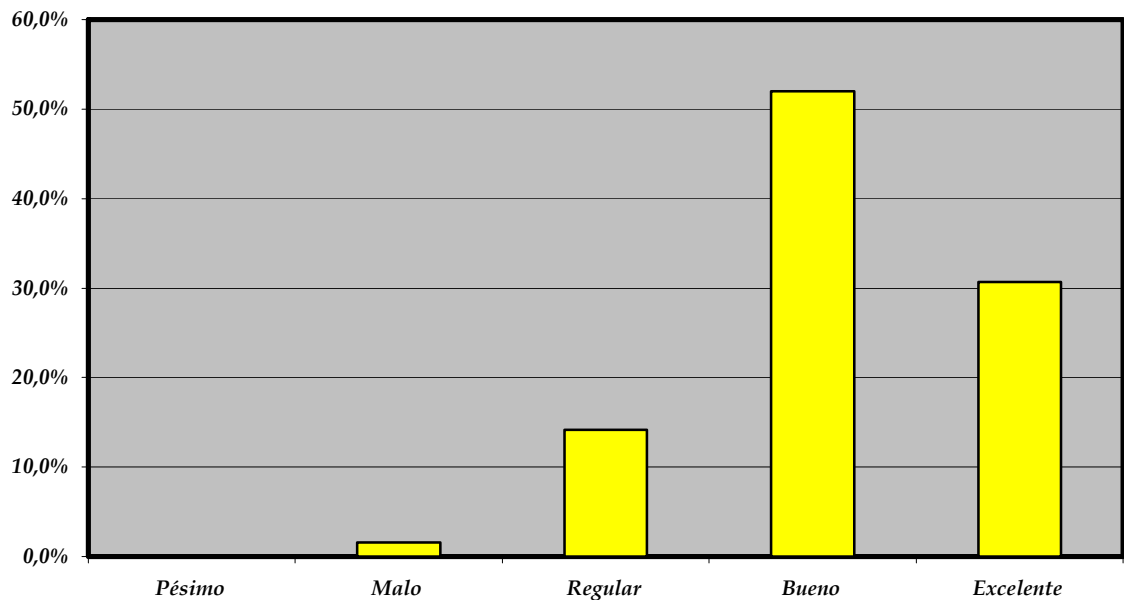


Figura 4.3 Porciones de comida

En lugares como *La Route des Vins* el tema de la Presentación de los Platos tiene gran importancia. Actualmente, los clientes han cobrado mayor conciencia de la presentación y no únicamente el sabor de los platos. Existen grandes oportunidades de mejora para presentar de mejor manera los alimentos y mostrar una imagen de valor y calidad. Los resultados obtenidos son mediocres en comparación con los resultados de los otros

factores, se tiene un porcentaje alto de calificaciones regulares, malas y pésimas con un 30%.

La temperatura de los alimentos registró un 45.7% en la calificación de bueno, presentando una tendencia hacia la categoría de regular que es el porcentaje más próximo, reflejando así que la temperatura de los alimentos es un aspecto que debe de ser revisado en el restaurante.

La variedad del menú obtuvo un porcentaje de 40.0% en la categoría de bueno, sin embargo, existe una diferencia entre los horarios, ya que durante las cenas, el restaurante siempre se encuentra ocupado en su totalidad; mientras que, durante las comidas, se observa una baja con 37.7 puntos porcentuales, por lo que los clientes prefieren ir a cenar en vez de ir a comer, ya que el menú no se les hace apropiado para esa hora. Los datos se ilustran en la figura 4.4.

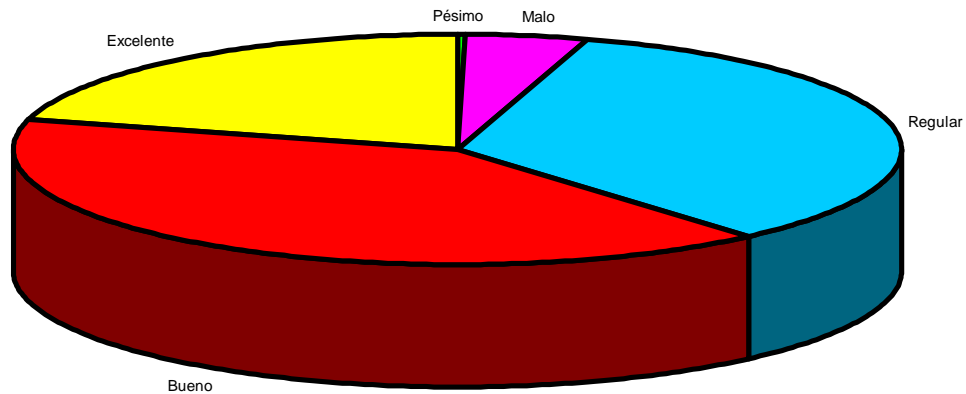


Figura 4.4 Variedad del menú

La variedad de los vinos, es uno de los aspectos más importantes y sobresalientes de *La Route des Vins*, ya que el concepto del restaurante tiene que ver mucho con éstos. De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas, se observó que este aspecto tuvo un porcentaje de 57.6% en el rubro de excelente. Esto indica que los clientes si están satisfechos con la variedad de vinos que ofrece el restaurante, además de que, cabe señalar que *La Route des Vins* cuenta con una extensa carta de vinos de distintos países.

La calidad de los vinos es otro de los aspectos más importantes del restaurante. Dicho concepto está calificado como uno de los más altos con 65.5% en la categoría de excelente. Por lo tanto, el cumplimiento de las expectativas por parte del cliente y el

alcance de los estándares de calidad de la empresa alcanzan el nivel de excelencia deseado.

El análisis de los resultados de las encuestas aplicadas refleja que la aceptación en general de los clientes con respecto al precio de los vinos es buena, registrando un porcentaje del 53.3% en dicha categoría; y la siguiente categoría con un porcentaje de 35.7 puntos porcentuales es la de excelente. Por lo tanto, es importante destacar que es evidente que los clientes del restaurante están de acuerdo con los precios marcados en los vinos, ya que ellos saben que la amplia variedad y cantidad de vinos en la carta no va a afectar la calidad de estos, por el contrario, dado a que los vinos son un elemento fundamental en el concepto del restaurante, los clientes están concientes de que el precio que están pagando corresponde a la calidad del vino que consumen y al compromiso del restaurante de tener en existencia todos y cada uno de los vinos ofrecidos en su carta.

Dentro del cuestionario diseñado para evaluar la calidad en el servicio del restaurante *La Route des Vins*, se tomó en cuenta la opinión de los clientes relacionada con sus percepciones sobre las instalaciones en general del establecimiento. Sobre este aspecto, la calificación que obtuvo más puntos porcentuales fue la de bueno, sin embargo, esta calificación fue dada por menos del 50% de los clientes encuestados; únicamente el 42.7% de las respuestas totales sobre este tema indicó que las instalaciones del restaurante fueran buenas, mientras que un porcentaje muy próximo, a este, con el 34.5% fue registrado en la categoría de regular. Es decir, que se puede apreciar que los clientes

del restaurante no se encuentran completamente cómodos con las instalaciones con las que cuenta el restaurante, y partiendo de dicha información es que los siguientes conceptos a analizar tienen gran importancia.

La limpieza de los baños obtuvo una calificación alta de 51.2% en la categoría de bueno, es decir, más de la mitad de las personas encuestadas opinaron que los baños se encuentran en buenas condiciones, sin embargo en los resultados se observó que el 27.6% de las personas lo encuentran en el rubro de regular. Es importante resaltar que aunque la pregunta se refería exclusivamente a la limpieza de éstos, las sugerencias por parte de los clientes se enfocaron a que el baño es muy chico y debido a esto les parece incómodo.

Con el fin de obtener información más específica en el análisis sobre la satisfacción de los clientes del restaurante *La Route des Vins* en relación con las instalaciones del restaurante, se incluyó una pregunta dentro del cuestionario referente a la ventilación del lugar. En este aspecto, existe una discrepancia de opiniones de acuerdo con lo reflejado en los resultados de las encuestas. En primer lugar, la calificación que la ventilación del restaurante recibió con la mayor cantidad de puntos porcentuales fue la de regular, con un 40%, seguida con un 23.5% en la categoría de malo, por lo que es evidente que para los clientes del restaurante, la ventilación es un aspecto que debe ser revisado y mejorado. Sin embargo, la discrepancia se refleja dentro de los porcentajes de calificación cuando, después de que las categorías de regular y malo suman un total de 63.5%, la siguiente categoría que suma más puntos porcentuales es la de *bueno*. Por lo tanto, se infiere que

existe una inconsistencia en la ventilación del restaurante al encontrar que existen opiniones tan divididas. En la figura 4.5 se ve claramente la información.

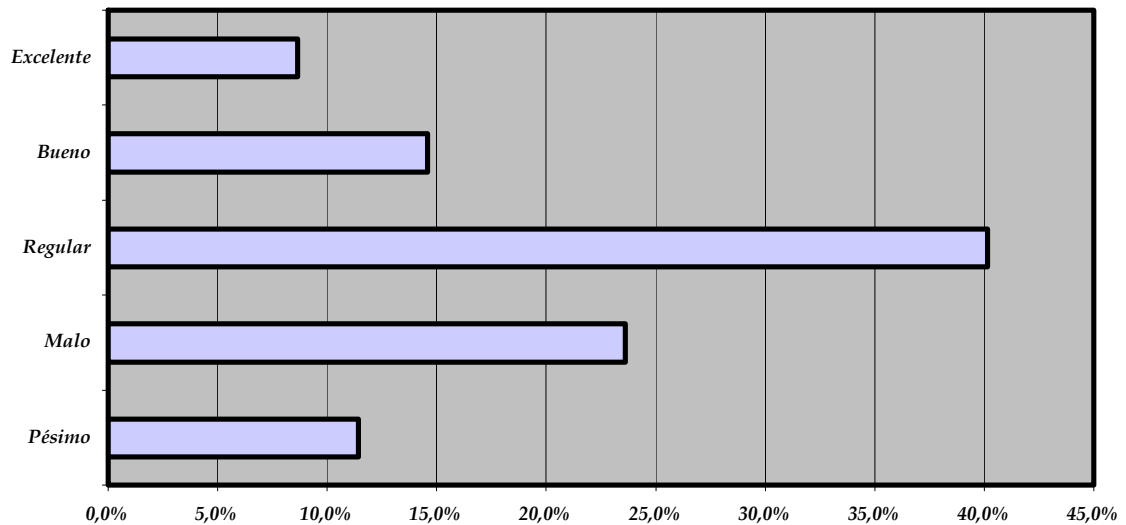


Figura 4.5 Ventilación del Restaurante

Continuando con el análisis sobre la satisfacción de los clientes del restaurante en relación con las instalaciones de este, en este apartado se analizará específicamente el espacio existente dentro del restaurante; en particular, el espacio que hay en el área del comedor entre las mesas. La calificación dada por los clientes para el espacio entre las mesas fue de regular con un total de 44.3%, la cual está seguida por la calificación de malo con 22.7 puntos porcentuales. De acuerdo con dichos datos, es posible afirmar que el espacio dentro del restaurante no es satisfactorio para los clientes. Debido a las calificaciones otorgadas en este aspecto, es necesario que en el restaurante se revise y

hagan las modificaciones adecuadas para lograr una mayor aceptación por parte de los clientes sobre este aspecto. Como se muestra en la figura 4.6.

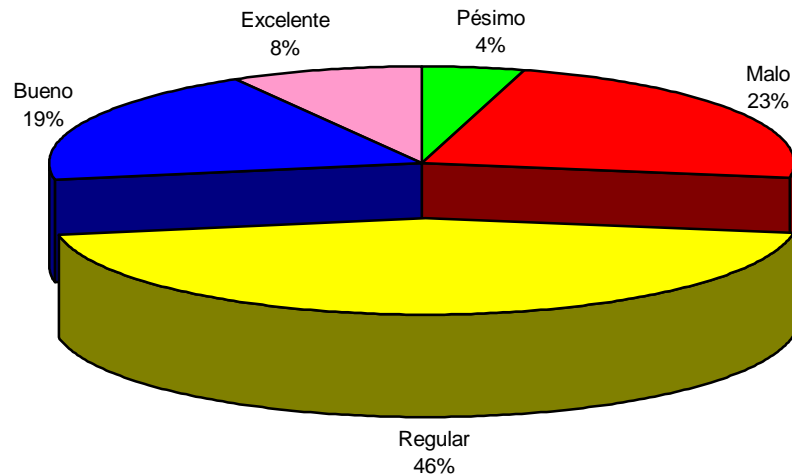


Figura 4.6 Espacio Adecuado

Con respecto a la ambientación, en los resultados obtenidos del análisis de las encuestas se encontró que el 55.5% de los encuestados, están de acuerdo con el ambiente del restaurante, además de que encuentran la decoración muy agradable, original y va de acuerdo al concepto, pero existe un 23.2% de las personas que la califican como regular, debido a que el lugar es muy pequeño y cuando el restaurante se encuentra a su máxima capacidad pasan dos cosas: la primera es que la música puede dejar de escucharse debido al ruido proveniente de las mesas de alrededor o bien, la segunda es que la música está tan fuerte que no permite a los clientes tener una conversación.

Con respecto al concepto del servicio del restaurante en general, este aspecto destaca por su importancia, ya que pregunta directamente al cliente su percepción sobre el servicio en general del restaurante. Esta pregunta engloba todos los aspectos con los que el cliente estuvo en contacto durante el encuentro de servicio, y precisamente por ser una calificación global es que es tan importante. Un total de 73.3% de los clientes encuestados aseguran que el servicio del restaurante *La Route des Vins* se ubica dentro de la categoría de bueno, y está seguido inmediatamente por la calificación de excelente con un 20%, lo cual, evidentemente muestra que las calificaciones de regular, malo y pésimo obtuvieron puntuaciones sumamente bajas que carecen de importancia. Es decir, en general, los clientes del restaurante sí se encuentran satisfechos con el servicio recibido durante el encuentro de servicio, sin embargo, conocer detalles específicos aportados por todas las preguntas anteriores permiten que áreas y aspectos en particular sean revisados y mejorados. Como se observa en la figura 4.7.

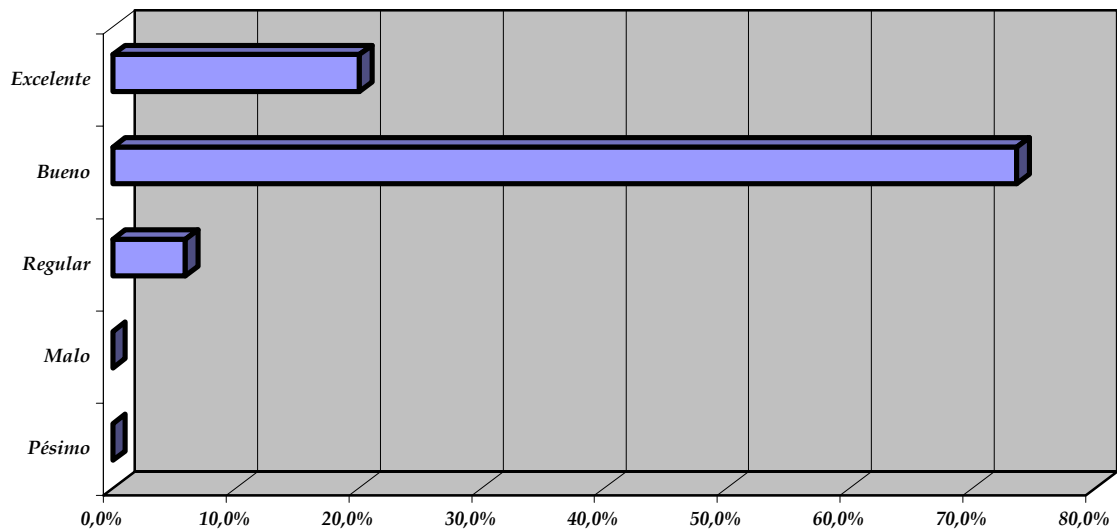


Figura 4.7 Servicio del Restaurante en General

Al final de los cuestionarios aplicados a los clientes seleccionados del restaurante durante este estudio, se ubicaron dos preguntas cuyas posibles respuestas eran Sí o No. Dichas preguntas pedían a los clientes que especificaran si regresarían o no al restaurante y si lo recomendarían. Del total de los encuestados, se observó que aproximadamente el 97% de los clientes sí regresarían al restaurante y sí lo recomendarían; lo cual implica que únicamente un 3% del total de los clientes encuestados estuvieron completamente insatisfechos con el servicio al grado de no volver ni recomendar el restaurante.

En este trabajo de investigación, se midió la calidad en el servicio del restaurante *La Route des Vins* considerando los horarios tanto de comidas como de cenas, por lo que a continuación se analizarán por separado para observar las diferencias en las percepciones de los clientes dependiendo de los horarios de servicio.

4.2 Análisis comparativo de los horarios de comida y cena.

Para el desarrollo del siguiente análisis comparativo, es importante señalar que existe una diferencia muy grande entre el número de personas que asisten al restaurante *La Route des Vins* a la hora de la comida y las personas que asisten a la hora de la cena. Dicha diferencia hace que los resultados relacionados con cada concepto específico a evaluar en el cuestionario aplicado varíen dependiendo del horario en que los clientes encuestados asistieron al restaurante, alterando un poco el resultado global de estos. Por lo tanto, un análisis comparativo entre ambos horarios ilustrará de manera más exacta y real las

percepciones que tienen los clientes sobre el servicio del restaurante, y de igual manera, con esto se pueden observar las áreas de oportunidad que afectan al servicio y pueden ser mejoradas.

Con los datos obtenidos se pudo observar que durante el horario de comida el servicio por parte de los meseros es bueno, ya que obtuvo un porcentaje de 66.7% en esta categoría, y con una tendencia hacia el rubro de excelente siendo este el porcentaje más cercano con 23.5%. Mientras tanto, en el horario de cenas, se encontró que los clientes también perciben el servicio de los meseros como bueno y con una tendencia hacia excelente, sin embargo, existe un porcentaje significativo en el horario de las cenas que opina que el servicio es regular e incluso, un menor porcentaje que lo considera malo. Por lo tanto, con respecto a este análisis, se puede decir que cuando el restaurante se encuentra a su máxima capacidad, como es durante el horario de cenas, el servicio por parte de los meseros decae un poco ya que estos no se dan abasto como lo hacen en el horario de comidas cuando la afluencia es mucho menor. Como se muestra en la figura 4.8.

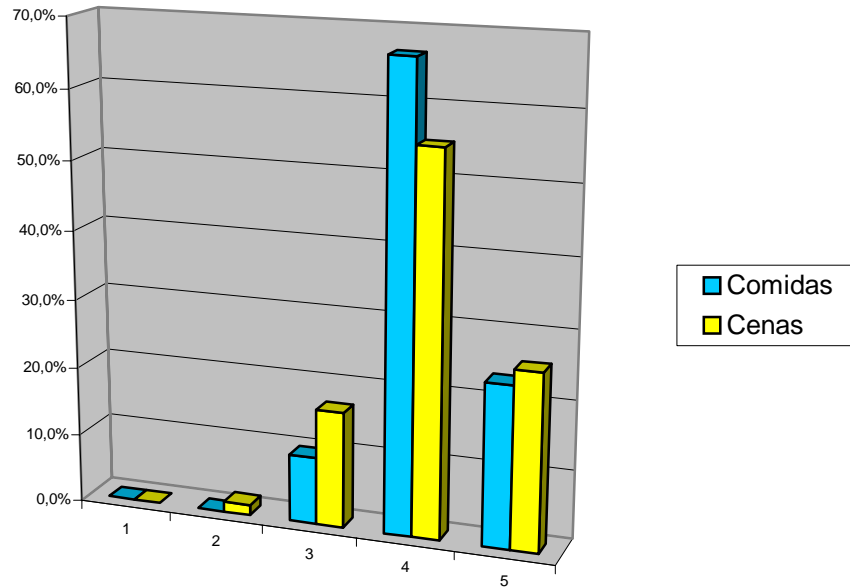


Figura 4.8 Servicio por parte de los meseros

Uno de los aspectos más destacados en este estudio es la variedad del menú debido a que es uno de los atractivos principales del restaurante. Una vez más se observó que existe una diferencia muy grande en cuanto a las opiniones de los clientes dependiendo del horario en que asisten al restaurante. Se registró que las personas que asisten en el horario de comidas encuentran al menú muy limitado o no adecuado para satisfacer sus necesidades en ese horario, mientras que las personas que acuden al restaurante en el horario de cenas, opinan que la variedad sí es adecuada y de su agrado para dicho horario. La comparación de los horarios sobre este aspecto se muestra en la figura 4.9.

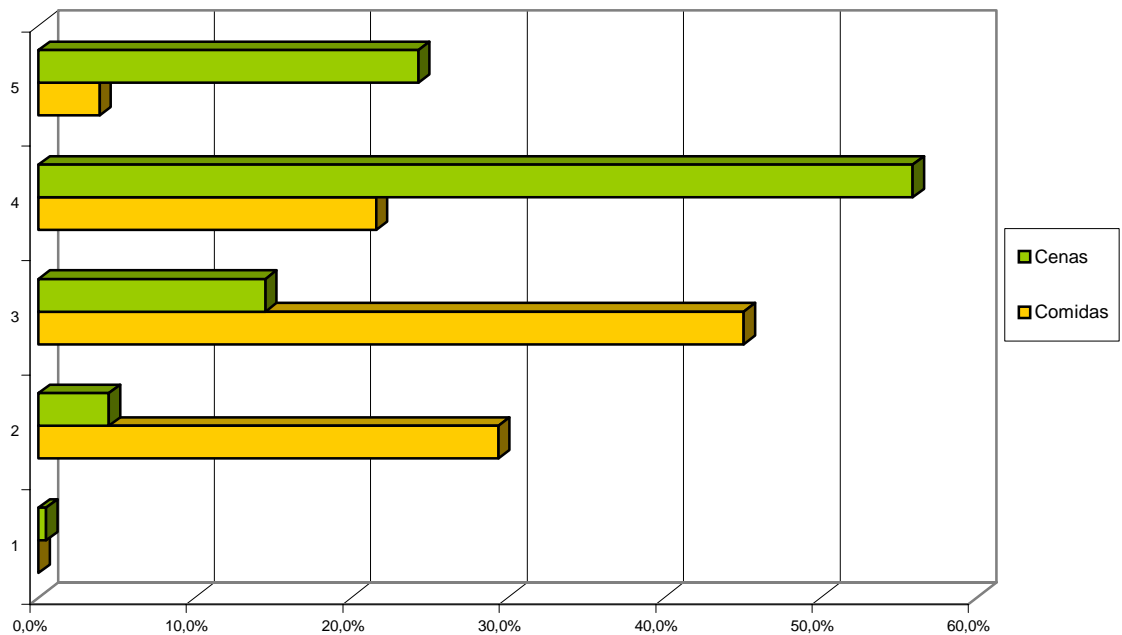


Figura 4.9 Variedad del menú

El concepto del restaurante *La Route des Vins* se basa en la variedad de vinos que ofrece dentro de su carta. Las percepciones de los clientes en cuanto a la variedad que pueden encontrar en el restaurante reflejan que es satisfactoria ya que se ubica en la categoría de excelente tanto en el horario de comidas como en el de cenas. Es decir, la variedad de vinos es uno de las fortalezas del restaurante que lo distinguen, y de acuerdo a los resultados registrados, se puede observar que el restaurante si ha logrado posicionarse dentro de la mente de los clientes como un lugar en donde ellos podrán encontrar una amplia variedad de vinos.

Con respecto a la ventilación del restaurante, durante el estudio realizado, se encontró que tanto en el horario de comidas como en el de cenas este es un aspecto evaluado pobremente según las percepciones de los clientes. En estos dos horarios, los clientes encuestados al realizar este trabajo de investigación, calificaron la ventilación del restaurante como regular; sin embargo, cabe resaltar que en el horario de comidas, la tendencia es hacia la opinión de que es buena; esto es debido a que durante dicho horario asisten muy pocas personas al restaurante. En contraste, en el horario de las cenas, la tendencia apunta hacia la categoría de malo, ya que, por lo general, el restaurante se encuentra a su capacidad máxima y la ventilación es insuficiente.

Otro aspecto relevante dentro de la evaluación realizada al restaurante *La Route des Vins* es el espacio dentro del establecimiento. El espacio existente para la distribución de las mesas es muy reducido siempre, sin embargo, esto se hace más notorio y problemático durante el horario de las cenas, cuando el restaurante se encuentra ocupado al cien por ciento. Por otro lado, en el horario de comidas, los clientes encuestados no manifestaron tanta insatisfacción relacionada con el espacio, sin embargo, esto no significa que la distribución de mesas sea mejor, sino que el restaurante tiene poco aforo durante ese horario, lo cual lo afecta negativamente ya que no se está aprovechando el total de su capacidad instalada además de que se dejan de vender muchos cubiertos disponibles.

La evaluación del servicio en general del restaurante fue registrada como buena tanto en el horario de comidas como en el de cenas. Durante el desarrollo del estudio se ha observado que existen varios aspectos que, según las percepciones de los clientes, afectan

sus experiencias durante el encuentro de servicio, y que individualmente, cada uno de estos aspectos puede ser calificado pobremente. Sin embargo, para la mayoría de los clientes del restaurante, durante las comidas y durante las cenas, la percepción general del servicio es buena, incluso tendiendo hacia ser considerada como excelente, lo cual indica la posibilidad que el restaurante tiene para mejorar los aspectos específicos indicados por los clientes, y así lograr un encuentro de servicio más satisfactorio y elevar la calidad en el servicio ofrecido. Hay aspectos que, al ser analizados, denotan las áreas de oportunidad que tiene el restaurante *La Route des Vins* ; por ejemplo, durante la realización de este análisis se ha podido observar que el servicio de los meseros es bueno, y que puede mejorar. Sin embargo, la acción de mejora no se refiere a que los meseros actualmente ofrezcan un peor servicio durante la hora de la cena que durante la hora de la comida, simplemente, durante el horario de la cena, el número de meseros es posible que sea insuficiente para satisfacer el total de la demanda, fenómeno que no se presenta durante las comidas. Esto se ilustra en la figura 4.10.

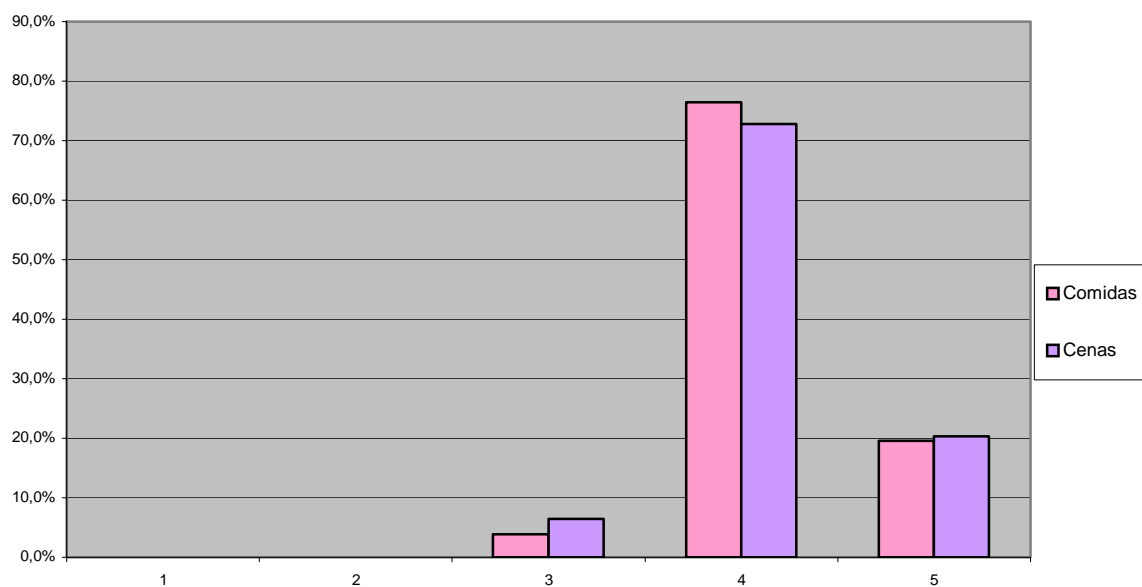


Figura 4.10 Servicio del Restaurante en General

4.3 Propuesta de un instrumento de medición de la calidad en el servicio del restaurante *La Route des Vins*

De acuerdo con todos los resultados registrados anteriormente, se han identificado las áreas dentro del restaurante en donde se observan un mayor número de problemas de inconformidad por parte de los clientes, los cuales afectan la calidad en el servicio de este.

Con base en dichas áreas se formuló un instrumento de medición de la calidad en el servicio del restaurante *La Route des Vins*. La finalidad de este instrumento es la de evaluar el aumento de la satisfacción de los clientes en relación con puntos específicos

señalados en las encuestas; y para poder lograr una mayor satisfacción de los clientes, es necesario que en el restaurante se lleven a cabo acciones de mejora enfocadas en los resultados registrados en este estudio.

La propuesta del cuestionario sobre la calidad en el servicio del restaurante *La Route des Vins* consta de nueve preguntas, La primeras siete están diseñadas dentro de la escala de Likert; dichas preguntas miden las percepciones de los clientes en cuanto al servicio por parte de los meseros, los platillos, los precios de los platillos, los vinos, la ventilación, el espacio y el servicio del restaurante en general. Las siguientes dos preguntas tienen posibles respuestas de Sí o No, y se refieren a que si los clientes regresarían al restaurante y si lo recomendarían. Finalmente, se ofrece un espacio en donde se invita a los clientes a expresar y compartir sus opiniones, quejas y sugerencias para mejorar el servicio del restaurante.

Se presenta la propuesta del instrumento de medición de la calidad en el servicio para el restaurante *La Route des Vins* elaborada a partir de los resultados obtenidos en este trabajo de investigación.