

RESUMEN

La calidad en el servicio de un restaurante es una parte fundamental para alcanzar el éxito en el desempeño de sus operaciones. Esta corresponde al grado de satisfacción que experimenta un cliente relacionada con la atención recibida, la eficiencia del servicio recibido y la manera en que el servicio fue entregado.

Para que un restaurante logre la calidad en su servicio, este debe cumplir con las necesidades y expectativas de sus clientes, ya que ellos son lo más importante y quienes determinan qué tan bueno es el servicio ofrecido por un establecimiento en particular.

Para conocer cuales son las necesidades y expectativas de los clientes, y así poder ofrecer un servicio de alta calidad en un restaurante, es necesario medir las percepciones de los clientes con respecto a conceptos específicos que constituyan el servicio en general.

El objeto de estudio de este trabajo de investigación fueron los clientes del restaurante *La Route des Vins*. Se realizó una investigación de tipo descriptiva en donde se seleccionó una muestra representativa de la población de clientes que acuden al restaurante para aplicarles cuestionarios, los cuales tenían como objetivo medir la percepción de los clientes sobre la calidad en el servicio ofrecido por el restaurante.

Después de la aplicación de las encuestas, los resultados se capturaron y posteriormente se analizaron aportando una interpretación más clara sobre las percepciones de los clientes sobre el servicio.

A partir de la información obtenida del análisis de los resultados, se formularon una serie de conclusiones relacionadas con el tema. Además, se generaron varias recomendaciones que pueden ser de ayuda para el desempeño de las operaciones del restaurante y así aumentar la calidad en el servicio.

Finalmente, a partir de todas las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio, se elaboró un cuestionario que se presentó como una propuesta de un instrumento de evaluación sobre la calidad en el servicio para el restaurante *La Route des Vins*.