

Estudio del Servicio al cliente en restaurantes de comida rápida en Piedras Negras, Coahuila

Customer service study in fast food restaurants in Piedras Negras, Coahuila

Dora Azalia Castro Treviño

Universidad Tecnológica del Norte de Coahuila

dorisutnc28@hotmail.com

Resumen

El objetivo del presente estudio consistió en evaluar la percepción del servicio al cliente en restaurantes de comida rápida en Piedras Negras, Coahuila. En esta investigación documental se muestra la variable identificada y los indicadores de estudio que muestran como resultado la preferencia del cliente, así como su inconformidad en el servicio. La población participante estuvo conformada por hombres y mujeres que utilizan el servicio de comida rápida; se realizó una pequeña investigación con el apoyo de estudiantes de la universidad. Y es que se trata de que el giro restaurantero podría lograr incluso más ventas con solo mejorar algunos aspectos, ya que se encarga de una oportunidad para crear fidelidad, como lograrlo? se deben considerar por lo menos tres aspectos importantes: Sabor, calidad , Tiempo (Garibay 2016)

Palabras clave: Servicio al cliente, Calidad de servicio, Tiempo, Precio

Abstract

The present study has the objective to evaluate the perception of customer service in fast food restaurants in Piedras Negras, Coahuila.

This documentary research in itself shows the variable identified and indicators from the study showing results about customer preference and their dissatisfaction with the service provided.

The population selected was integrated by males and females that are frequent customers at fast food restaurants.

The investigation was executed and supported by university students. And realized that fast food restaurants have the ability to increase sales by improving several aspects and this project has the intention to develop customer loyalty.

Who we can increase customer engagement and loyalty?

Take in consideration at least three key aspect: flavor, quality service and time to serve.

Key words: Customer service - Quality - Time - Price.

Fecha recepción: Enero 2016

Fecha aceptación: Junio 2016

Introducción

El servicio al cliente es lo que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes. El objetivo general es el manejo de la satisfacción, y producir percepciones positivas del servicio. Definimos servicio al cliente como el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. *"El servicio al cliente es una potente herramienta del marketing"*. Un buen servicio al cliente es fundamental en cualquier empresa se basa en la empatía, es decir tomar el lugar del cliente sin embargo no todas las empresas enfocan sus esfuerzos en ese aspecto. Tener un mal servicio implica que los consumidores no realizan en ocasiones una compra que tenían planeada.

Piedras Negras pertenece al estado de Coahuila de Zaragoza, tercer estado más grande del país, que se encuentra localizado en el Noreste de México, compartiendo una frontera de 512 kilómetros con el estado norteamericano de Texas.

En los últimos años Piedras Negras a tenido un crecimiento considerable tanto de industria como de población , es por eso que su crecimiento económico va en aumento notablemente. El paso a las franquicias ha sido un punto de referencia muy importante en esta ciudad por lo que constantemente la población va marcando sus preferencias en estos restaurantes de comida rápida, el estilo de vida y la alimentación en combinación con el trabajo diario han hecho modificar estilos de vida y el hombre busca la rapidez para satisfacción de sus necesidades.

Los restaurantes establecidos que se dedican a prestar sus servicios en piedras negras deben de estar preparados para atender adecuadamente a sus clientes que requieran cualquier servicio, cada establecimiento se enfrenta con la voraz competencia, estos factores provocan preocupación al no estar preparados para enfrentar los cambios, cabe resaltar que en todo momento existen amenazas y hay que estar preparados para esos cambios y actualizarse constantemente.

Muchas veces se mejora la calidad en el servicio y se descuida la calidad del producto, es necesario satisfacer la necesidad del cliente de manera general en producto, en servicio, en precio, en calidad , en entrega, en atención, para así de manera general cubrir con todas y cada una de las necesidades que son importantes para nuestro consumidor. Se debe considerar que el éxito de un restaurante es por el trabajo en equipo de todos los colaboradores, la infraestructura el mobiliario, equipo, utensilios, son de igual manera muy importantes pues de esto se determina la satisfacción o la insatisfacción del cliente después de haber recibido el servicio.

El propósito de la investigación es conocer más a fondo como es el servicio que brindan los restaurantes de comida rápida en piedras negras, Coahuila, conocer cuál es la tendencia de cada uno en el servicio y poder comparar cuenta cual de todos abarca con casi todas las expectativas para brindar un servicio de calidad.

Actualmente, vivimos en un mundo globalizado donde los clientes cada vez se vuelen más exigentes, como también la competencia es cada vez mayor y los productos ofertados en el mercado son cada vez más variados. Es por ello que los clientes no solo buscan calidad y buen precio sino también un buen servicio. Un óptimo servicio de excelente calidad hace la fidelidad del cliente, por lo tanto es elemental que cualquier empresa desarrolle una estrategia para brindar un servicio excelente y así lograr un enfoque sistemático entre empleados, empresa y

clientes. Es por eso que los negocios deben estar preparados para hacer frente a las tendencias, cambios y necesidades que surjan.

Metodología

Esta investigación es de tipo Cuantitativo realizada en la ciudad de Piedras Negras, Coah. en los restaurantes de comida rápida más comunes en la ciudad (figura1). La idea principal fue aplicar una encuesta estructurada de 10 preguntas a personas que adquieren el servicio, con grupos de 20 alumnos(figura 2) distribuidos en los diferentes restaurantes para adquirir la información necesaria y requerida para obtener un resultado buscado ,Se capturo la información en google forms y se proceso la información dando como resultado gráficos, Tomando en cuenta los tres últimos puntos de referencia para su resultado como el 8, 9 y 10. La meta del investigador consiste en describir que tan importante es para los clientes la atención al cliente, así como saber las preferencias del cliente y aun mas saber cómo los clientes ve los restaurantes de comida rápida.

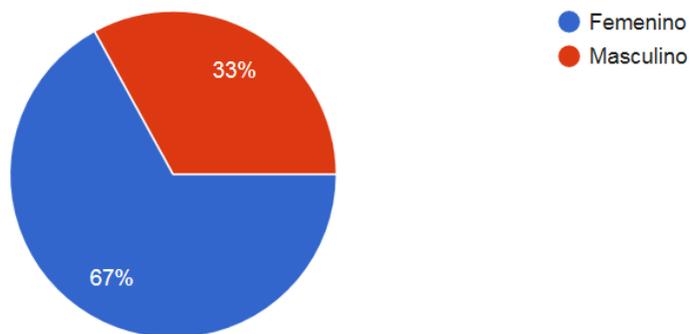


Figura 1. Restaurantes de comida rápida

Figura 2. Alumnos en apoyo a la investigación

Resultados

Las encuestas realizadas en Piedras Negras, Coah. en restaurantes de comida rápida , arrojo la siguiente información el 67% de las encuestas fueron contestadas por mujeres y el 33% por hombres, esto representa también un importante indicador ya que nos muestra que la mayor parte de las veces son las mujeres las que asisten más a un restaurante de comida rápida.



Grafica 1. Genero Fuente: elaboración propia

En el rango de edades de los encuestados podemos observar que verdaderamente son muy variados ya desde los 15 años hasta los 57 años nos indican que acostumbran a ir a este tipo de restaurantes de comida rápida, pero la tendencia más fuerte de edad es de 18, 19, 20 años, son los jóvenes quienes acostumbran muchísimo más asistir a este tipo de lugares.

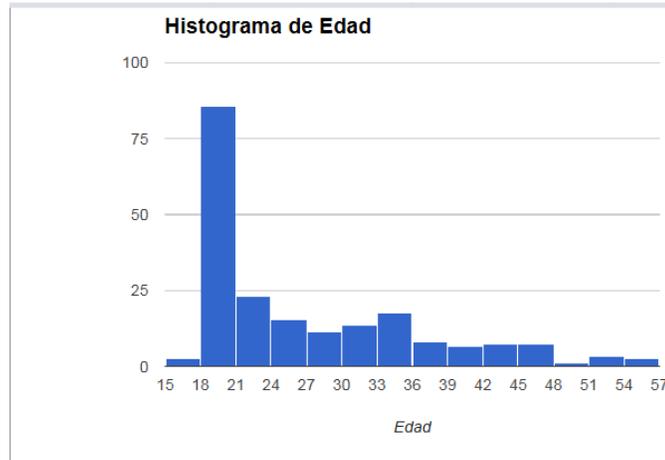


Grafico 2. Rango de edad de los encuestados Fuente: elaboración propia

La siguiente pregunta fue: Que restaurante de comida rápida suele frecuentar?

De los restaurantes de comida rápida más comunes y más visitados en piedras negras son los que se muestran a continuación a lado en el grafico; es obvio que la preferencia número uno del cliente es Little caesar's ocupando el 31% , después le sigue Dominos Pizza con el 17%, en tercer lugar ocupa Mozarellas Pizza; mencionando como preferencia los tres primeros lugares más importantes para el cliente.

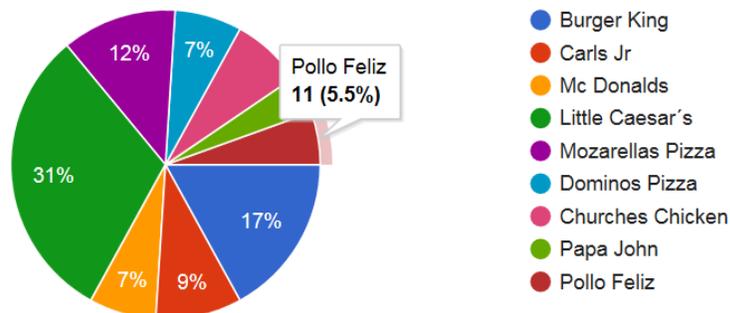


Grafico 3. Fuente: elaboración propia

Se pregunto también lo siguiente: Del restaurante que suele frecuentar valore del 0-10 la importancia que le da al servicio al cliente?

Para el 78% de las personas es sumamente importante el recibir un buen servicio, sabemos que es un factor muy importante que determina la fidelidad de nuestro cliente,

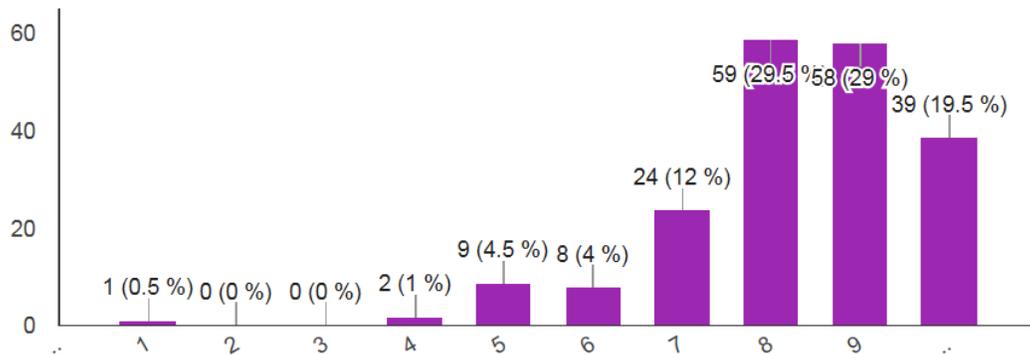


Grafico 4. Fuente elaboración propia

La siguiente pregunta fue: Del restaurante que suele frecuentar valore del 0- 10 la importancia que le da al Precio?

El 76% de la población le da un valor importante al precio, esto significa que al cliente no le importaría pagar una determinada cantidad de dinero por el producto, aunque esta sea un poco elevado siempre y cuando reciba un excelente servicio.

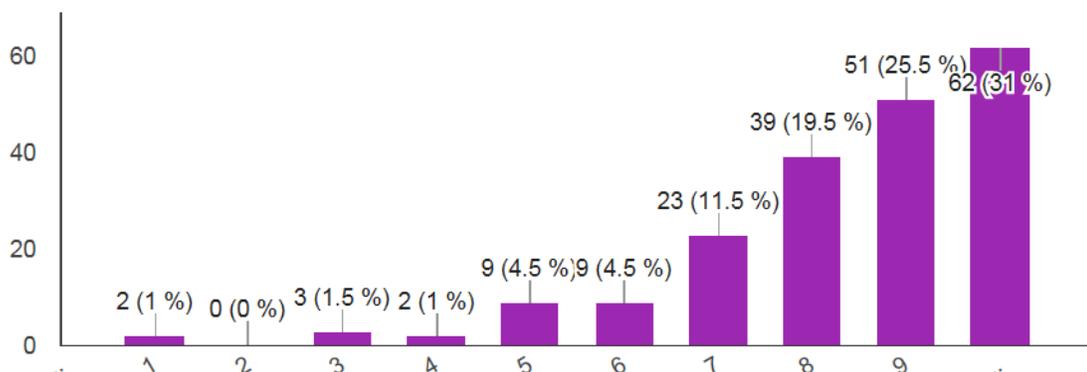
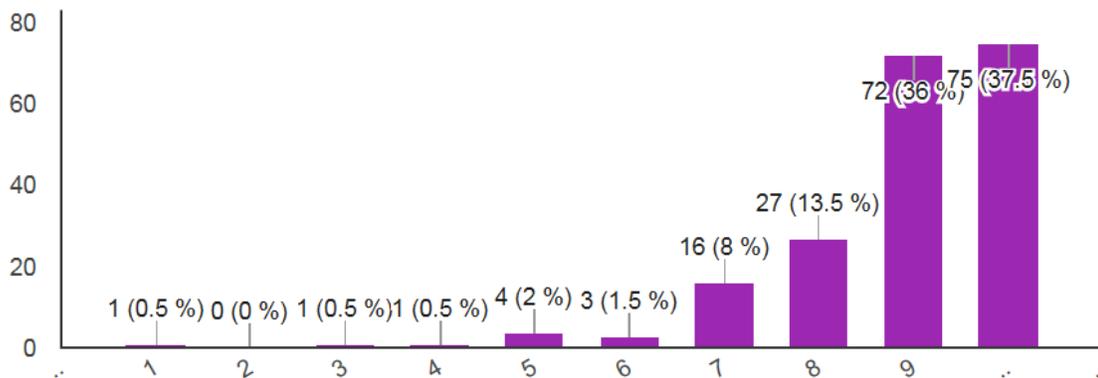


Grafico 5. Fuente elaboración propia

También se pregunto: Del restaurante que suele frecuentar valore del 0- 10 la importancia que le da a la calidad?

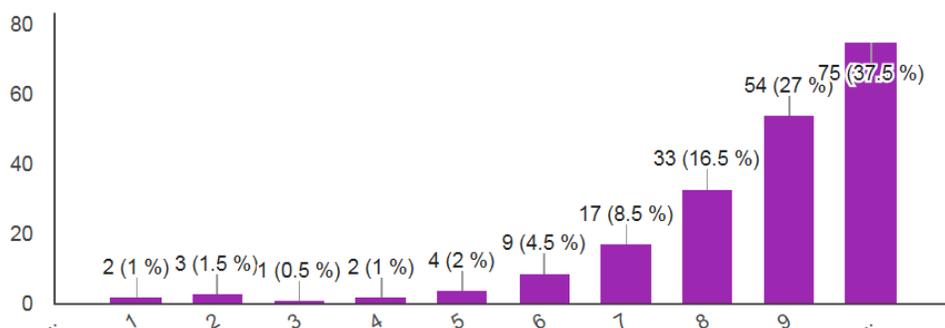
El grafico 6 muestra que el 87% de la población encuestada le da un valor importante a la calidad del producto, interpretando con esto que es importante el servicio y el precio pero para el cliente es de más importancia la calidad con que cuenta el producto.



Grafica 6. elaboración propia

La siguiente pregunta fue: Del restaurante que suele frecuentar valore del 0- 10 la importancia que le da al Tiempo?

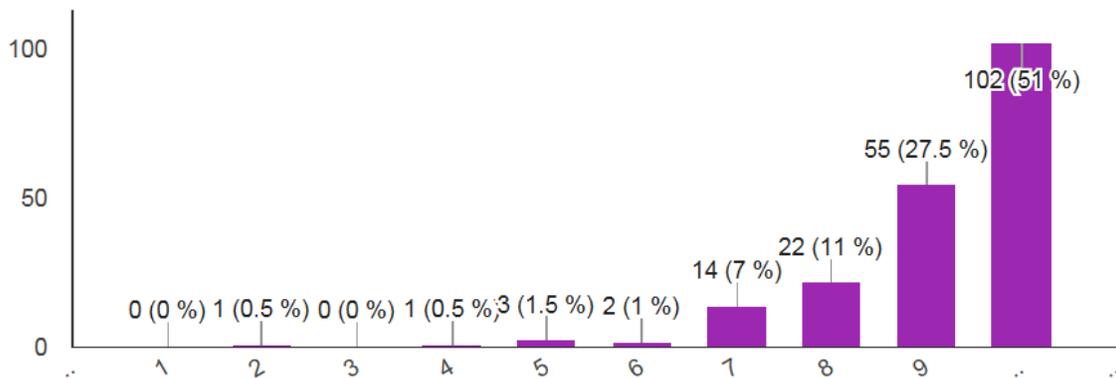
El 81% de los hombres y mujeres encuestados respondieron que el tiempo para ellos es fundamental, si su consumo es en un restaurante de comida rápida, es de vital que el tiempo de entrega del producto y/o servicio sea corto.



Grafica 7. elaboración propia

Se pregunto lo siguiente: Del restaurante que suele frecuentar valore del 0- 10 la importancia que le da al sabor ?

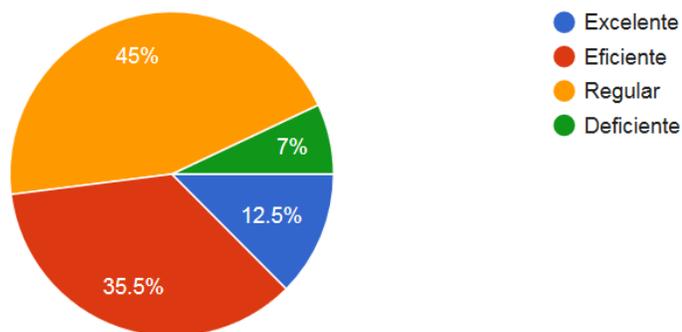
si bien observamos en la grafica el 89.5% de las personas encuestadas le da como prioridad al sabor, si hacemos la comparación con los gráficos, los clientes buscan que el sabor del producto que adquieren sea el mejor sin importar tanto el servicio al cliente ni el tiempo que tengan que esperar. El cliente prefiere sus productos con el mejor sabor....



Grafica 8. elaboración propia

También se pregunto: En general el servicio al cliente en los restaurantes de comida rápida es:

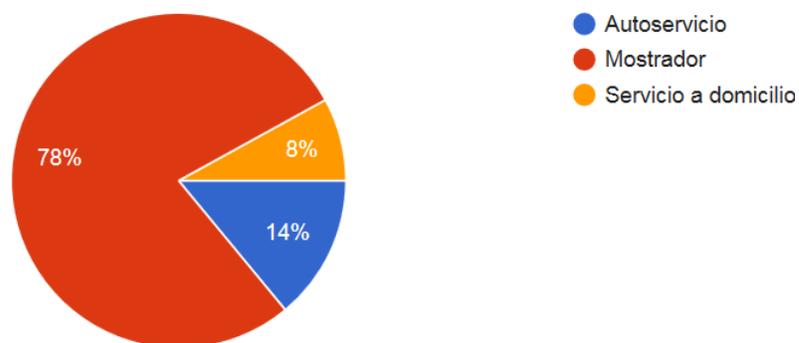
En la grafica 8 muestra que los encuestados que conforman el 45% de la población, opinaron que el servicio al cliente en los restaurantes de Piedras Negras es Regular, teniendo unas cercanía con el 35.5% que es verdaderamente eficiente en el servicio, si analizamos detalladamente podemos darnos cuenta que los restaurantes no ofrecen mal que los clientes están conformes con el servicio que les brindan, pero podrían mejorarlo aun mas.



Grafica 8. elaboración propia

Siguiente pregunta: Cuando Ud. visita un restaurante de comida rápida regularmente lo hace en:

La mayoría de los clientes que forman el 78% prefieren la atención en Mostrador, ya que eso les brinda el espacio de comer tranquilamente en la comodidad de las instalaciones climatizadas.

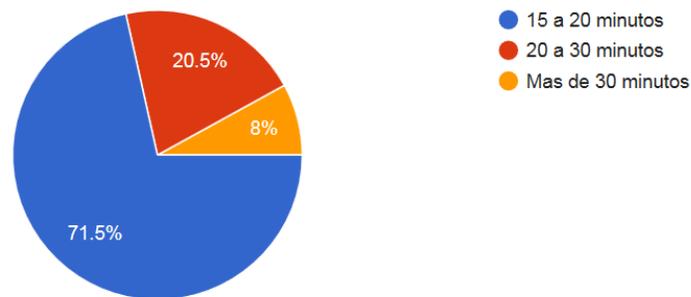


Grafica 9. elaboración propia

Se pregunto también: Cual es el promedio de espera en la entrega del producto en el restaurante?

se selecciono la respuesta en base a la respuesta de la pregunta anterior.

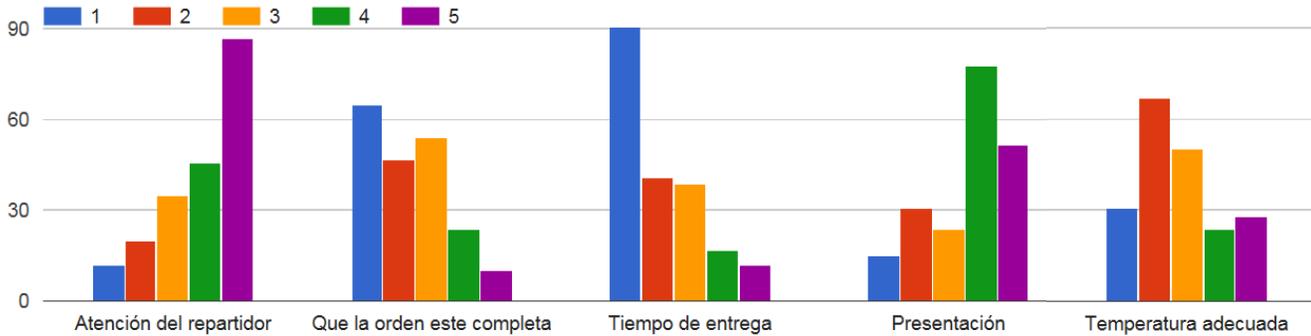
el 71.5% de los encuestados respondieron que la espera es de 15 a 20 minutos, para ser restaurantes de comida rápida estamos dentro de los estándares de entrega, esta es una buena respuesta.



Grafica 10. elaboración propia

Se pregunto lo siguiente: cuando ha ordenado comida rápida a domicilio, cuales factores considera importante al recibir el pedido (valore del 1 al 5 siendo el 1 lo más importante y el 5 lo menos importante)

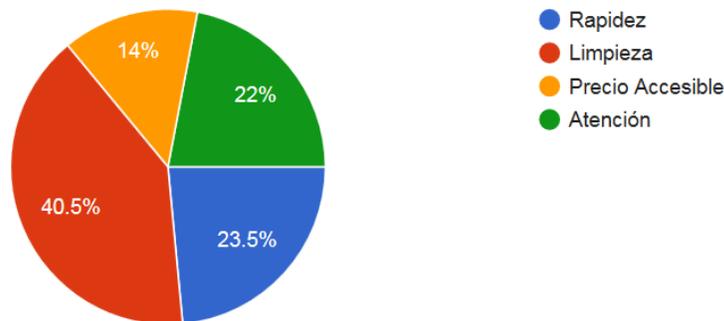
se muestra en la 3era grafica que lo que le importa el cliente es que sus pedidos lleguen a tiempo, si hablamos de servicio a domicilio por parte de un restaurante entonces seria fundamental que el tiempo de entrega fuera rápido, como segundo lugar a el cliente le importa que la orden llegue completa, en tercer lugar a el cliente le importa que la orden llegue a una buna temperatura para poder disfrutar de los alimentos, como antepenúltimo pero no menos importante esta la presentación del producto al llegar al domicilio, y lo que menos importancia le da el cliente en el reparto a domicilio es la amabilidad por parte del repartidor.



Grafica 11. elaboración propia

También se pregunto: que es lo más importante cuando va a un restaurante de comida rápida?

El 40.5% de la población contesto que lo más importante para ellos es la Limpieza, comentaron que comer en un lugar limpio que no existan malos olores inspira tranquilidad y confianza se disfruta más la comida y el lugar que de lo contrario un lugar sucio estresa



Grafica 12. elaboración propia

Resultados

Los resultados de esta investigación responden a la pregunta de investigación: ¿Esta Ud. satisfecho con el servicio que recibe en el restaurante de comida rápida? las respuestas a seleccionar fueron las siguientes, excelente, eficiente, regular, deficiente.

La conclusión es la siguiente:

El mayor porcentaje de las personas encuestadas, da como resultado que están conformes con el servicio que estos restaurantes de comida rápida en Piedras Negras, Coahuila ofrece, respaldando con el 45% de las respuestas siendo este el más alto puntaje .

Discusión

Estudiando los resultados de la investigación, las preferencias de nuestros clientes se basan mas en el sabor del producto y en la calidad, si analizamos desde otro punto de vista podemos observar que es más importante algunos otros factores que estos.

La tendencia en Piedras Negras, Coahuila es que los consumidores les interesa mas que el producto que ellos van a consumir tenga un delicioso sabor y con la mejor calidad al momento de ser entregado el producto, dejando así en último lugar pero no menos importante el precio que se le da a el producto, es decir no les importa pagar un precio elevado siempre y cuando este tenga un exquisito sabor....

Bibliografía

1. PEÑALOZA, M. (2004). La clave para el éxito empresarial... ¡la satisfacción del cliente!. *Visión Gerencial, Volumen 3*, 39-50.
2. BETANCOURT, Y. & MAYO, J. (2010). "La evaluación de la calidad de servicio". *Contribuciones a la Economía, enero 2010*.
3. RESTREPO, C., RESTREPO L. & ESTRADA S. (2006). Enfoque estratégico del servicio al cliente. *Scientia et Technica Año XII, No 32*, 289 – 294.
4. GODOY, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente, y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana, Volumen 4, No. 8*. 23-35.
5. ALTUZARRA, M. (2005) La atención al cliente. *Revista Digital "Investigación y Educación", Vol. 3, Septiembre 2005, 1 - 17*.
6. GARIBAY, J. (2016) El servicio al cliente es determinante para el consumidor? <http://www.merca20.com/servicio-al-cliente-determinante-consumidor/>
7. NEYRA, C. (2002) Servicio al Cliente <http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml>
8. ALTONIVEL (2010) <http://www.altonivel.com.mx/el-cliente-moderno-para-kotler.html>