

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE CONTABILIDAD



**FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE SATISFACCION
DE LOS CLIENTES; CASO RESTAURANTE FREDDY'S**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL:
DE CONTADOR PÚBLICO**

**AUTOR:
GUZMÁN FRÍAS, RICARDO DAVID**

**PROFESOR METODOLOGICO:
GOMEZ JACINTO LUIS GERARDO**

PIURA - PERÚ

2011

DEDICATORIA

A Dios y a la Virgen, por brindarme fortaleza y sabiduría para saber enfrentar los obstáculos que se me presentaron en el transcurso del desarrollo del Estudio de Investigación.

A mis Padres, Ricardo Guzmán y Lilia Frías, que con sus constantes y sacrificados esfuerzos, y con su apoyo incondicional, han sido las persona que me inculcaron que todo esfuerzo en la vida siempre conlleva a una recompensa y que no hay que amilanarse ante los problemas que se presentan en la vida. Dándome la oportunidad de cumplir mí meta profesional.

A mis amigos, por demostrarme su apoyo incondicional y saberme apoyar y entender, a Angélica Valdez, que fue la persona que siempre estuvo a mi lado apoyándome, dándome animo y porque siempre confió en mí.

AGRADECIMIENTO

- ◆ En primer lugar agradecer a Dios y a la Virgen por darme salud, bienestar y las capacidades requeridas y a su vez, brindarle a nuestros profesores el bienestar y la buena salud para que nos brinden sus conocimientos necesarios en la elaboración del trabajo de investigación.
- ◆ A mi familia quienes fueron las personas que me inculcaron valores y gracias a su esfuerzo y sacrificio me dan la oportunidad de cumplir mi meta profesional.
- ◆ Al C.P.C. Luis Gerardo Gómez Jacinto MBA, asesor de la presente investigación, por su colaboración, dedicación y ayuda incondicional.
- ◆ A Angélica Valdez, que estuvo batallando a mi lado brindándome su apoyo para cumplir mi meta profesional.
- ◆ También agradecer al Sr. Fredesman Flores López, dueño del restaurante FREDDY`S, por brindarme su tiempo y apoyo en el proceso de la investigación.

RESUMEN

La primera parte de nuestro marco teórico muestra definiciones sobre satisfacción, así como sus elementos e importancia y como este trabajo de investigación está dirigido al restaurante FREDDY`S, la segunda parte del marco habla sobre el origen, historia y evolución de los restaurantes. La investigación tiene como objetivo principal determinar cuál es el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante FREDDY`S, de donde se desprenden dos principales unidades de análisis, una es el nivel de satisfacción que tienen los clientes, y la otra son las causas del nivel de satisfacción de los clientes. La metodología empleada en el trabajo de investigación fue de tipo no experimental, explicativa transversal. Para el desarrollo de este trabajo de investigación fue necesario realizar una encuesta aplicada a 384 clientes del restaurante y se estructuró en tres partes, la primera parte se describen las características generales de los clientes, la segunda parte son preguntas para el nivel de satisfacción de los clientes y la tercera parte la conforman preguntas para las causas del nivel de satisfacción. Después de analizar y procesar las encuestas los resultados que se obtuvieron fue que los clientes si se encuentran satisfechos con el restaurante y que las causas que conforman esa satisfacción son el precio de la comida, la calidad del producto, el tiempo de espera y el ambiente del restaurante.

ABSTRACT

The first part of our theoretical frame shows definitions on satisfaction, as well as his element and importance and as this work of investigation it is directed the restaurant FREDDY`S, the second part of the frame theoretical speaks on the origin, history and evolution of the restaurant. The investigation has as principal aim determine which is the level of satisfaction of the client in the restaurant FREDDY`S, wherefrom two principal units of analysis part, one is the level of satisfaction that the clients have, and other one they are the reasons of the level of satisfaction of the clients. The methodology used in the work of investigation was of not experimental type, explanatory cross street. For the development of this work of investigation it was necessary to realize a survey applied to 384 clients of the restaurant and I structure in three parts, the first part the general characteristics of the clients are described, the second part they are questions for the level of satisfaction of the clients and the third part questions shape it for the reasons of the level of satisfaction. After the surveys analyzed and to process the results that were obtained it was that the clients if they are satisfied by the restaurant and that the reasons that shape this satisfaction are the price of the food, the quality of the product, the time of wait and the environment of the restaurant.

ÍNDICE

	Página
Dedicatoria -----	v
Agradecimiento -----	vi
Resumen -----	vii
Abstract -----	viii
Índice -----	ix
Índice de Cuadros-----	xii
Índice de Tablas -----	xii
Índice de Gráfico -----	xii
Introducción -----	xiv

CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA -----	14
1.1.1.REALIDAD PROBLEMÁTICA -----	14
1.1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA -----	14
1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN -----	15
1.2.1.OBEJTIVO GENERAL -----	15
1.2.2.OBJETIVO ESPECÍFICOS -----	15
1.3 HIPOTESIS Y VARIABLES -----	15
1.3.1.PLANTEAMIENTO DE LA HIPOTESIS -----	15
1.3.2. VARIABLES – INDICADORES -----	16
1.3.2.1. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS Y DE LAS VARIABLES -----	16
UNIDAD DE ANALISIS -----	16
VARIABLES -----	16
1.3.2.2. DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES -----	16
➤ Satisfacción -----	16
➤ Precio -----	16
➤ Gestión de Quejas -----	26

➤ Calidad del Producto -----	17
➤ Tiempo de Espera -----	17
➤ El Ambiente -----	17
1.3.2.3. DEFINICION OPREACIONAL DE LAS VARIABLES -----	17
➤ Satisfacción -----	17
➤ Precio -----	18
➤ Gestión de Quejas -----	18
➤ Calidad del Producto -----	18
➤ Tiempo de Espera -----	18
➤ El Ambiente -----	18
1.4 METODOLOGIA -----	19
1.4.1. DISEÑO DE INVESTIGACION -----	19
1.4.1.1.Tipo de Investigación -----	19
1.4.1.2.Poblacion y Muestra -----	19
1.4.1.3.Técnicas, Instrumentos, Fuentes e Informantes -----	19
1.4.1.4.Forma de Tratamiento de Datos y Análisis de Información --	20
CAPITULO II: REVISION TEORICA DE LA SATISFACION Y DEL ORIGEN	
DE LOS RESTAURANTE -----	21
2.1 TEORIA DE LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES -----	21
2.1.1 Definición de Satisfacción -----	21
2.1.2 Características que genera la satisfacción -----	25
2.1.3 Elementos que conforman la satisfacción -----	27
2.1.4 Importancia de la Satisfacción al Cliente -----	32
2.1.5 La Satisfacción de los clientes en los servicio de alimentación----	38
2.2 ORIGEN DE LOS RESTAURANTES -----	41
2.2.1.Historia y evolución de los Restaurantes -----	42
2.2.2 Clasificación de los Restaurantes -----	44
2.2.3.Los Restaurantes En El Perú -----	47

CAPITULO III: ANALISIS DE LAS CAUSAS DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL RESTAURANTE FREDDY´S -----	49
3.1. Presentación de la Empresa -----	49
3.1.1. Actividad Económica -----	49
3.1.2. Historia -----	49
3.1.3. Estructura Organizacional -----	50
3.1.4. Diseño Corporativo -----	51
3.1.4.1. Misión -----	51
3.1.4.2. Visión -----	51
3.1.4.3. Objetivos -----	52
3.2. Análisis Económico de la Empresa -----	52
3.3. Análisis de la Satisfacción y sus Causas -----	56
3.3.1. Análisis de las Características Generales del Cliente -----	56
3.3.2. Análisis de la Satisfacción -----	59
3.3.3. Análisis de las Causas de la Satisfacción de los Clientes -----	63
CAPITULO IV: CONTRASTACIÓN DE LA HIPOTESIS -----	78
4.1. Planteamiento de la Hipótesis -----	78
4.2. Medición de las Variables -----	79
4.2.1. Satisfacción -----	79
4.2.2. Precio -----	82
4.2.3. Gestión de Quejas -----	84
4.2.4. Calidad del Producto -----	86
4.2.5. Tiempo de espera -----	90
4.2.6. El Ambiente del Restaurante -----	94
4.3. Resultados Obtenidos -----	97
CONCLUSIONES -----	101
RECOMENDACIONES -----	105
BIBLIOGRAFIA -----	107
ANEXOS -----	110

INDICE DE TABLAS	PÁG.
Cuadro N° 01: TECNICAS, INSTRUMENTOS, FUENTES E INFORMANTES	87

INDICE DE TABLAS	PÁG.
Tabla N° 01: Preguntas de la Gestión de Quejas sin responder	87

INDICE DE GRAFICOS	PÁG.
Grafico N° 01: Organigrama de la Empresa	51
Gráfico N° 02: Evolución de las Ventas	52
Grafico N° 03: Evolución de las Compras	54
Gráfico N° 04: Comparación entre Ventas y Compras	55
Gráfico N° 05: Edad de los Clientes	56
Gráfico N° 06: Sexo de los Clientes	57
Gráfico N° 07: Estado Civil de los Clientes	57
Gráfico N° 08: Ocupación de los Clientes	58
Gráfico N° 09: Lugar de Procedencia de los Clientes	58
Gráfico N° 10: Frecuencia de visitas al Restaurante	59
Gráfico N° 11: Calidad de la Comida	60
Gráfico N° 12: Performance del cliente después del consumo	60
Gráfico N° 13: Retorno de los clientes al Restaurante	61
Gráfico N° 14: Recomendar el Restaurante	62
Gráfico N° 15: Importancia del precio de la comida	63
Gráfico N° 16: Precio de la Comida que pagan los clientes	63
Gráfico N° 17: Satisfacción de los clientes con los precios de la comida	64
Gráfico N° 18: Sistema de Quejas del Restaurante	65
Gráfico N° 19: Clientes que tuvieron quejas contra el Restaurante	66
Gráfico N° 20: Variedad en las comidas	66
Gráfico N° 21: Conocimiento de los platos de comida	67
Gráfico N° 22: Limpieza, Orden y Buen Vestir de los Meseros	68
Grafico N° 23: Paciencia, Amabilidad y Respeto de los Meseros	68

Gráfico N° 24: Presentación de la Comida	69
Gráfico N° 25: Sabor de la Comida percibida por los clientes	70
Gráfico N° 26: Satisfacción de los clientes con la calidad de la comida	70
Gráfico N° 27: Preparación de los platos de comida	71
Gráfico N° 28: Atención brindada a los clientes	72
Gráfico N° 29: Satisfacción en el tiempo de espera de los clientes	73
Gráfico N° 30: Ambiente Exterior del Restaurante	74
Gráfico N° 31: Ambiente Interior del Restaurante	74
Gráfico N° 32: Atmósfera en el Restaurante	75
Gráfico N° 33: Servicios Higiénicos del Restaurante	76
Gráfico N° 34: Satisfacción de los clientes en el Ambiente del Restaurante	76
Gráfico N° 35: Evaluación Global de la Experiencia de los clientes en el Restaurante	79
Gráfico N° 36: Expectativas de los clientes	80
Gráfico N° 37: Expectativas de los precios de la comida	82
Gráfico N° 38: Evaluación global de los precios de la comida	83
Gráfico N° 39: Satisfacción en el Precio de la Comida	84
Gráfico N° 40: Satisfacción de los clientes en relación a las quejas	85
Gráfico N° 41: Percepción de la calidad de la comida	87
Gráfico N° 42: Sabor de la comida	88
Gráfico N° 43: Expectativas de la calidad de la comida	88
Gráfico N° 44: Satisfacción de los clientes con la calidad del servicio	90
Gráfico N° 45: Tiempo de espera en ser atendido	91
Gráfico N° 46: Expectativas del tiempo de espera	92
Gráfico N° 47: Perspectiva del Tiempo de espera en el restaurante	93
Gráfico N° 48: Satisfacción de los clientes con el tiempo de espera	94
Gráfico N° 49: Extracción de olores del restaurante	95
Gráfico N° 50: Expectativas del ambiente del Restaurante	95
Gráfico N° 51: Perspectivas del Ambiente del Restaurante	96