



Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), marzo-abril 2026,
Volumen 10, Número 2.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i2

DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE LA INDUSTRIA RESTAURANTERA DE CIUDAD CONSTITUCIÓN, BAJA CALIFORNIA SUR

**DIAGNOSIS OF SERVICE QUALITY IN THE RESTAURANT INDUSTRY
OF CIUDAD CONSTITUCIÓN, BAJA CALIFORNIA SUR**

Jonadab Salvatierra Ramírez

Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Constitución - México

Juan Gerardo Hernández Frayre

Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Constitución – México

José Ignacio Aguilar Carrasco

Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Constitución – México

Nora Angélica Valle Sequera

Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Constitución – México

Yesenia García Robles

Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Constitución - México

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i2.23603

Diagnóstico de la calidad en el servicio de la industria restaurantera de Ciudad Constitución, Baja California Sur

Jonadab Salvatierra Ramírez¹

jonadab.sr@cdconstitucion.tecnm.mx

<https://orcid.org/0009-0008-1315-6369>

Instituto Tecnológico Superior de Ciudad
Constitución
México

Juan Gerardo Hernández Frayre

juan.hf@cdconstitucion.tecnm.mx

<https://orcid.org/0009-0007-9882-8250>

Instituto Tecnológico Superior de Ciudad
Constitución
México

José Ignacio Aguilar Carrasco

jose.ac@cdconstitucion.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0002-5498-5752>

Instituto Tecnológico Superior de Ciudad
Constitución
México

Nora Angélica Valle Sequera

nora.vs@cdconstitucion.tecnm.mx

<https://orcid.org/0009-0003-1225-4155>

Instituto Tecnológico Superior de Ciudad
Constitución
México

Yesenia García Robles

yesenia.gr@cdconstitucion.tecnm.mx

<https://orcid.org/0009-0001-6637-9696>

Instituto Tecnológico Superior de Ciudad
Constitución
México

RESUMEN

Al respecto, este proyecto de investigación pretende realizar un diagnóstico en los restaurantes formales ubicados en Ciudad Constitución, México, tomando en cuenta una muestra representativa para su estudio. Se consideró la percepción que tienen los comensales acerca del servicio con base en sus experiencias y las condiciones y formas en que los integrantes del servicio atienden a los comensales. Por medio de los instrumentos de evaluación de la calidad SERVQUAL y SERVPERF aplicados por medio de encuestas a comensales y gente de servicio, lo cual, permitirá visualizar cómo perciben el servicio y de qué manera están prestando el servicio de atención los encargados de la atención a los comensales, así mismo, poder generar diversas estrategias para los establecimientos encaminadas a mejorar la calidad en el servicio de cada uno de ellos y la percepción de sus comensales. En cuanto a los hallazgos se evidencia una percepción globalmente positiva de la calidad del servicio, con altos niveles de satisfacción en algunas dimensiones importantes, lo que refleja un esfuerzo por parte de los establecimientos en brindar atención personalizada y mantener instalaciones adecuadas. No obstante, se detectan áreas de mejora relacionadas con prestación del servicio. Es por eso la importancia del análisis y aplicación de las recomendaciones generadas por el proyecto.

Palabras clave: calidad, restaurante, servicio

¹ Autor Principal

Correspondencia: jonadab.sr@cdconstitucion.tecnm.mx

Diagnosis of service quality in the restaurant industry of Ciudad Constitución, Baja California Sur

ABSTRACT

This research project aims to conduct a diagnostic study of formal restaurants in Ciudad Constitución, Mexico, using a representative sample. It considers diners' perceptions of service based on their experiences and the conditions and methods used by service staff to attend to them. The SERVQUAL and SERVPERF quality assessment tools, administered through surveys of diners and service personnel, will be used to visualize how service is perceived and how staff are providing it. This will also allow for the development of various strategies for establishments to improve service quality and enhance customer perception.

Keywords: quality, restaurant, service

*Artículo recibido 28 febrero 2026
Aceptado para publicación: 28 marzo 2026*



INTRODUCCIÓN

La industria restaurantera está constituida por las unidades económicas que ofrecen el servicio de preparación de alimentos para consumo inmediato, ya sea que éste se realice dentro de las instalaciones, con o sin servicio a la mesa o fuera de la unidad económica. Es muy común la elevada variedad que presentan los establecimientos en el servicio, tomando en cuenta montado de mesa, servicio en el comedor, precios, atención al cliente, así como en la presentación de los platillos, bebidas, sabores, entre otros.

La calidad en el servicio es la medida en que un proveedor de servicios cumple con las expectativas y necesidades de sus clientes. Esta se compone de un conjunto de parámetros, estrategias y acciones que buscan mejorar un servicio, así pues, este es un tema que hoy en día es esencial para todo negocio, debido a la globalización, la competencia, los nuevos profesionistas que día a día llegan con nuevas ideas.

El reto que enfrenta la industria restaurantera hoy en día es el brindar un servicio de calidad al comensal, con base a parámetros establecidos con forme a las normas del servicio presentadas en diversos instrumentos de diagnóstico especializados. Por todo esto, la calidad se ha convertido en una herramienta para la industria, por eso, hay que analizar y evaluar el nivel de satisfacción en el servicio en general para mejorarlos, capacitando al personal y encargados, y actualizar o modernizando cocinas, barras, comedores, entre otros.

Existen diversos modelos para evaluar la calidad del servicio, dentro de los que destacan:

1. Modelo SERVQUAL (Parasuraman et al, 1988) es uno de los modelos más conocidos y utilizados para evaluar la calidad del servicio, mide la calidad del servicio percibida por los clientes en comparación con sus expectativas. Este se caracteriza por basarse en 5 dimensiones: tangibilidad, confiabilidad, respuesta, aseguramiento, empatía. Este modelo utiliza una encuesta para recopilar datos de los clientes, teniendo como ventajas: ser un modelo ampliamente validado y confiable, es fácil de usar y comprender, y proporciona información detallada sobre las diferentes dimensiones de la calidad del servicio.

2. Modelo DINESERV (Cronin & Taylor, 1992), es una adaptación del modelo SERVQUAL para el sector de los restaurantes. Mide la calidad del servicio percibida por los clientes en cinco dimensiones



específicas para este sector: ambiente, atención, comida, espera, precio. Dentro de sus ventajas están: es un modelo específico para el sector de los restaurantes, lo que lo hace más relevante para este tipo de negocios, es fácil de usar y comprender, proporciona información detallada sobre las diferentes dimensiones de la calidad del servicio en restaurantes.

3. Modelo R2QA (Reyes, 2002), es un modelo desarrollado en México para evaluar la calidad del servicio en restaurantes. Mide la calidad del servicio percibida por los clientes en cinco dimensiones adaptadas al contexto cultural mexicano, que son: confianza, atención y amabilidad, calidad de los alimentos, precio justo, ambiente agradable. Sus ventajas son: ser un modelo desarrollado específicamente para el contexto cultural mexicano, lo que lo hace más relevante para restaurantes ubicados en México, es fácil de usar y comprender y proporciona información detallada sobre las diferentes dimensiones de la calidad del servicio en restaurantes mexicanos.

4. Modelo de Berry, Parasuraman y Zeithaml (2000), es una actualización del modelo SERVQUAL original que incluye nuevas dimensiones adicionales para medir la calidad del servicio, las cuales ahora son 7 dimensiones: tangibles, confiabilidad, respuesta, aseguramiento, empatía, novedades, recuperación del servicio.

5. Modelo SERVPERF (SERvice Performance PERFormance) es un modelo de evaluación de la calidad del servicio desarrollado por A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml y Leonard L. Berry en 1994. Está diseñado específicamente para medir la calidad del servicio en entornos de servicio, como restaurantes, el cual se basa también en 5 dimensiones: tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía. Teniendo las siguientes ventajas: es específico para restaurantes, es fácil de usar: es confiable y válido, identificable, y accionable.

En este contexto, la presente investigación permitió realizar un diagnóstico sobre la calidad en el servicio en la industria restaurantera en Ciudad Constitución, Baja California Sur, México, por medio de los instrumentos de evaluación de la calidad SERVQUAL y SERVPERF aplicando las encuestas a comensales y meseros, lo cual, permitió visualizar cómo perciben el servicio y de qué manera están prestando el servicio los encargados de atención a los comensales, así mismo se pudieron generar estrategias para mejorar la calidad en el servicio, esto a partir de una intervención de los integrantes del equipo de investigación, conformado por docentes especialistas en diversas áreas académicas y como



resultado generar una propuesta para la operación de la organización con capacitaciones para la mejora continua de la calidad.

La contribución de esta investigación fue primeramente conocer la situación que prevalece en los establecimientos con base al análisis de la calidad en el servicio y posteriormente poder darles a conocer a los establecimientos de alimentos y bebidas cómo pueden estructurar el trabajo, que ya vienen realizando, de manera que aprovechen los recursos humanos y materiales con que se cuentan. Mediante un análisis sobre la calidad del servicio, basado en guías de trabajo y presentación en cada área de trabajo, capacitando personas con experiencia en cada área, y propuestas formales de esquemas pertinentes, que mejorarían en la realización de sus actividades de manera adecuada, la prevención de accidentes, el fortalecimiento de la seguridad en sus actividades diarias, el mejoramiento en la atención en los aspectos a sus comensales y público, así como las condiciones de trabajo y conocimiento necesario del personal.

METODOLOGÍA

La presente investigación se identifica como descriptiva/transeccional, debido a que se enfocó a especificar las propiedades importantes de las personas que asisten a los diferentes establecimientos de alimentos y bebidas, grupos, comunidades, entre otros, que se ha sometido a análisis, debido a que este tipo de estudio mide o evalúa diferentes aspectos, dimensiones o componentes de lo que se va a investigar, todo realizado en un momento determinado o en un período a corto plazo.

El tipo de la investigación fue cualitativa, ya que se realizó un análisis para conocer el nivel de calidad en el servicio de los establecimientos, así como el nivel de aceptación que tienen. Se consideró población a los establecimientos de alimentos y bebidas estudiados a los cuales se les aplicaron los instrumentos de medición de la calidad en el servicio SERVQUAL y SERVPERF a los comensales que asistían a cada uno de ellos y a los responsables de atención a los comensales. Los indicadores SERVQUAL y SERVPERF se diferencian en que el SERVPERF mide las percepciones y el SERVQUAL expectativas y percepciones.

Los negocios objeto de estudio en esta investigación fueron establecimientos formales, con estructura física de material, en espacios cerrados y con las áreas específicas para la operación del restaurante, los



cuales preparan y sirven alimentos y bebidas para el consumo en el establecimiento, que cubren el servicio al menos en 2 horarios al día.

El método consistió en seleccionar a conveniencia a los establecimientos de alimentos y bebidas, posteriormente se elaboraron los instrumentos de evaluación tipo encuesta a los comensales que recibían los servicios en cada uno de los establecimientos, así como a la parte que brinda la atención a los comensales.

Antes de aplicar los instrumentos en cada uno de los establecimientos, se realizó una prueba piloto, con la finalidad de conocer si los ítems de cada uno de ellos eran los adecuados para llegar a tener resultados finales favorables sobre el nivel de la calidad de los servicios ofrecidos en cada uno de ellos, seleccionando un establecimiento de cada categoría y a un determinado número de comensales. Siendo los resultados de la prueba piloto los esperados se continuó con la aplicación de dichos instrumentos en cada uno de los establecimientos afiliados a un determinado número de comensales.

Para la determinación de los negocios en los cuales se trabajó en esta investigación, se tomó como base la información de INEGI de negocios establecidos formalmente de la industria restaurantera, y por el conocimiento de manera física en la localidad, tomando en cuenta los siguientes criterios:

1. Negocios establecidos formalmente
2. Estructura fija (concreto firme o metálicas)
3. Espacios cerrados y acondicionados
4. Preparación y servicio de alimentos y bebidas para el consumo en el lugar
5. Cubre el servicio de alimentos y bebidas en al menos 2 horarios al día

En la administración del cuestionario se contó con el apoyo de dos estudiantes de la carrera de licenciatura en Administración del 8vo. Semestre, las cuales fueron capacitadas previamente en cuanto a la forma de administrar el instrumento, y así proceder a la aplicación de los instrumentos en los negocios establecidos.

Para el análisis de la información recabada se agrupó y tabuló dicha información por medio de Microsoft excel, facilitando con ello el adecuado análisis e interpretación de datos.



RESULTADOS Y DISCUSIONES

Los resultados de esta investigación permitieron determinar la calidad de los servicios en la Industria Restaurantera de Cd. Constitución, Baja California Sur. Mediante la aplicación del modelo Servperf, se identificó que dimensiones como la empatía, fiabilidad y elementos tangibles obtuvieron evaluaciones satisfactorias por parte de los comensales. Por el contrario, las dimensiones de capacidad de respuesta y seguridad, presentaron resultados bajos.

Los resultados obtenidos para la dimensión de empatía (Tabla 1), arrojan resultados muy positivos en varios aspectos clave del servicio, como la comprensión de las necesidades del cliente, la percepción de la preocupación por mejorar, y la conveniencia de los horarios. La atención personalizada y la comodidad del ambiente también son valoradas positivamente por la mayoría.

Tabla 1. Empatía

DIMENSIÓN DE EMPATIA		
PREGUNTA	CALIFICACIÓN DE RESPUESTA	PORCENTAJES
¿El personal comprende sus necesidades?	Positivas: “sí” Negativas: “no”	Positivas: 95% Negativas: 5%
¿El establecimiento cuenta con horarios convenientes?	Positivas: “sí” Negativas: “no”	Positivas: 92.2% Negativas: 7.8%
¿En el establecimiento se preocupan por mejorar sus servicios?	Positivas: “sí” Negativas: “no”	Positivas: 89.9% Negativas: 9.6%
¿El ambiente del establecimiento me hace sentir cómodo(a)?	Positivas: “siempre, la mayoría de las veces” Negativas: “Casi nunca, nunca” Neutral: “A veces”	Positivas: 81.2% Negativas: 3.2% Neutral: 15.6%
¿El personal le da atención personalizada?	Positivas: “siempre, la mayoría de las veces” Negativas: “Casi nunca, nunca” Neutral: “A veces”	Positivas: 80.3% Negativas: 5.1% Neutral: 14.7%
¿El personal siempre está con una sonrisa e interés en servir?	Positivas: “siempre, la mayoría de las veces” Negativas: “Casi nunca, A veces”	Positivas: 74.8% Negativas: 25.3%

En la dimensión de fiabilidad (Tabla 2), los resultados muestran mayormente positivos en cuanto a la percepción de la calidad del servicio en el establecimiento. Los comensales confían en el establecimiento



y sienten que el personal muestra interés en resolver sus problemas. Sin embargo, hay áreas de mejora como en la consistencia del cumplimiento de los tiempos prometidos y la oportunidad del servicio. Prestar atención a estas áreas podría elevar aún más la satisfacción del cliente.

Tabla 1. Fiabilidad.

DIMENSIÓN DE FIABILIDAD		
PREGUNTA	CALIFICACIÓN DE RESPUESTA	PORCENTAJES
¿Cuándo usted tiene un problema, muestran sincero interés en resolverlo?	Positivas: “sí” Negativas: “no”	Positivas: 95.41% Negativas: 4.59%
¿El establecimiento es confiable?	Positivas: “sí” Negativas: “no”	Positivas: 94.95% Negativas: 5.05%
¿Los distintos servicios, platillos, bebidas u otros que ofrece el establecimiento, son presentados correctamente?	Positivas: “Siempre, la mayoría de las veces” Negativas: “A veces, casi nunca, nunca”	Positivas: 86.69% Negativas: 13.3%
¿El establecimiento provee sus servicios de manera oportuna?	Positivas: “Siempre, la mayoría de las veces” Negativas: “A veces, casi nunca, nunca”	Positivas: 84.86% Negativas: 15.14%

La dimensión de elementos tangibles (Tabla 3), arroja resultados bastante positivos en cuanto a la percepción de la calidad del servicio por parte del personal de comedor. Se reflejan altos porcentajes de respuestas positivas, especialmente en áreas cruciales, como la disponibilidad de equipos, la actitud de los empleados y en la calidad del servicio de alimentos y bebidas. Sin embargo, la respuesta sobre las instalaciones físicas muestra una proporción notable de respuestas neutrales y negativas, siendo esta un área de mejora por trabajar.



Tabla 2. Elementos tangibles

DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES		
PREGUNTA	CALIFICACIÓN DE RESPUESTA	PORCENTAJES
¿Las instalaciones del establecimiento son acordes para la realización de las tareas?	Positivas: “sí” Negativas: “no”	Positivas: 96% Negativas: 4%
¿Los empleados del establecimiento muestran una actitud positiva?	Positivas: “siempre, la mayoría de las veces” Negativas: “Casi nunca, nunca, a veces”	Positivas: 84% Negativas: 16%
El servicio de alimentos y/o bebidas del establecimiento cumple con sus expectativas?	Positivas: “siempre, la mayoría de las veces” Negativas: “Casi nunca, nunca” Neutral: “A veces”	Positivas: 83% Negativas: 2% Neutral: 15%
¿Los equipos del establecimiento tienen la disponibilidad y funcionalidad necesario todo el tiempo?	Positivas: “siempre, la mayoría de las veces” Negativas: “Casi nunca, nunca” Neutral: “A veces”	Positivas: 81% Negativas: 3% Neutral: 16%
¿Las instalaciones físicas del establecimiento son las adecuadas?	Positivas: “siempre, la mayoría de las veces” Negativas: “Casi nunca, nunca” Neutral: “A veces”	Positivas: 65% Negativas: 7% Neutral: 28%

La dimensión de capacidad de respuesta (Tabla 4), revela que los clientes son atendidos con rapidez, perciben una buena disposición a ayudar y disponibilidad para responder preguntas por parte del personal. Sin embargo, los resultados acerca de brindar información precisa del tiempo del servicio al comensal, destaca como un área de mejora importante, ya que casi una tercera parte de los encuestados no la perciben de manera consistente.

Tabla 3. Capacidad de respuesta

DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA		
PREGUNTA	CALIFICACIÓN DE RESPUESTA	PORCENTAJES
¿El personal siempre se muestra dispuesto a ayudarle?	Positivas: “siempre, la mayoría de las veces” Negativas: “Casi nunca, nunca” Neutral: “A veces”	Positivas: 88% Negativas: 2% Neutral: 10%
¿El personal del establecimiento le atiende con rapidez?	Positivas: “siempre, la mayoría de las veces” Negativas: “Casi nunca, nunca, a veces”	Positivas: 77% Negativas: 5% Neutral: 18%
¿El personal suele estar desocupado para atender sus preguntas?	Positivas: “siempre, la mayoría de las veces” Negativas: “Casi nunca, nunca” Neutral: “A veces”	Positivas: 73% Negativas: 5% Neutral: 22%
¿El personal del establecimiento le informa con precisión los tiempos de su servicio?	Positivas: “siempre, la mayoría de las veces” Negativas: “Casi nunca, nunca” Neutral: “A veces”	Positivas: 71% Negativas: 29% Neutral: 0%



A diferencia de las otras dimensiones, los resultados de la dimensión seguridad determinaron con un 55 % un servicio deficiente (Tabla 5), lo que revela una percepción positiva en cuanto a la confianza e integridad del personal. Sin embargo, se detectan áreas de oportunidad en la consistencia de la sensación de seguridad, tranquilidad y en la amabilidad constante del personal. El alto porcentaje de comensales que desconocen si el personal recibe el apoyo adecuado también podría ser un punto a considerar, ya que un personal bien apoyado suele traducirse en una mejor experiencia para el cliente.

Tabla 4. Seguridad

DIMENSIÓN DE SEGURIDAD		
PREGUNTA	CALIFICACIÓN DE RESPUESTA	PORCENTAJES
¿El comportamiento del personal le transmite confianza?	Positivas: “Sí” Negativas: “No” Neutral: “A veces”	Positivas: 83% Negativas: 1% Neutral: 16%
¿Confía en la integridad del personal que trabaja en el establecimiento?	Positivas: “Sí” Negativas: “No” Neutral: “A veces”	Positivas: 82% Negativas: 2% Neutral: 16%
¿Se siente seguro y tranquilo dentro del establecimiento?	Positivas: “Siempre” Negativas: “Casi nunca, nunca” Neutral: “A veces, la mayoría de las veces”	Positivas: 60% Negativas: 0% Neutral: 40%
¿El personal siempre es amable con usted?	Positivas: “Siempre” Negativas: “Casi nunca, nunca” Neutral: “A veces, la mayoría de las veces”	Positivas: 59% Negativas: 1% Neutral: 40%
¿El personal recibe el adecuado apoyo para realizar bien su trabajo?	Positivas: “Si” Negativas: “No” Neutral: “Desconozco”	Positivas: 50% Negativas: 1% Neutral: 49%

El segundo instrumento aplicado permitió evaluar las variables de capacitación y ambiente mediante el modelo Servqual, mostro resultados satisfactorios en los aspectos de ambientación, distribución del mobiliario, almacenamiento y medidas de higiene, mientras, que los criterios de relaciones laborales y protocolo de servicio presentan resultados desfavorables.



El análisis de la dimensión de ambientación (Tabla 6) permitió conocer una percepción generalmente positiva respecto a ciertos aspectos del entorno físico, pero también revelan áreas críticas que afectan la comodidad y el bienestar del personal. Respecto a la iluminación y ventilación el alto porcentaje refleja que los establecimientos han logrado mantener estándares aceptables en aspectos básicos del ambiente físico, beneficiando la reducción de la fatiga y una ejecución eficiente de las tareas por parte del personal. Dentro de los aspectos críticos se pueden identificar que: más de la mitad del personal percibe olores intensos en su área de trabajo. Esta situación puede generar incomodidad, reduce la satisfacción del personal y puede impactar su desempeño y percepción del ambiente laboral. Otro aspecto a destacar es: la falta de un espacio destinado a pausas laborales limita la posibilidad de recuperación física y mental del personal, esto es especialmente relevante en la industria restaurantera, donde las jornadas suelen ser prolongadas y físicamente demandantes.

Tabla 5. Ambientación

DIMENSIÓN DE AMBIENTACIÓN		
PREGUNTA	CALIFICACIÓN DE RESPUESTA	PORCENTAJES
¿Existe la suficiente iluminación en tu lugar de trabajo?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 90% Negativas: 10%
¿Existe la suficiente ventilación en tu lugar de trabajo?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 90% Negativas: 10%
¿Durante la jornada de trabajo se concentran los olores en tu lugar de trabajo?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 62% Negativas: 38%
¿Tienes un espacio específico para un momento de descanso?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 62% Negativas: 38%



En cuanto a la dimensión distribución de mobiliario (Tabla 7), si bien, estas preguntas no están relacionadas directamente con la calidad en el servicio al cliente, las condiciones del lugar tienen un impacto en el nivel de desarrollo de las actividades del personal. A lo cual, estar trabajando en un ambiente cómodo y saludable es más propenso a que el personal ofrezca un mejor servicio. En este caso la concentración de olores y la falta de un espacio para descanso resaltan un poco de manera negativa, lo cual en un momento dado llega a afectar el desempeño del personal y generar una baja calidad en la prestación del servicio.

Tabla 6. Distribución del mobiliario

DIMENSIÓN DISTRIBUCIÓN DEL MOBILIARIO		
PREGUNTA	CALIFICACIÓN DE RESPUESTA	PORCENTAJES
¿Consideran las reglas básicas para realizar un adecuado montaje en la mesa?	Positivas: “Sí” Negativas: “No, a veces”	Positivas: 72% Negativas: 28%
¿En el establecimiento es necesario conocer y comparar la forma de distribución de las mesas?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 87% Negativas: 13%
¿Es importante en el establecimiento la ubicación de los comensales?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 79% Negativas: 21%
¿Conoces y comparas los elementos básicos para el montaje de las mesas? (mantelería, vajilla, cristalería, cubertería)	Positivas: “Sí” Negativas: “No” Neutro: “Algunos”	Positivas: 69% Negativas: 8% Neutro: 23%
¿Identificas y aplicas el protocolo de los tipos de cubiertos que se necesitan para cada platillo?	Positivas: “Sí” Negativas: “No” Neutro: “Algunos”	Positivas: 69% Negativas: 0% Neutro: 31%

En la dimensión de almacenamiento (Tabla 8), En términos generales, observamos una tendencia positiva en áreas como la identificación básica de productos, la aplicación de PEPS y el uso de métodos de conservación, esto deduce que existe conciencia sobre algunas prácticas fundamentales de seguridad



alimentaria. Sin embargo, hay áreas que requieren atención prioritaria como en el almacenamiento de productos semiperecederos, en el manejo adecuado para los productos perecederos y en la comprensión de los tipos de contaminación de los tipos de contaminación alimentaria y sus causas. Áreas, las cuales con críticas para garantizar la calidad y seguridad de los alimentos que se sirven en el establecimiento.

Tabla 7. Almacenamiento

DIMENSIÓN ALMACENAMIENTO		
PREGUNTA	CALIFICACIÓN DE RESPUESTA	PORCENTAJES
¿Identificas cuáles son los productos perecederos, no perecederos y semiperecederos?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 82% Negativas: 18%
¿Conoce la temperatura adecuada en la que se deben almacenar los productos perecederos?	Positivas: “Sí” Negativas: “No” Intermedias: “Pienso que sí, pero tengo dudas”	Positivas: 62% Negativas: 18% Intermedias: 20%
¿Comparas la forma de almacenamiento de los productos semiperecederos?	Positivas: “Sí” Negativas: “No” Intermedias: “Algunos productos”	Positivas: 46% Negativas: 18% Intermedias: 36%
¿Identificas la manera adecuada de almacenar los productos no perecederos?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 72% Negativas: 28%
¿Aplicas los PEPS (Primeras Entradas y Primeras Salidas) en el Almacenamiento de los alimentos?	Positivas: “Sí” Negativas: “No” Intermedio: “Algunas veces”	Positivas: 77% Negativas: 13% Neutro: 10%
¿Utilizas los métodos de conservación y transformación adecuados en la manipulación de alimentos y/o bebidas para prevenir las ETA's (Enfermedades Transmitidas por Alimentos)?	Positivas: “Sí” Negativas: “No” Intermedio: “Algunas veces”	Positivas: 77% Negativas: 3% Neutro: 21%
¿Conoces los diferentes tipos de contaminación alimentaria y sus causas?	Positivas: “Sí” Negativas: “No” Intermedio: “Algunas”	Positivas: 49% Negativas: 5% Neutro: 46%

Dentro de la dimensión de medidas de higiene (Tabla 9), en este caso hay aspectos positivos en cuanto al conocimiento e infraestructura para la higiene, las prácticas relacionadas con el uniforme representan un riesgo significativo para la seguridad alimentaria. La falta de comprensión sobre la



importancia del uniforme y la costumbre de vestirse fuera del establecimiento podrían comprometer la higiene de los alimentos que se sirven.

Tabla 8. Medidas de higiene

DIMENSIÓN MEDIDAS DE HIGIENE		
PREGUNTA	CALIFICACIÓN DE RESPUESTA	PORCENTAJES
¿Identificas la importancia del uso correcto del uniforme en la manipulación de los alimentos y bebidas?	Positivas: “Sí” Negativas o dudosas: “No, no sé cuál sea”	Positivas: 85% Negativas: 15%
¿En qué lugar del establecimiento te colocas el uniforme?	Positivas (Práctica recomendada): “En el área de trabajo, en el vestidor o algún lugar recomendado dentro del establecimiento” Negativas (Práctica no recomendada): “Vengo vestido con el uniforme desde mi casa”	Positivas: 23% Negativas: 77%
¿Conoces la técnica adecuada de lavado de manos?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 92% Negativas: 8%
Aplicas la técnica adecuada de lavado de manos durante la manipulación de alimentos y/o bebidas?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 92% Negativas: 8%
¿Cuentan con un lugar específico y adecuado para la disposición de la basura?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 100% Negativas: 0%

La dimensión de relaciones laborales (Tabla 10), desde la perspectiva de la gestión del personal y el ambiente laboral, en este caso se detecta que hay áreas significativas de mejora que podrían impactar indirectamente en la calidad del servicio al cliente. Un personal motivado, bien formado, que se siente competente y parte de la toma de decisiones, es más probable que ofrezca un servicio de mayor calidad



Tabla 9. Relaciones laborales

DIMENSIÓN RELACIONES LABORALES		
PREGUNTA	CALIFICACIÓN DE RESPUESTA	PORCENTAJES
¿Se aplica algún tipo de motivación en los trabajadores para que realicen adecuadamente su labor en sus respectivas áreas?	Positivas: “Sí” Negativas: “No” Intermedio: “A veces”	Positivas: 49% Negativas: 5% Intermedio: 46%
¿Se fomenta el aprendizaje y la formación de los empleados?	Positivas: Sí” Negativas: “No” Intermedio: “A veces”	Positivas: 33% Negativas: 0% Intermedio: 67%
¿Cuál de estos factores influye en la actividad de los empleados?		Vida personal: 38% Relaciones con los compañeros: 33% Las dos anteriores: 14% Ninguna influye: 15%
¿Te sientes competente para solucionar problemas y tomar decisiones de tu área?	Positivas: “Sí” Negativas: “No” Intermedia: “A veces”	Positivas: 64% Negativas: 0% Intermedia: 36%
¿Se distribuyen los trabajadores en las diferentes áreas dependiendo del tipo de liderazgo de cada uno?	Positivas: “Sí” Negativas: “No” Intermedia: “Desconozco”	Positivas: 56% Negativas: 5% Intermedia: 38%
¿En el establecimiento la toma de decisiones es sólo parte de los encargados?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 82% Negativas: 18%
¿La toma de decisiones se realiza con la colaboración de todos los empleados y encargados del establecimiento?	Positivas: “Sí” Negativas: “No” Intermedia: “A veces”	Positivas: 36% Negativas: 18% Intermedia: 46%
¿Has recibido capacitación en trabajo por equipos?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 56% Negativas: 44%



La dimensión de protocolo de servicio (Tabla 11), en general, esta parte revela algunos puntos importantes, como la conciencia sobre la importancia del protocolo de servicio y el buen conocimiento del menú por parte de la mayoría del personal. Sin embargo, también señala áreas significativas, la falta de uniformidad en la presentación, el desconocimiento del protocolo de servicio en aspectos como el lado para servir y la distribución en mesa, son factores que podrían estar impactando negativamente la percepción de calidad por parte de los comensales

Tabla 10. Protocolo del servicio

DIMENSIÓN PROTOCOLO DEL SERVICIO		
PREGUNTA	CALIFICACIÓN DE RESPUESTA	PORCENTAJES
¿Te presentas con los clientes o comensales antes de pedir su orden?	Positivas: “Siempre, la mayoría de las veces” Negativas: “Nunca, casi nunca, a veces”	Positivas: 44% Negativas: 56%
¿Por cuál lado del comensal sirves los alimentos normalmente?	Positivas: “Izquierda” Negativas: “Derecha, no importa el lado”	Positivas: 33% Negativas: 67%
¿Consideras importante cumplir con el protocolo de servicio?	Positivas: “Sí” Negativas: “No, Desconozco”	Positivas: 87% Negativas: 13%
¿Conoces los ingredientes y la preparación de los platillos del menú?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 90% Negativas: 10%
¿Ofreces aderezos, salsas y adicionales?	Positivas: “Sí” Negativas: “No, espero que me los pidan”	Positivas: 85% Negativas: 15%
¿Conoces la distribución en la que se debe servir a los comensales?	Positivas: “Sí” Negativas: “No”	Positivas: 69% Negativas: 31%

CONCLUSIONES

El análisis realizado en torno a la calidad en el servicio dentro de la industria restaurantera de Ciudad Constitución Baja California Sur permite reconocer la relevancia estratégica que tiene este factor en la satisfacción del cliente, la fidelización y la competitividad del negocio. A lo largo del estudio se integraron diferentes dimensiones del servicio como empatía, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, tangibles, higiene y protocolos de atención, entre otros, con el propósito de obtener una visión integral del desempeño organizacional y de las percepciones del consumidor.

El presente documento detalla los hallazgos de una investigación enfocada en la calidad del servicio en el sector restaurantera, utilizando las perspectivas de los modelos SERVPERF y SERVQUAL. El objetivo primordial fue evaluar la percepción del cliente y las condiciones internas del establecimiento para identificar tanto fortalezas significativas como áreas de oportunidad que requieren atención prioritaria para alcanzar estándares de excelencia en el servicio. Los resultados aquí presentados sientan las bases para la formulación de estrategias orientadas a la optimización de la experiencia del cliente, la gestión del talento humano y la sostenibilidad operativa del sector restaurantera.

Por lo tanto, los hallazgos evidencian una percepción globalmente positiva de la calidad del servicio, con altos niveles de satisfacción en dimensiones como empatía, fiabilidad y tangibles, lo que refleja un esfuerzo por parte de los establecimientos en brindar atención personalizada y mantener instalaciones adecuadas.

No obstante, se detectan áreas críticas de mejora relacionadas con la actitud constante del personal, la claridad en los tiempos de atención, el manejo de alimentos y la aplicación rigurosa de los protocolos de higiene y servicio.

Es importante señalar que en las pequeñas empresas restauranteras tienden a mostrar mayor variabilidad en la calidad percibida, derivada de la falta de formalización de procesos internos como los protocolos de atención al cliente y la gestión limitada del clima organizacional.

Asimismo, la investigación revela que la motivación y participación del personal en la toma de decisiones son factores determinantes para asegurar la calidad del servicio. La centralización de decisiones y la falta de incentivos puede generar desinterés, lo que impacta directamente en la percepción del cliente.



En síntesis, fortalecer la calidad en el servicio dentro de la industria restaurantera requiere una visión integral que articule la capacitación del personal, la estandarización de procesos y la gestión participativa del clima laboral. La evidencia obtenida en esta investigación demuestra que la calidad no se limita a la satisfacción inmediata del cliente, sino que constituye un elemento estructural de la cultura organizacional y del posicionamiento competitivo. En este sentido, promover prácticas de mejora continua, innovación en la atención al cliente y compromiso ético en la operación del servicio representa no solo una oportunidad de diferenciación, sino una condición esencial para la sostenibilidad y el éxito a largo plazo.

Recomendaciones

Con base a los resultados obtenidos en esta investigación y como parte de los objetivos propuestos, tenemos a bien recomendar lo siguiente:

Llevar a cabo el Desarrollo y Estandarización de Protocolos: Implementar un Protocolo de Servicio Formal Detallado (incluyendo presentación, servicio de platillos y manejo de situaciones), y asegurar su cumplimiento mediante auditorías periódicas.

De manera rigurosa el Reforzar la Seguridad Alimentaria: Establecer un protocolo de higiene riguroso que incluya la colocación del uniforme exclusivamente dentro de las instalaciones y la capacitación intensiva en el manejo de semiperecederos y prevención de contaminación cruzada.

Incentivar a una Mejora del Clima Laboral: Desarrollar un programa de capacitación en liderazgo y empowerment para descentralizar la toma de decisiones operativas e introducir un sistema de reconocimiento que promueva una actitud positiva y consistente.

La Optimización de la Comunicación: Capacitar al personal en la comunicación proactiva y clara de los tiempos de espera para alinear las expectativas del cliente con la capacidad de respuesta del servicio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cabrera Alvarez, E. M. (8 de Mayo de 2020). Repositorio Digital Institucional de la Escuela Politécnica Nacional. Obtenido de <https://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/20863>

Cevallos Pungil, T. C. (6 de Junio de 2019). Ciencia Digital. Obtenido de <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/263>



- Fernández, Y., & Vigo, E. (20 de Junio de 2019). Revista Perspectiva. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/334437340_Diagnostico_de_la_calidad_de_servicio_en_restaurantes_en_la_ciudad_de_Cajamarca
- Kaplan, J. C., Hermosillo, G. C., & Yocupicio, A. G. (Diciembre de 2022). Revista de Investigación Académica Sin Frontera. Obtenido de <https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/view/472/581>
- Salazar, A., Alvarado-Peña, L., Vega, L., & Salaiza, F. (Diciembre de 2020). Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. Obtenido de <https://ojs.urbe.edu/index.php/telos/article/view/3042/4778>
- Camacho Castellanos, J. C. (2012). Marketing de servicios: (ed.). S.l, Argentina: B - EUMED. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/itcdconstitucion/34494?page=3>.

