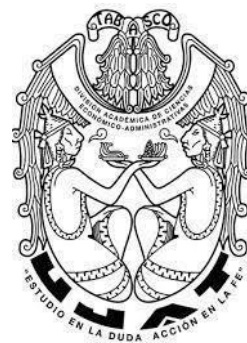




UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO.

División Académica De Ciencias Económico Administrativas.



Tarea: 9

INSTRUMENTOS APLICADOS Y BASE DE DATOS

Grupo: KLM

Licenciatura en Mercadotecnia.

Elaborado por:

Guillermo Carrera Domínguez

Gordillo Clemente Mónica

Herrera Cruz Carolina

Ramírez Reyes Christopher

Reyes León Gerardo

Materia:

Mercadotecnia de servicios

Docente:

Dra. Minerva Camacho Javier

Ciclo:

Agosto 2025–Febrero 2026

VILLAHERMOSA, TABASCO.

22 DE OCTUBRE DEL 2025

Instrumento: Encuesta SERVQUAL adaptada a Pescadería Alex

Objetivo: Evaluar la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio, atención y experiencia general en el restaurante.

Tipo de instrumento: Encuesta estructurada con escala tipo Likert (1 a 5).

Escala utilizada:

1 = Muy en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Neutral 4 = De acuerdo
5 = Muy de acuerdo

Dimensión	Pregunta	Escala
Tangibilidad	El ambiente, mobiliario e instalaciones del lugar son agradables y limpias.	1-5
Confiabilidad	El personal entrega los pedidos correctamente y los platillos cumplen con lo prometido.	1-5
Capacidad de respuesta	Los meseros atienden y entregan los pedidos en un tiempo razonable.	1-5
Seguridad	Me siento seguro y cómodo al visitar el lugar.	1-5
Empatía	El personal demuestra interés y amabilidad hacia los clientes.	1-5

Respuestas del instrumento aplicado

ID	Tangibilidad	Confiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía	Comentarios relevantes
01	4	5	4	5	5	Lugar agradable, mesas limpias
02	3	4	3	4	4	Tardaron un poco en traer la orden
03	5	5	4	5	4	Buen ambiente familiar
04	4	4	3	4	4	Meseros muy atentos
05	4	5	4	5	5	Pescado muy fresco
06	3	4	3	4	4	Bien, aunque hacía calor
07	4	5	4	5	4	Me sentí seguro y en confianza
08	5	5	4	5	5	Servicio rápido y amable
09	4	4	3	4	4	Falta de iluminación en la zona de tarde
010	3	4	3	4	3	Buena comida pero tardado

Muestreo

Tipo de muestreo: No probabilístico por conveniencia.

Tamaño: 10 clientes seleccionados de manera aleatoria entre comensales frecuentes.

Criterio de selección: Clientes que han consumido en el lugar recientemente y están dispuestos a responder una breve encuesta.

Justificación: Se eligió un número representativo para observar tendencias básicas de satisfacción y detectar áreas de mejora.

Análisis final

- Los clientes valoran altamente la *confiabilidad* y *seguridad* del lugar, destacando el sabor y frescura de los productos.
- La *capacidad de respuesta* presenta debilidades, asociadas a tiempos de espera y saturación del servicio en horas pico.
- La *empatía* es positiva, con buena atención, pero puede reforzarse mediante mayor comunicación y seguimiento durante la experiencia.