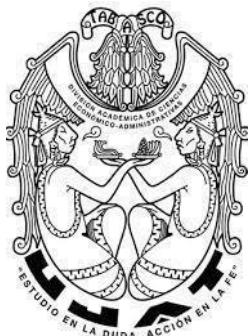


UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO.

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 platos 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.