

## 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](mailto:dorisutnc28@hotmail.com)

Número 05. Julio - Diciembre 2016

### 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.