



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Administración para el Desarrollo**

**Impacto de la utilización del sistema ALDELO FOR  
RESTAURANTS en la satisfacción del consumidor en  
restaurantes de Quito**

**Karla Patricia Chanange Calderón**

**Arturo Paredes, M.Sc. Technology Management,**

**Director de Tesis**

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de  
Licenciada en Administración de Empresas

Quito, diciembre de 2013

**Universidad San Francisco de Quito**  
**Colegio de Administración para el Desarrollo**

**HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS**

**Impacto de la utilización del sistema ALDELO for Restaurants en la  
satisfacción del consumidor en restaurantes de Quito**

Karla Patricia Chanange Calderón

Arturo Paredes,  
M.Sc. Technology Management  
Director de la tesis

---

Marithza Vélez  
MBA especialización en Negocios Internacionales  
Coordinadora de Administración

---

Magdalena Barreiro,  
Ph.D. en Administración de Empresas  
Decana del CAD

---

**Quito, diciembre de 2013**

## © DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: KARLA PATRICIA CHANANGE CALDERON

C. I.: 1711844546

Lugar: QUITO

Fecha: diciembre de 2013

## DEDICATORIA

A mi abuelita Anita y mis sobrinos, Matthias y Juliana.

## AGRADECIMIENTOS

Cuando llega el momento en la vida de una y ha llegado a la recta final de sus estudios universitarios de pregrado se sabe que todo este esfuerzo, constancia y sacrificios no son solo por el esfuerzo de una sino también gracias a esas personas que con su apoyo han motivado para completar este paso tan importante. Quiero agradecer a mi director de tesis, por ser un gran profesor y sin él no hubiera podido ni empezar ni terminar esta investigación. Para mí es muy importante agradecer sobre todo a mi hermano Christoph que nunca me ha dejado sola, enseñado el valor del esfuerzo constante y su inmenso amor incondicional. A mi hermano Klaus, por siempre apoyarme y tener una palabra de aliento junto a la persona que ha sabido ser mi hermana y mi amiga, Anita. A mi madre que siempre ha caminado a mi lado incondicionalmente en cada paso dado. A mi padre que me enseñó a ser fuerte. A todos mis compañeros de Citi AHS por la paciencia y el respaldo constante, en especial a mi supervisora Paola Endara, mi supervisor Fabián Garzón y a mis amigos Milton, Anita C y Male, sus consejos y enseñanzas me han permitido llegar a donde me he propuesto. A Paola Yopez y María Mercedes Moreno. Especialmente a mi tío Álvaro y todos sus consejos y valiosas lecciones durante todos estos años.

## **RESUMEN**

El presente trabajo de titulación es una investigación realizada en tres restaurantes diferentes de la ciudad de Quito del sector económico medio y medio alto, dos de los cuales utilizan como sistema para su administración Aldelo for Restaurants. En el presente trabajo se demuestra como la satisfacción del cliente promedio se va afectada por el uso del mencionado sistema funcional y como sus características pueden tener un impacto en los ingresos del establecimiento. Por medio de encuestas se analiza la satisfacción de los clientes y la importancia que tiene para ellos el uso de un sistema de administración en los lugares donde ellos realizan sus consumos de alimentos y bebidas.

## **ABSTRACT**

The following research was made in three different restaurants located in Quito from a middle and upper economic level, from these three restaurants investigated, two of them use Aldelo for restaurants to manage its business. The present study demonstrates how the average client's satisfaction can be affected by the use of the mentioned functional system and how its characteristics can lead to a meaningful impact in the establishment's income. A survey was used to analyze client's satisfaction and the importance they give to the fact that the place where they are consuming their food and beverage is using a restaurant management software.



## TABLA DE CONTENIDO

<b>Introducción al problema.....</b>	<b>12</b>
<b>Antecedentes.....</b>	<b>13</b>
La historia de Aldelo: Internacional y localmente.....	13
<b>El problema.....</b>	<b>15</b>
<b>Hipótesis.....</b>	<b>17</b>
<b>Pregunta de investigación.....</b>	<b>19</b>
<b>Contexto y marco teórico.....</b>	<b>19</b>
El propósito del estudio.....	20
El significado del estudio.....	21
<b>Definición de términos.....</b>	<b>21</b>
<b>Presunciones del autor del estudio.....</b>	<b>22</b>
<b>Supuestos del Estudio.....</b>	<b>23</b>
<b>Revisión de la literatura.....</b>	<b>23</b>
<b>Géneros de literatura incluidos en la revisión.....</b>	<b>23</b>
Fuentes.....	23
<b>Pasos en el proceso de revisión de la literatura.....</b>	<b>25</b>
<b>Formato de la revisión de la literatura.....</b>	<b>26</b>
Tema 1.....	26
Tema 2.....	26
Tema 3.....	27
Tema 4.....	27
Tema 5.....	27
Tema 6.....	28
Tema 7.....	28
Tema 8.....	29
Tema 9.....	29
Tema 10.....	30
<b>Metodología y diseño de la investigación.....</b>	<b>30</b>
<b>Justificación de la metodología seleccionada.....</b>	<b>31</b>
<b>Herramienta de investigación utilizada.....</b>	<b>32</b>
<b>Descripción de participantes.....</b>	<b>33</b>
Número.....	33
Género.....	33
Nivel socioeconómico.....	33
Características especiales relacionadas con el estudio.....	33
<b>Fuentes y recolección de datos.....</b>	<b>34</b>
Prueba piloto.....	35
<b>Análisis de datos.....</b>	<b>36</b>
<b>Detalles del análisis.....</b>	<b>36</b>
<b>Importancia del estudio.....</b>	<b>51</b>
<b>Resumen de sesgos del autor.....</b>	<b>52</b>

<b>Conclusiones .....</b>	<b>54</b>
<b>Respuestas a las preguntas de investigación .....</b>	<b>56</b>
<b>Limitaciones del estudio .....</b>	<b>57</b>
<b>Recomendaciones para futuros estudios.....</b>	<b>57</b>
<b>Resumen general .....</b>	<b>58</b>
<b>ANEXO A: encuesta.....</b>	<b>60</b>
<b>ANEXO B: INFORMACIÓN ENCUESTAS.....</b>	<b>64</b>

**TABLAS**

TABLA 1	36
TABLA 2	37
TABLA 3	37
TABLA 4	38
TABLA 5	39
TABLA 6	39
TABLA 7	41
TABLA 8	41
TABLA 9	42
TABLA 10	43
TABLA 11	45
TABLA 12	46
TABLA 13	47
TABLA 14	48
TABLA 15	49
TABLA 16	49
TABLA 17	50

## INTRODUCCIÓN AL PROBLEMA

En la provincia de Pichincha, en Ecuador, existen un número aproximado de 12,087 establecimientos de servicios de comida y alojamiento (INEC, 2010). De todos estos ciento cuarenta y ocho establecimientos de comida utilizan el software para administración de restaurantes Aldelo for Restaurants en la ciudad de Quito para el manejo de su negocio. Este es un sistema que tiene una serie de beneficios, funciones y facilidades para la administración de este tipo de establecimientos, es decir restaurantes. Todos estos están enfocados para que no solo se logre facilitar la administración de cada uno de los establecimientos de comida que adquieran y utilicen este software sino también para que sean sus clientes, los consumidores de sus servicios de alimentos, aquellos que se desea brindar un mayor nivel de satisfacción en su experiencia al asistir y consumir en el establecimiento los productos que este ofrezca. De esta manera, lograr tener clientes contentos, fieles y que por medio de un marketing de “boca a boca” provean un mercado más grande al que los restaurantes de la ciudad de Quito, que utilicen Aldelo for Restaurants en su administración y servicio, puedan llegar a servir y atender. No existe en la actualidad una investigación la cual indique el nivel de satisfacción que los clientes finales tienen, el cual esté ligado directamente a la utilización del software Aldelo for Restaurants, en los restaurantes de la ciudad de Quito. Esta sería una investigación muy importante y de gran uso para la empresa que se dedica a la venta y mercadeo del software Aldelo for Restaurants en la ciudad para poder ofrecer datos exactos a sus clientes sobre todos los beneficios que le puede ofrecer a los dueños y administradores de estos restaurantes adquirir el software para la administración

de su establecimiento, tanto en lo que es ordenes como inventarios, reportes, recetas, cuentas de la casa, horas trabajadas del personal, cuentas a crédito, auditorias y certificados de regalo.

## **Antecedentes**

### **La historia de Aldelo: Internacional y localmente.**

Desde el 2001 Aldelo for Restaurants se ha comercializado con el objetivo de desarrollar soluciones de software para la industria de servicios de hospitalidad, como lo son los restaurantes. Esto ha llevado a obtener instalaciones de software mundialmente de más de 80000 puntos con 500 organizaciones independientes (Aldelo, 2013). Una de estas 500 organizaciones independientes fue fundada en el 2008 en la ciudad de Quito, Ecuador como “Chanange POS Solutions”, una empresa dedicada a brindar soluciones de punto de venta para restaurantes, comercializando tanto software como hardware para sus clientes.

En los restaurantes de la ciudad de Quito la implementación de software para administración de restaurantes no era un servicio que tuviera mucha demanda en el mercado, especialmente por dos razones, existían muy pocos proveedores y de los pocos que existían uno era muy costoso y los demás, de menor costo para el restaurante, no eran eficientes o no satisfacían las necesidades de sus clientes. Los restaurantes manejaban sus inventarios, sus procesos de venta, administración y reportes manualmente o lo hacían de maneras poco eficientes como lo era hojas de Excel o sistemas de contabilidad poco desarrollados. La necesidad de los dueños de restaurantes era clara, la

satisfacción de sus clientes con estos sistemas de procesamiento de orden, cuenta y facturación son muy pobres en especialización, poco eficientes y consumen mucho tiempo de sus trabajadores. En cuanto a administración, inventario y reportes son muy poco exactos, además de que consumen una cantidad de tiempo muy grande y llevan a potenciales pérdidas operativas bastante altas.

A través de los años, y de la necesidad creciente de los establecimientos de la ciudad, la empresa Chanage POS Solutions se fue desarrollando y ha llegado a tener como clientes a 148 establecimientos, donde se va a centrar nuestra investigación, y 32 puntos en el resto de ciudades del país. Hoy por hoy los restaurantes de la ciudad tienen como requisito indispensable un software de administración de restaurantes, primero por sus necesidades para la administración de su negocio, evitando pérdidas monetarias importantes y para poder proveer el servicio que sus clientes demandan, un servicio eficiente, de calidad, confiable, rápido y que se ajuste fácilmente a los diversos requisitos de cada cliente.

Tanto para los dueños de restaurantes como para los proveedores de soluciones de puntos de venta la necesidad de satisfacción del cliente es clara y se conoce que los gustos y requerimientos de los consumidores pueden ser infinitos. Sin embargo, no existe ni está claro para ninguno de los frentes cuan relacionados estos están. Para una persona que está emprendiendo por primera vez en un establecimiento de comida no es clara la relación que existe entre la implementación de un software para administración de su futuro negocio con la satisfacción de sus futuros clientes y como esta se va a ver reflejada en el éxito

que su restaurante tenga y por lo tanto en la recuperación de su inversión y las ganancias que esto puede generar para esta persona. De igual manera para un empresario que ya tiene un restaurante en funcionamiento y no conoce cómo se puede ver reflejada en la satisfacción de sus clientes la implementación de un software para poder administrar su negocio. La pregunta que estas personas se hacen es ¿Qué tanto me va a servir realizar esta inversión?

Por medio de esta investigación queremos demostrar a los empresarios que duden sobre implementar el software de administración de restaurantes Aldelo en su negocio como la implementación del mismo está ligada a la satisfacción de sus consumidores. Además de como el tener este activo en su negocio le va a ayudar a mejorar sus ventas y sus ganancias por una serie de factores ligados a la satisfacción de los clientes al momento de consumir en un restaurante.

## **El problema**

En el sector industrial de Quito el 27% del total de las industrias se basa en alimentos y bebidas, este ha sido un número que está en constante crecimiento y especialmente durante los últimos 15 años es una industria que ha tomado más fuerza en la ciudad de Quito. Cada vez vemos más opciones de comida con beneficios integrados y con detalles que atraen más al cliente. De esta manera se satisface ya no únicamente el paladar de los clientes, sino también se brinda una experiencia agregada a su salida a comer. Debido a este continuo desarrollo en los restaurantes de la ciudad de Quito, sus necesidades han crecido y eso está

claro para la industria. Sin embargo, no existe una investigación que nos indique cual ha sido la o las causas para que estas necesidades crezcan; ni tampoco la magnitud en la que estas han crecido. Por otro lado, está claro que el objetivo y lo que estas necesidades quieren satisfacer son aquellas que requieran los clientes de los restaurantes, estas necesidades se ven reflejadas en la satisfacción que estos tengan al consumir en cualquier establecimiento de comida.

Chanage POS Solutions es una empresa que provee un producto y un servicio a estos establecimientos donde se ofrece servicio de alimentos y bebidas a las personas. Conociendo el dato de la creciente necesidad de los restaurantes de satisfacer a sus clientes, es muy importante ligar esta necesidad de incrementar constantemente la satisfacción de los clientes con la inversión de un software de administración de restaurantes. La conexión entre estas dos está clara para el proveedor de Aldelo for Restaurants, sin embargo, no existe una investigación que compruebe esto numéricamente, con datos y hechos, a los encargados de tomar la decisión de invertir o no en el software para manejo de restaurantes para su establecimiento.

Para la persona que está realizando la venta del software es necesario tener datos exactos sobre cómo puede beneficiar en la satisfacción de los clientes de un restaurante al dueño o administrador del mismo. Sin embargo, dicha investigación no existe, lo que causa que los datos que el vendedor provee al interesado en el producto carezcan de credibilidad y por no ser exactos ni estadísticamente validados. Datos muy interesantes al respecto existen basados en el mercado Estadounidense, sin embargo, todo administrador conoce y entiende que son mercados muy distintos y que los resultados de cualquier



investigación no serán los mismos en la ciudad de Quito, donde el mercado es mucho más pequeño, con menores alternativas pero con alto nivel de competencia.

La anterior mencionada, es una de las múltiples razones por las que encontramos necesaria realizar esta investigación. Además, estamos seguros que esta va de la mano de muchos otros factores que nos van a llevar a conocer los hábitos de los consumidores y conocer de qué otras formas puede Aldelo for Restaurants ayudar a satisfacer a los consumidores de los establecimientos de comida de Quito.

Es importante mencionar que la investigación además de ser importante para datos actuales de la venta del sistema Aldelo for Restaurants, también nos va a llevar a obtener conclusiones sobre la creciente clase media de Quito, (la cual es la que nos estamos enfocando), lo que los lleva a ligar la utilización de un software de administración de restaurantes, como lo es Aldelo, a su satisfacción, en general, de su experiencia en un establecimiento de comida de clase media y media alta lo cual según el Censo realizado por el INEC en el 2010 es aproximadamente el 34% de la población.

## **Hipótesis**

En los restaurantes de la ciudad de Quito existe una demanda por sistemas de administración de restaurantes que ha tenido un crecimiento constante durante los últimos años. La demanda que existe es bastante alta y la oferta es muy limitada, aunque, como mencionamos anteriormente, ha crecido considerablemente en los últimos años, y aun así no tenemos, ni existe ningún

estudio o investigación que nos refleje la manera en que la satisfacción de los clientes de estos establecimientos se ve afectada por el uso de los sistemas de administración de restaurantes, y en específico la de Aldelo for Restaurants, comercializada en la ciudad por la empresa Chanange POS Solutions. Estamos convencidos de que existe una fuerte relación entre estos dos factores, la satisfacción del cliente de un restaurante de Quito de clase socioeconómica media y media alta y la utilización de este sistema para la administración de los establecimientos de comida. La necesidad de demostrar que hay un vínculo fuerte y directo entre estos dos factores es para poder demostrar a los clientes de Chanange POS Solutions como se pueden ellos beneficiar no solo su negocio sino también sus clientes finales con la adquisición de este sistema para administración de restaurantes. Además, de ser comprobada nuestra hipótesis, podemos detectar más claramente cuáles son los principales factores que llevan a los consumidores a sentirse satisfechos con la implementación de un sistema en el restaurante donde ellos están consumiendo. Una vez detectados estos factores vamos a poder poner mayor énfasis en mejorarlos. De esta forma se va a brindar a los restaurantes las herramientas necesarias para que si servicio sea una mejor experiencia para sus clientes. También, esta va a ser una investigación de extrema ayuda para identificar que hace falta para que el sistema Aldelo for Restaurants tenga una relación más cercana con la clientela promedio de los restaurantes de Quito. Las personas deben estar enterados de los beneficios de Aldelo y sean los consumidores quienes demanden los beneficios que el sistema les pueda brindar. Así, la empresa Chanange POS Solutions no solo puede brindar servicios y productos al restaurante, sino también a sus consumidores.

Todo esto, para lograr una mayor demanda de Aldelo por parte de los restaurantes. Claramente, partiendo de esta investigación va a ser posible realizar toda una estrategia de mercadeo en la cual se analice como llegar al segmento deseado y lograr que Aldelo sea reconocido no únicamente en la ciudad de Quito sino a nivel nacional y que por medio de la inversión necesaria se llegue a un crecimiento de ventas y por lo tanto de las ganancias de la empresa también.

### **Pregunta de investigación**

¿Cómo y hasta qué punto puede afectar la satisfacción de un cliente de un restaurante de la ciudad de Quito, de clase social media y media alta, que este establecimiento utilice un sistema para restaurantes, Aldelo for Restaurants en específico?

¿Cuánto y hasta qué punto los consumidores de los restaurantes de la ciudad de Quito, de clase social media y media alta, conocen los beneficios que el restaurante donde ellos consumen utilicen Aldelo for Restaurants?

### **Contexto y marco teórico**

Es necesario para todo negocio que sus clientes estén satisfechos, desde el punto de vista de la administración de empresas queremos investigar las herramientas necesarias para poder administrar un restaurante, una de estas herramientas es un sistema para la administración del restaurante y como una inversión en el mismo se puede ver reflejada en la satisfacción de los

consumidores de este establecimiento. Desde el punto de vista que va a tratar esta investigación va a ser al ligar procesos de manejo y administración de comidas y bebidas y las reglas básicas de esta práctica junto con las herramientas que Aldelo for Restaurants brinda al administrador de un restaurante. De esta manera se administrará mejor este negocio y estos beneficios se verán directamente en la interacción con sus clientes y causando, a la vez, un incremento en las ganancias del negocio. Así vamos a demostrar que tan necesario es emplear un sistema de administración de restaurantes como Aldelo y los beneficios que este brinda en términos de satisfacción al cliente. Además, de cómo aprovechar permanentemente los beneficios que incluyen en Aldelo y que pueden ser de importancia e interés del cliente de restaurantes de clase media y media alta en la ciudad de Quito.

### **El propósito del estudio.**

Comprobar el vínculo entre la utilización del sistema Aldelo en los restaurantes con la satisfacción de los consumidores de los mismos.

Verificar que la inversión en el software Aldelo para un restaurante es rentable al corto y largo plazo.

Demostrar que los beneficios que brinda Aldelo son o no de interés de los clientes.

Definir cómo puede o no ser más efectivo el trabajo de un administrador de un restaurante con la ayuda de una herramienta como Aldelo en su trabajo diario usual

### **El significado del estudio.**

Este es un estudio que puede ser muy útil para varias personas, sería de gran utilidad para la empresa Chanange POS Solutions ya que le brindaría material, como conclusión de la presente investigación, para ligar la satisfacción de los clientes de los restaurantes, que serían sus futuros clientes. Esta investigación va proveer datos no únicamente a las personas vinculadas a la empresa Chanange POS Solutions, sino también, a los restaurantes de la ciudad de Quito, a los dueños y a sus administradores, ya que van a tener información detallada sobre cuáles son los beneficios que los clientes de restaurantes lo perciben como importantes o interesantes y de los cuales les gustaría gozar en los establecimientos que ellos consumen. Al ser un mercado tan pequeño, el de la venta de sistemas para administración de restaurantes, la presente investigación no se ha realizado anteriormente, y las conclusiones que vamos a brindar son desconocidas para la sociedad y el mercado de la ciudad de Quito, es por esto su importancia y necesidad constante. Por medio de la presente investigación Chanange POS Solutions puede diseñar una nueva estrategia de mercadeo y ventas, y los restaurantes van a desarrollar un plan de negocios basándose en dicha investigación, para tener una estrategia que lleve a una constante y creciente satisfacción de sus clientes.

### **Definición de términos**

En este estudio van a existir algunos términos que pueden no ser de conocimiento o uso común para el lector.

Software, componente no físico de un sistema informático. (WordReference, n.d.).

Hardware, soporte físico de un ordenador. (WordReference, n.d.).

POS: Point of service, punto de servicio, estación donde se maneja el Sistema de administración.

### **Presunciones del autor del estudio**

En la siguiente investigación, ya que es un tema cualitativo, asumimos que al momento de realizar la encuesta a los clientes de los restaurantes, los resultados que nos van a arrojar van a ser positivos, es decir, nos va a demostrar que si está ligado a su satisfacción el hecho de que el establecimiento en el que acaban de consumir los alimentos utilice para su administración Aldelo for Restaurants.

Otra presunción sobre esta investigación es que va a ser útil para los vendedores del sistema y que les va a ayudar a poder mercadear este producto de manera más efectiva, ya que asumimos que nos va a brindar resultados positivos que les va a ayudar a tener una estrategia de venta mucho más clara y fuerte.

Debemos tener la presunción de que los consumidores de restaurantes de la ciudad de Quito se van a encontrar interesados en los beneficios adicionales que Aldelo les pueda brindar, y que sea interesante para estas personas tener acceso a cupones de descuento electrónicos; pedido, facturación y pago de su cuenta automatizado; tarjetas de regalo; crédito de la casa, etc.

También asumimos que las encuestas nos van a brindar un resultado positivo al momento de comparar la satisfacción de los clientes entre un restaurante que utiliza Aldelo en su administración, contra uno que no lo utiliza.

## **Supuestos del Estudio**

Basados en la experiencia con el trato de dueños de restaurantes y de administradores de restaurantes este estudio se está basado en información recopilada a través de las opiniones de estas personas y de su experiencia manejando establecimientos de alimentos y bebidas. Además, la literatura que estamos utilizando para corroborar sus opiniones y sus métodos de trabajo se basan en los de administración de bebidas y alimentos. Además, a continuación se podrá encontrar como fuente para esta investigación las opiniones de los consumidores de locales de comida de la ciudad de Quito, para tener en cuenta como estas opiniones se van a ligar con los datos encontrados. También, estamos suponiendo que la información brindada por el censo del INEC en el 2010 continúa vigente para este año, es decir en el 2013.

## **REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **Géneros de literatura incluidos en la revisión**

#### **Fuentes.**

[www.aldelo.com](http://www.aldelo.com), página web de Aldelo, la utilizamos para estar más cerca al producto y que nos provea información sobre el Sistema.

Aldelo POS Training Manual, este es el manual de entrenamiento de Aldelo, en este documento podemos encontrar cómo funciona el sistema, cuales son todas sus funciones, como utilizarlas y poder aprovecharlas al máximo.

Aldelo POS User Manual, este es el manual de usuario de Aldelo, a diferencia del anterior documento nos presenta como puede también el

consumidor de los restaurantes utilizar el sistema, nos indica desde cómo realizar la configuración del sistema.

Entrevista a Christoph Chanage, representante de Aldelo en Ecuador. En esta entrevista pudimos comprender cuales son las necesidades de la empresa y conocer como la investigación puede ayudar a la empresa a satisfacer estas necesidades. También nos ayuda a comprender mejor el proceso de venta del sistema y los alcances de la empresa en cuanto a la responsabilidad que tiene con su cliente.

Dahmer, S. J, Restaurant Service Basics. Este libro nos ayuda a entender cuáles son las reglas básicas para proveer un buen servicio en un restaurante, cuales son las necesidades que se deben suplir y como trabajar para mejorar el servicio del restaurante.

Entrevista a Pedro Izurieta, administrador de empresas hoteleras y accionista de restaurante Pídeme la Luna, en la ciudad de Quito. Esta entrevista nos ayudó a entender, desde la perspectiva del administrador del establecimiento, cuales son las necesidades que tienen para poder proveer un buen servicio a sus comensales y cuáles son las herramientas que él considera Aldelo le brinda para brindar una mayor satisfacción a estas personas.

Entrevista a Diana Godoy, administradora de restaurante St. Andrews. Esta entrevista nos brindó un conocimiento más amplio de exigencias de los clientes en el día a día de una persona que administra un restaurante en la ciudad y las necesidades que lleva a un restaurante a invertir en Aldelo. Además, nos brinda su perspectiva al comparar Aldelo con otros sistemas de administración de restaurantes.



Ninemeier, J.D. Planning and Control for Food and Beverage Operations. El presente libro nos brinda paso a paso cómo manejar un restaurante, aunque el libro no menciona la necesidad de un Sistema de restaurantes, además de ser del año 1991, podemos observar como Aldelo puede simplificar las funciones mencionadas en el libro para poder enfocar mayor parte del personal en la satisfacción al cliente.

O'Brien J. A. Management Information Systems. Este libro nos brinda información sobre los sistemas y la tecnología con la que contamos para poder administrar empresas, en este caso el enfoque es en los restaurantes.

Juan Jose Crespo, dueño de Quiznos en Ecuador. Esta es una franquicia que no utiliza Aldelo, por restricciones de franquicia, y esta entrevista nos permite ver cuáles son las similitudes y diferencias con otro sistema para administración de restaurantes, considerado en el mismo nivel de efectividad que Aldelo.

### **Pasos en el proceso de revisión de la literatura**

Para poder los temas de la revisión de la literatura realicé varios pasos, para empezar consulté con expertos en el tema, los mismos a los que realicé las entrevistas que me sirvieron como fuente para mi literatura. Estas fueron personas recomendadas por Christoph Chanange, quien también fue entrevistado y nos recomendó con las personas que deberíamos hablar, además fue la persona que me proveyó con los manuales de usuario, de entrenamiento, versión demo del sistema, entre otro material. Diana Godoy me recomendó libros sobre administración de restaurantes, al ser ella profesora universitaria, tenía conocimiento de libros útiles para la presente investigación. Para el libro sobre

sistemas de administración utilice el recomendado por mi director de tesis, Arturo Paredes, además de ser el texto utilizado en su clase de Management Information Systems. Otros libros fueron encontrados en una página web, <http://www.pdfbook.co.ke>, la cual por una membresía mensual permite descargar una biblioteca muy interesante de libros.

### **Formato de la revisión de la literatura**

La revisión de la literatura se ha ido recopilando a medida que ha pasado el tiempo, tenemos la información preparada para los resultados de las encuestas. Además, a partir de entrevistas mencionadas a continuación hemos podido partir a temas que van a ser investigados en el presente estudio.

#### **Tema 1**

En la página de Aldelo [www.aldelo.com](http://www.aldelo.com) encontramos información muy importante, esto incluye, desde la perspectiva de la compañía, en California, como es la empresa, la ventas de sus productos, soporte técnico, sus otros productos, entre otros temas. Esto es de especial importancia para conocer qué es lo que esta empresa está ofreciendo a los restaurantes de la ciudad de Quito.

#### **Tema 2**

En el manual de entrenamiento encontramos como utilizar las características del sistema para poder ofrecer a los consumidores más opciones, servicios y soluciones a sus necesidades. En el manual de entrenamiento podemos aprender cómo se debe utilizar estas características del sistema y los

pasos a seguir para poder brindar soluciones a las necesidades diversas de los clientes.

### **Tema 3**

En el manual del usuario de Aldelo pudimos enterarnos más de cómo funciona Aldelo y como este tiene algunas ventajas para el restaurante, dentro de este libro pudimos encontrar como llevar los inventarios, habilitar la opción de cupones electrónicos, “media display” el cual permite poner publicidad en las pantallas del sistema para que los clientes puedan tener acceso a la misma.

### **Tema 4**

Al realizar la entrevista al Sr. Christoph Chanage, entendimos cuales son las mayores necesidades de los dueños y administradores de los restaurantes, nos dejó claro la necesidad de proveer un entrenamiento adecuado al personal del restaurante para que el servicio que se provee a los clientes sea de su satisfacción. Además, nos comentó de muchas características del sistema que no han sido mercadeadas hoy por hoy en la ciudad ya que no posee la información necesaria en la cual podría o no beneficiar al restaurante y que la inversión que se deba hacer sea devuelta al establecimiento.

### **Tema 5**

En el libro Restaurant Service Basics, nos explica cómo se prepara el personal de servicio antes, durante y después de atender a sus clientes. El capítulo 7 fue de especial importancia ya que explica cómo deben manejar las

personas de servicio una aplicación POS. Estos cuatro temas nos ayudaron a comprender cuales son las responsabilidades de los meseros y personal de servicio para que Aldelo pueda ayudarles en estas tareas y simplificarlas, y de esta manera, mejorar la atención a los clientes y causando una mayor satisfacción en sus clientes.

### **Tema 6**

La entrevista a Pedro Izurieta nos dio una perspectiva desde el lado del usuario de Aldelo sobre sus necesidades y como él, basado en sus conocimientos y experiencia, ha ayudado a que en sus negocios sus clientes tengan una mayor satisfacción al momento de consumir en ellos. Nos dejó saber cómo al aprender cada vez más sobre las características del sistema él ha logrado brindar una mejor capacitación en atención al cliente y ha logrado satisfacer a cada una de las necesidades específicas de sus clientes.

### **Tema 7**

La entrevista a Diana nos ayudó a ver desde otro punto de vista que es lo que un restaurante busca al momento de invertir en un sistema para administración de restaurantes, nos explicó cuáles son para ella los temas importantes en cuanto a satisfacción del cliente y como ella percibe que estos temas van atados a la implementación de Aldelo en un restaurante.

## **Tema 8**

El libro nos sirvió más como guía para entender cuáles son los procesos más importantes en un restaurante, llegando a temas específicos dentro de esta materia como lo son la planeación, organización, coordinación, personal, liderazgo, control y evaluación de la administración de los restaurantes. Lo importante que es tener estándares de calidad y que Aldelo sea capaz de medir estos y controlarlos. También, nos permitió entender el problema del cálculo de precios y poder brindar una opción viable y más fácil, por medio de Aldelo, para simplificar este proceso. Entender los procesos de órdenes de compra, para llegar a un control adecuado del inventario y saber cuándo se debe comprar más y cuando no. El control de comensales en los restaurantes. Por las anteriores razones, nos guía a saber cuáles de estos Aldelo ha podido simplificarlos o mejorarlos para lograr un mejor desempeño.

## **Tema 9**

Este libro nos dio la pauta para entender en que se basa un sistema de administración, cuales son los lineamientos necesarios para poder clasificar un software como uno de administración y también poder identificar a Aldelo dentro de este grupo como un sistema de administración funcional. Estos son sistemas que brindan soporte a las funciones básicas de un negocio, como lo es Aldelo for Restaurants. También el libro nos permitió clasificar a Aldelo dentro de los sistemas funcionales cruzados ya que proveen una variedad de servicios al negocio y dan soporte a varios niveles gerenciales para poder tomar decisiones

dentro de la administración del negocio. Estos son los sistemas que reducen el trabajo para los administradores y el resto del personal, logrando que la atención al cliente y la satisfacción sean su prioridad número uno, en el caso de los restaurantes.

## **Tema 10**

Juan Jose Crespo utiliza un sistema muy conocido y rankeado en el top 5 global, esto nos llevó a conocer, desde su punto de vista, cuales son las características más importantes de un software distinto a Aldelo y, desde su perspectiva, conocer cómo se compara otro sistema en cuanto a la satisfacción de sus clientes. Además, Juan José nos permitió realizar encuestas en su local para poder comparar si las personas reflejaban una mayor satisfacción en restaurantes que utilizan Aldelo para su administración contra los que no lo hacen.

## **METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El enfoque de la presente investigación será mixta, esto se da por varias razones. Implica un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio (Sampieri, 2006). Para empezar el planteamiento del problema va dirigido a la experiencia de los participantes, ya que vamos a medir la satisfacción de los clientes de restaurantes que utilizan Aldelo para la administración de su negocio. Al realizar la revisión de la literatura, es secundaria, más la hemos utilizado para poder justificar el planteamiento del estudio. La recolección de datos se realizó poco a poco, por medio de textos y el

número de casos es relativamente pequeño para poder definir el problema, sin embargo, al mismo tiempo los datos son numéricos, y hemos utilizado instrumentos predeterminados. El análisis de los datos será estadístico, se compara variables y descubrimos la relación que existe entre ellas, además de las predicciones previas a los resultados. El reporte que obtuvimos de los resultados es emergente y flexible, se aceptan tendencias y por medio de estas podemos reflexionar y sacar conclusiones.

El enfoque mixto es igual a mayor amplitud profundidad, diversidad, riqueza interpretativa y sentido de entendimiento (Sampieri, 2006)

Dado a que vamos a seleccionar un enfoque mixto a la investigación presente el diseño que vamos a aplicar y la modalidad de la investigación va a ser un diseño de dos etapas. Este es un diseño que dentro de una misma investigación se aplica primero un enfoque y después el otro, de forma independiente o no, y en cada etapa se siguen las técnicas correspondientes a cada enfoque. (Sampieri, 2006)

### **Justificación de la metodología seleccionada**

La metodología seleccionada es mixta, es decir, vamos a utilizar rasgos tanto cualitativos como cuantitativos. Cualitativo, ya que la satisfacción de los clientes es un proceso cualitativo, no podemos medir numéricamente la satisfacción de una persona ni podemos dar un dato exacto sobre el sentimiento de esta persona. Cuantitativo, ya que los resultados van a ser comparados numéricamente, las estadísticas que los datos nos van a brindar van a ser numéricos y vamos a poder sacar conclusiones numéricas de estos datos. He

escogido por esta razón un diseño de dos etapas ya que el número de veces que una respuesta aparezca va a ser numérico, la respuesta en si va a tener un análisis cualitativo y un enfoque reflexivo. Dentro de la encuesta va a haber variables categóricas que van a dar lugar a estudios correlacionales-causales. El instrumento que vamos a utilizar, la encuesta, va a ser cuantitativa al momento de obtener resultados y conclusiones.

Es de la manera expuesta anteriormente que vamos a responder las dos preguntas de la investigación, podemos medir como ha afectado la satisfacción de un cliente que el establecimiento, donde consume alimentos y bebidas, utilice o no Aldelo para su administración. De igual forma vamos a poder medir que tanto las personas conocen productos que pueden beneficiar su satisfacción, que Aldelo los ofrece, y que tanto estos afectarían su satisfacción de tenerlos disponibles.

### **Herramienta de investigación utilizada**

La herramienta utilizada para la presente investigación es una encuesta diseñada en su totalidad por la autora, con preguntas cerradas, esta encuesta se basó en 12 preguntas y se presentó a los encuestados en tres restaurantes distintos de la ciudad de Quito, a cada una de las personas se presentó la encuesta una vez culminada su visita al establecimiento. Ver encuesta en [ANEXO](#)

[1.](#)



## **Descripción de participantes**

### **Número.**

La encuesta utilizada en el presente estudio se realizó a un total de 145 personas de la ciudad de Quito.

### **Género.**

Aunque el género de las personas entrevistadas fue irrelevante es importante mencionar el número de personas de sexo femenino y masculino ya que es parte importante de las conclusiones y resultados obtenidos. Del total de las 145 personas 58 fueron del sexo femenino y 87 del sexo masculino.

### **Nivel socioeconómico.**

Al momento de escoger a las personas que realizarían la encuesta no se segmentó el nivel socioeconómico, sin embargo, las encuestas fueron realizadas en restaurantes con precios de un nivel económico medio y medio alto, además el sector donde se escogió los restaurantes donde se realizó la encuesta es una zona de nivel socioeconómico medio y medio alto, de gran afluencia comercial y con una conglomeración de personas con trabajos de nivel ejecutivo que nos lleva a concluir que se realizó, en su mayoría, a personas de nivel medio y medio alto.

### **Características especiales relacionadas con el estudio**

El estudio se realizó en tres restaurantes, dos de estos son franquicias estadounidenses y el otro un restaurante casual de gente joven y de clase social

media y media alta, especialmente diseñado con un tema muy elegante y sofisticado.

### **Fuentes y recolección de datos**

La información viene de la encuesta realizada a los clientes, esta encuesta se basó en la información que deseamos obtener para obtener las conclusiones a las incógnitas que nos han llevado a realizar la presente investigación.

Estas preguntas surgieron ante la necesidad de los dueños y administradores, tanto de Aldelo en el Ecuador como de los restaurantes de la ciudad de Quito, son preguntas elaboradas por medio de la experiencia en el negocio de sistemas de administración de restaurantes y que nos han llevado a concluir que son las necesarias para esta investigación. Las entrevistas a los expertos en los temas nos llevaron a diseñar esta encuesta y para realizar la misma a sus clientes dentro de sus establecimientos tuvieron que ser aprobadas por estas personas, para que esta investigación sea útil para ellos y puedan tener conclusiones que les lleve a obtener los resultados deseados.

Para obtener los datos del tamaño de la muestra utilice la página web NetQuest, (NetQuest, n.d.). Para determinar el tamaño de la población dentro de las bases de datos de Aldelo for Restaurantes pude sacar un promedio de 150 clientes diarios en un restaurante con las características mencionadas anteriormente para la encuesta. A partir de ahí el resultado que me dio la calculadora de muestras, basándome con un margen de error de 5%, agregándole un nivel de confianza del 95% y un nivel de heterogeneidad del 50%. El resultado de tamaño muestral fue de 109 personas a ser encuestadas. Dado

este número, la cantidad que obtuvimos de encuestas fue de 145 personas encuestadas en total.

### **Prueba piloto.**

En esta investigación no fue necesario realizar una prueba piloto ya que la encuesta tiene como objetivo medir cuantitativamente la repetición de las respuestas de la satisfacción de los clientes.

## ANÁLISIS DE DATOS

### Detalles del análisis

Una vez que todos los datos fueron recolectados en los restaurantes, recolectados por mí misma, se tabuló la información por medio de Microsoft Office, con la herramienta Excel, dentro de esta aplicación encontramos útiles las herramientas de Pivot Tables y las Tablas Dinámicas, las cuales nos permitieron observar los resultados de maneras más clara y concisa.

A continuación se va a presentar los resultados de la encuesta realizada junto con el apoyo de la literatura revisada.

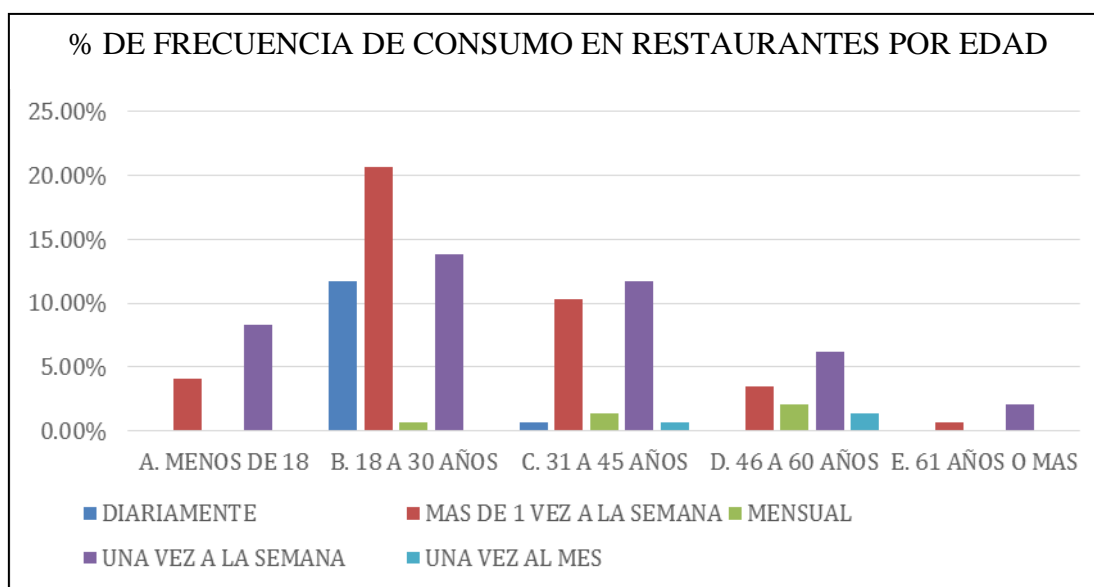


Gráfico 1: Frecuencia de consumo en restaurantes por edad.( Fuente:Tabla 1)

Como podemos ver en el gráfico No. 1, el grupo que más consume en restaurantes de la ciudad de Quito es el grupo de 18 a 30 años, representando el 46.90% de la población entrevistada, además, el 44.12% de este grupo de edad consume más de una vez por semana en restaurantes. Esta información es de suma importancia ya que hemos podido descubrir que el objetivo de mercado

para canalizar los beneficios que Aldelo puede brindar y a quienes queremos brindar un mayor nivel de satisfacción es a este grupo. Por lo tanto, a continuación vamos a ver que tanto conoce este grupo de la población sobre la opción de utilizar cupones vía web y poder aprovecharlos en su cuenta y que tan satisfechos estarían con este beneficio, al igual de que su orden sea tomada desde dispositivos móviles como iPad, tabletas, Smartphone, etc.

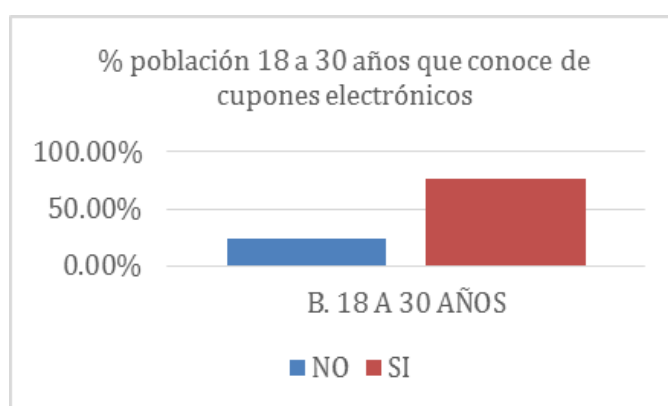


Gráfico 2: % de población de 18 a 30 años que conoce de cupones electrónicos. (Fuente:Tabla 2)

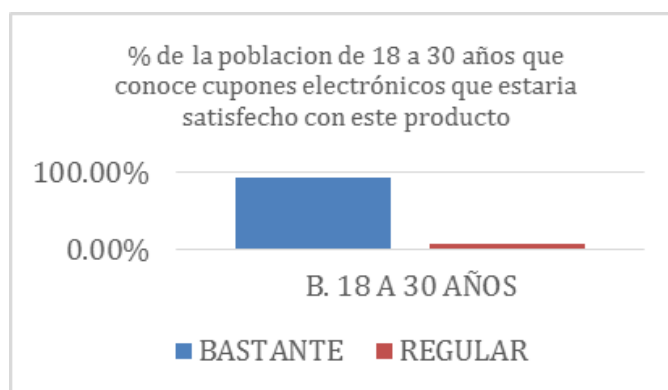
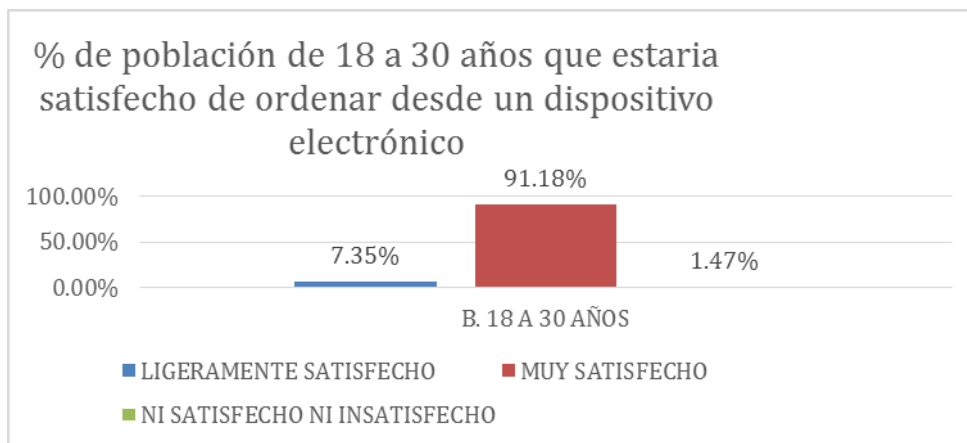


Gráfico 3: % de población de 18 a 30 años que conoce de cupones electrónicos que estaría satisfecho con el producto. (Fuente:Tabla 3)



*Gráfico 4: % de población de 18 a 30 años que estaría satisfecho de ordenar desde un dispositivo electrónico. (Fuente:Tabla 4)*

En el gráfico 4 que vemos en la parte superior observamos como resultado que el 91.18% de las personas de la población de 18 a 30 años estaría muy satisfecho si su orden sería tomada desde un dispositivo electrónico como un Tablet, iPad, etc.

También tenemos en el gráfico 3 un total de que el 92.31% de las personas de 18 a 30 años que conocen de cupones electrónicos vía web y la opción de verlos reflejados en su cuenta estaría bastante satisfecha de contar con esta opción.

El resultado de estas dos preguntas se refleja el conocimiento de Pedro Izurieta en la entrevista que nos brindó en la cual nos comentaba que para que un

restaurante tenga éxito continuo no basta con un buen servicio y una comida bien preparada, se trata de innovar constantemente, de saber cómo atraer a la gente joven por medio de sus intereses, entretenimiento y tecnología. (Izurieta, 2013)

Dentro de la encuesta tenemos tres preguntas muy importantes que nos reflejan cómo se sintieron los clientes de los restaurantes durante su proceso de pedido, facturación y pago de su cuenta.

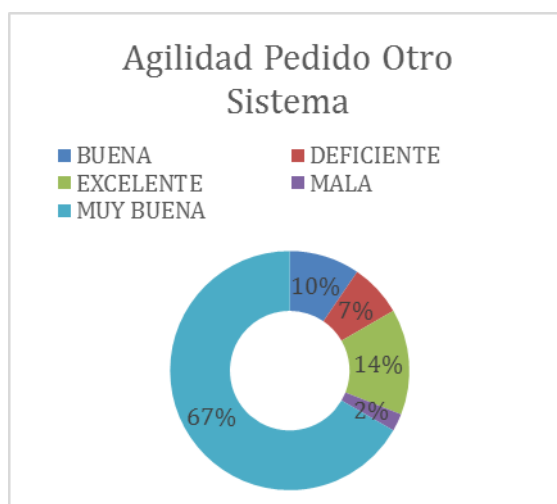


Gráfico 5: % de satisfacción en agilidad en el proceso de pedido, otro sistema (Fuente: Tabla 6)

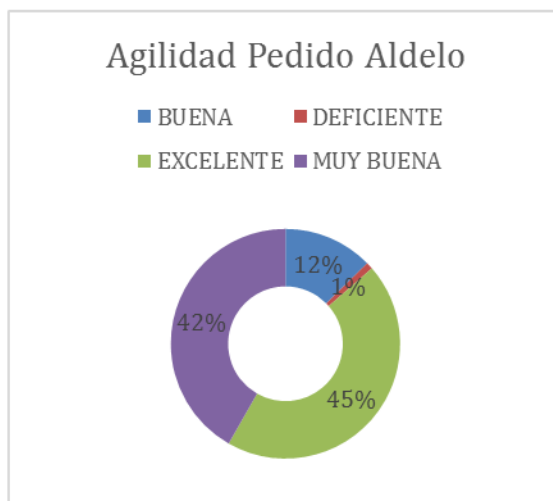


Gráfico 6: % de satisfacción en agilidad en el proceso de pedido, Aldelo (Fuente: Tabla 5)

El resultado de esta encuesta demuestra que los clientes siempre se van a sentir satisfechos que su pedido sea tomado desde un sistema de administración de restaurantes, sin embargo, si nos ponemos a revisar el gráfico 6, en los números vamos a ver que el 45% de la población encuestada en los restaurantes calificó excelente y 42% muy buena la agilidad con la que se realizó su pedido con Aldelo for Restaurants, para el restaurante que no se utilizó Aldelo como sistema para su administración, en el gráfico 5, el 14% lo calificó como excelente y el 67% como muy buena. La investigación demuestra que las personas que realizaron su pedido por medio de Aldelo tuvieron un nivel de satisfacción más alto. Esto se puede dar por dos motivos que van a hacer que se diferencien los sistemas de administración, como indicado en el libro *Restaurant Service Basics* de Dahmer, utilizar un sistema para la administración de un restaurante tiene muchos beneficios, para la agilidad del pedido vamos a nombrar dos muy importantes:

Acelerar el servicio al cliente. Realizar pedidos electrónicamente apresura el flujo de información. Los pedidos se llenan rápidamente, y se aumenta el número de personas que pueden ser servidas, y les agrada con un servicio rápido.

Aumentar la productividad del mesero. Meseros tienen más tiempo para sus huéspedes, hacer sugerencias sobre el menú, contestar preguntas, y servir correctamente. (Dahmer, 2009)



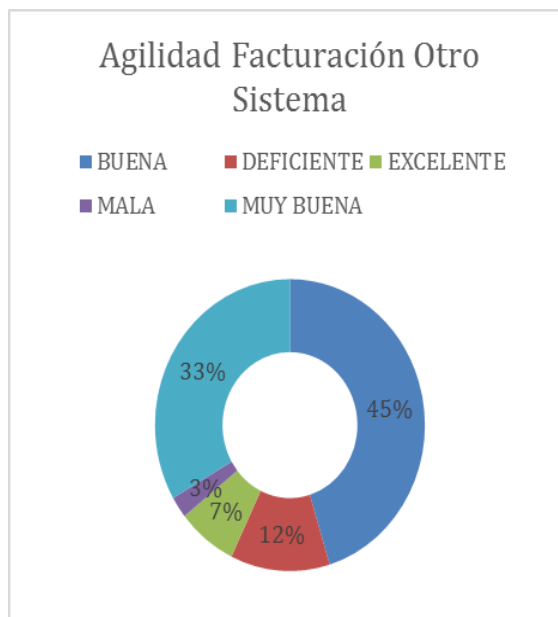


Gráfico 7: % de satisfacción en agilidad en el proceso de facturación, otro sistema (Fuente: Tabla 8)

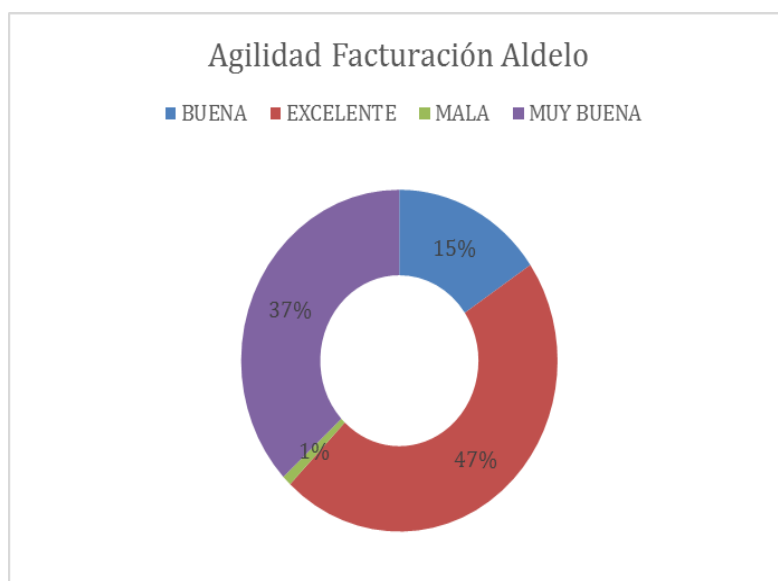


Gráfico 8: % de satisfacción en agilidad en el proceso de facturación, Aldelo (Fuente: Tabla 7)

La siguiente pregunta del proceso es de la facturación, en el caso de los restaurantes que utilizan Aldelo para su facturación, en el gráfico 8 podemos ver que el 47% de los encuestados calificó el proceso como excelente y el 37% como

muy buena, frente que el restaurante que no utiliza Aldelo para su facturación sino otro sistema, nos muestra el gráfico 7, se calificó el 7% como excelente y el 33% como muy buena. El módulo de facturación de Aldelo, como lo indica su manual de usuario, tiene varias herramientas para facilitar la facturación al momento que los meseros la realizan y para satisfacer los requerimientos de los clientes. Algunos de los beneficios con los que cuenta Aldelo y otros sistemas para administración para restaurantes son: facilidad para dividir el total o cada plato de la cuenta en varios usuarios, incluir datos del cliente en la factura con tan solo un clic, combinar tipos de pago como efectivo, tarjeta de crédito, cheque o crédito de la casa y poder incluir descuentos a platos específicos. Todos los beneficios anteriormente mencionados son muy fáciles de aplicar sin complicar el proceso

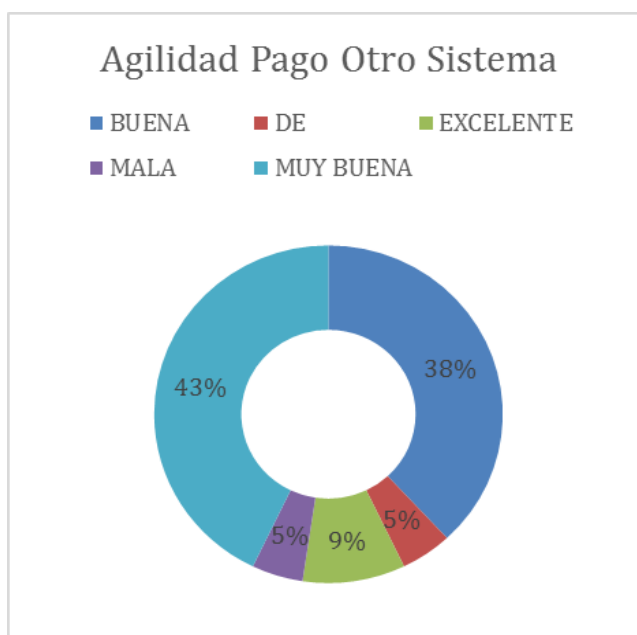
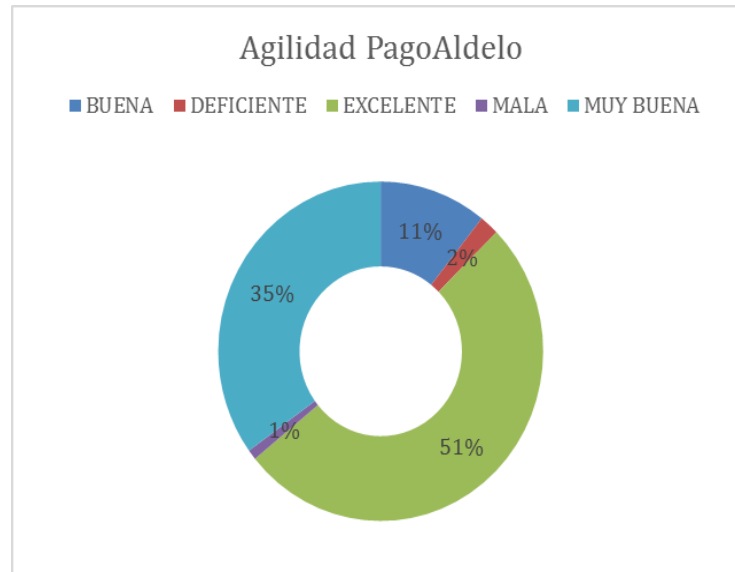


Gráfico 9: % de satisfacción en agilidad en el proceso de pago, otro sistema. (Fuente Tabla 9)

del mesero ni el tiempo de espera del consumidor.



*Gráfico 10: % de satisfacción en agilidad en el proceso de pago, Aldelo. (Fuente: Tabla 10)*

Por último, dentro del proceso que pasa el cliente en su experiencia de salir a comer, el proceso de pago. Este es el proceso más importante para mejorar la satisfacción del cliente, ya que es el momento más estresante, el momento final de su experiencia y el que más vana recordar cuando consideren en regresar al establecimiento. Comparando nuevamente entre un restaurante que no utiliza Aldelo, en el gráfico 9, frente al que si utiliza, en el gráfico 10, vemos que los restaurantes que si utilizan tuvieron un 51% como excelente y 35% como muy buena en su agilidad en el proceso de pago frente a un 9% excelente y 43% muy buena el que no utiliza. Para mejorar la seguridad de los clientes el momento de realizar sus pagos, Aldelo, pone a disposición de sus clientes el manual “Payment Card Industry Data Security Standard Implementation Guide”, donde permite a los usuarios de Aldelo conocer estándares de control y cumplimiento para asegurar la

seguridad de las tarjetas de crédito de sus clientes, de esta manera los consumidores van a poder realizar sus pagos con tranquilidad y confiabilidad. Además, Aldelo maneja un módulo donde un dispositivo móvil, conectado inalámbricamente al servidor puede realizar el proceso de pago fácil y cómodamente.

Dentro de la encuesta realizada, la última pregunta solicitaba a los participantes en calificar la importancia que tiene para ellos que el restaurante donde ellos consumen utilice un sistema para su administración. A esta información la dividimos por el segmento de valor promedio de las facturas que se le emiten a cada uno de los clientes que llenaron la encuesta. Esta relación es importante ya que no son necesariamente las personas que más consumen las que más dinero aportan a nuestro negocio ya que es una relación de cantidad de clientes pequeños los que necesita un restaurante mantener satisfechos y una cantidad de clientes de mayor consumo a la vez, esto es de utilidad al momento de establecer prioridades y objetivos del negocio.



**Gráfico 11: Importancia del uso de sistema de administración de restaurantes. Segmento \$15-25. (Fuente: Tabla 11)**

Del total de las 145 encuestas realizadas 50 fueron a personas que sus facturas son entre quince y veinte y cinco dólares, en el gráfico 11 podemos observar como de estas 50 personas 32 indicaron que para ellos es muy importante el uso de un sistema de restaurantes. Estas 32 personas representan el 64.00% de las personas que consumen entre quince y veinte y cinco dólares y el 22.07% del total de encuestados.



*Gráfico 12: Importancia del uso de sistema de administración de restaurantes. Segmento \$25-40. (Fuente: Tabla 12)*

Del total de las 145 encuestas realizadas 32 fueron a personas que sus facturas son entre veinte y cinco y cuarenta dólares, en el gráfico 12 encontramos representado que de estas 32 personas, 12 indicaron que para ellos es muy importante el uso de un sistema de restaurantes, pero a la vez 10 indicaron que es poco importante. Estas 12 personas representan el 37.50% de las personas que consumen entre veinte y cinco y cuarenta dólares y el 8.28% del total de encuestados. Las 10 personas que consideraron poco importante representan el 31.25% de los encuestados con facturas entre veinte y cinco y cuarenta dólares y 6.90% del total de encuestados.



*Gráfico 13: Importancia del uso de sistema de administración de restaurantes. Segmento \$5-15. (Fuente: Tabla 13)*

Del total de las 145 encuestas realizadas 18 fueron a personas que sus facturas son más de cuarenta dólares, representado en el gráfico 13, de estas 18 personas cinco indicaron que para ellos es muy importante el uso de un sistema de restaurantes y siete se mostraron indiferentes. Estas cinco personas representan el 27.78% de las personas que consumen más de cuarenta dólares y el 3.45% del total de encuestados. Las siete personas que se muestran indiferentes ante el tema representan el 38.89% de las personas en el rango de 40 o más dólares consumidos y el 4.88% del total de encuestados.



*Gráfico 14: Importancia del uso de sistema de administración de restaurantes. Segmento \$5-15. (Fuente: Tabla 14)*

Del total de las 145 encuestas realizadas 45 fueron a personas que sus facturas son entre cinco y quince dólares, como podemos ver en el gráfico 14, de estas 45 personas, 31 indicaron que para ellos es muy importante el uso de un sistema de restaurantes. Estas 31 personas representan el 68.88% de las personas que consumen entre cinco y quince dólares y el 21.38% del total de encuestados.



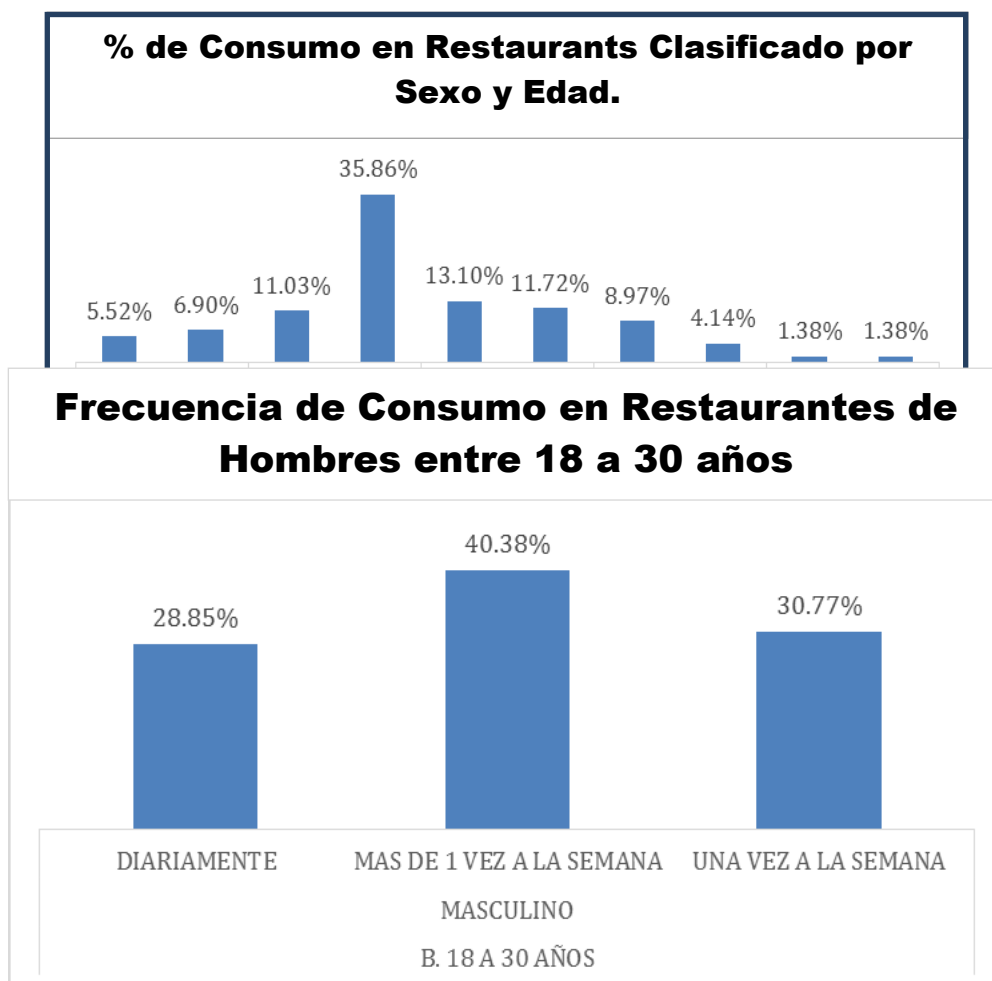


Gráfico 16: Frecuencia de consume en restaurants de hombres entre 18-30 años.  
(Fuente:Tabla 16)

Uno más de los resultados de la investigación que encontramos representado en el gráfico 15 es que del total de la población encuestada el grupo, según su género y edad, que más consume en los restaurantes son los hombres entre 18 a 30 años. Esto nos da la pauta para saber que es el grupo que queremos llegar para que sea mayor aun el volumen de clientes.

Al mismo tiempo, podemos considerar en el gráfico 16, que este grupo también es el segmento de personas que a la vez tiene la mayor frecuencia de

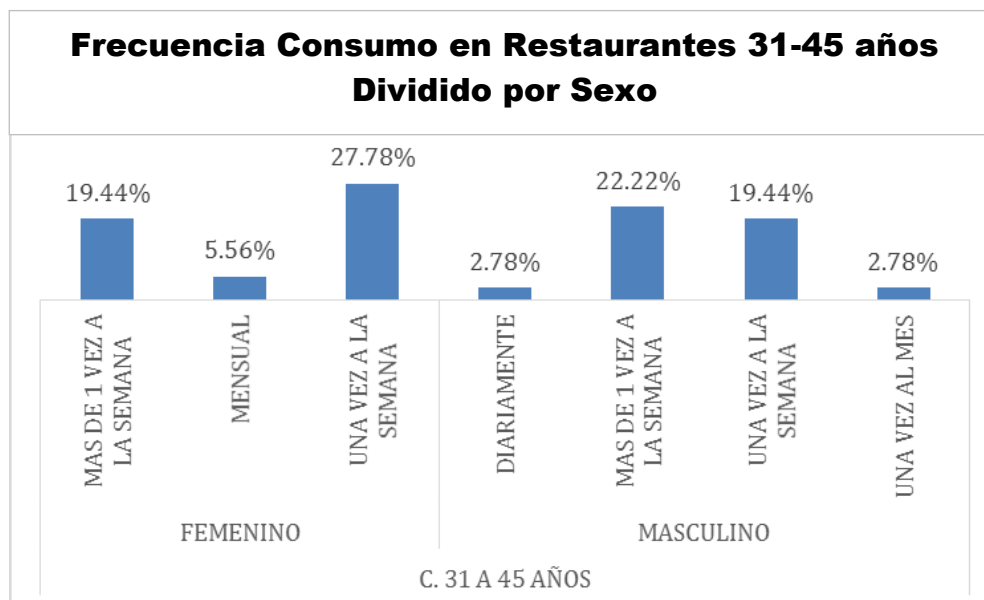


Gráfico 17: Frecuencia de consumo en restaurantes de segmento 31-45 años dividido por sexo.  
(Fuente: Tabla 17)

consumir en los restaurantes, ya que, como muestra el gráfico 16, el 40.38% de los hombres encuestados que se encuentran entre las edades de 18 a 30 años consumen más de una vez por semana en restaurantes. Lo que nos lleva a entender y comprender que son estas las personas y el grupo de clientes que más cerca y más frecuentemente están consumiendo en los restaurantes y consecuentemente cerca del sistema de administración que el restaurante utiliza, como lo es Aldelo.

Por otro lado, también la investigación nos lleva a un resultado interesante, representado en el gráfico 17, ya que si observamos el porcentaje de personas que se encuestaron en total, los hombre de 31 a 45 años únicamente representan el 13.12% y las mujeres del mismo rango de edad 11.72%.

Sin embargo, podemos observar en el gráfico 17 que este es un grupo de edad con consume con una alta frecuencia en restaurantes, lo que nos lleva a tener un resultado del grupo de edad que se desea atraer y poner en conocimiento los beneficios de Aldelo con el objetivo que se familiaricen más con el sistema y puedan gozar aún más de sus características en sus frecuentes visitas a establecimientos de comida y bebidas.

Para tener un detalle más a fondo de la información recolecta por medio de la encuesta remitirse al [ANEXO B](#).

### **Importancia del estudio**

Potencialmente este estudio podría contribuir a un mejor entendimiento de los beneficios de un sistema de administración de restaurantes y sus beneficios desde el punto de vista de los dueños y administradores de los restaurantes. Además, va a ayudar a que la empresa Chanange POS Solutions pueda potencializar las ventas del producto en la ciudad de Quito al conocer cuáles son los factores que más afectan la satisfacción de los clientes de los restaurantes a los cuales va a vender el software. Por medio de la presente investigación también se puede analizar las preferencias de las personas dependiendo de su edad, posición geográfica dentro de la ciudad y su nivel de gastos en los restaurantes, así se puede apuntar a segmentos de mercado específicos enfocándose en las variables que más afectan su satisfacción.

Esta investigación puede dar pie a un nuevo estilo de servicio a los consumidores de restaurantes en la ciudad de Quito, puede llevar a una tendencia de servicio con un mejor nivel de tecnología, beneficios nuevos y novedosos para las personas y de esta manera lograr diferenciarse entre otros restaurantes. Prestar beneficios como cupones electrónicos, toma de órdenes, facturación y pago inalámbrico, publicidad en puntos de venta, lector magnéticos de tarjeta de crédito y seguridad de su información. Si a todos estos beneficios juntamos que el precio del sistema Aldelo es mucho menor que otro software a su mismo nivel, puede esta investigación causar una demanda más alta del sistema y llevar a mayores ingresos de la empresa.

Anteriormente, existía una gran competencia que no diferenciaba claramente cuanto más puede satisfacer a los clientes el hecho de que el restaurante donde ellos consumen utilice Aldelo u otro sistema de administración de restaurantes que este a la par, después de esta investigación hemos podido demostrar que los clientes tienen un mayor nivel de satisfacción cuando Aldelo es el sistema de administración escogido por el restaurante donde están realizando sus consumos.

### **Resumen de sesgos del autor**

La presente investigación presenta sesgos debido a que el sistema bajo el cual se está basando la investigación es distribuido por la empresa de la cual es dueño el hermano de la autora, llevando así a que exista una preferencia por el sistema Aldelo.

Los restaurantes escogidos para realizar las encuestas que han comprado Aldelo fueron recomendados por el dueño de la empresa con el objetivo de poder tener al ambiente más confiable posible para la encuesta.

## CONCLUSIONES

Las personas entre 18 y 30 años son las personas que más seguido consumen en restaurantes, más de una vez a la semana, es por este motivo que llegamos a la conclusión de que es a este grupo al que deseamos brindar y dar a conocer los beneficios de Aldelo para que lo disfruten más y sean ellos los que demanden el uso de Aldelo en los restaurantes que visitan normalmente.

A los jóvenes lo que más les interesa en un restaurante es la innovación y como consecuencia de esto es el uso de tecnología en estas nuevas ideas emprendedoras. Utilizar dispositivos electrónicos para procesar su pedido, factura y pago es algo de gran interés en la población menor de 30 años. Además es una población que tiene un gran conocimiento de las tendencias más modernas como lo son el uso de cupones electrónicos para el pago de sus facturas en establecimientos.

Las personas responden a su satisfacción en niveles más altos en restaurantes que utilizan Aldelo, esto se da por herramientas que aunque los clientes no estén directamente relacionados si afecta el desempeño de las personas que les están sirviendo en el establecimiento, causando así, que la percepción de los clientes sea aún mejor y su satisfacción sea elevada. Las personas que consumen en restaurantes que utilizan Aldelo para su administración tienen mayores niveles de satisfacción en los procesos de pedido, facturación y pago de sus órdenes. Los Clientes valoran la seguridad que se les brinda en sus transacciones, la facilidad con la que se solucionan sus

necesidades y la rapidez con la que se procesan sus pedidos, por estas razones Aldelo brinda mayor nivel de satisfacción entre los consumidores.

La mayoría de las personas que tienen facturas más altas en los establecimientos no consideran importante que se utilice un sistema de administración en los restaurantes donde realizan sus consumos. Sin embargo, este mismo grupo no es el que representa la mayoría de los clientes de estos establecimientos. La mayoría de los clientes de los restaurantes gastan entre 15 y 40 años y para este grupo de personas es muy importante que los restaurantes utilicen un sistema de administración de restaurantes en los lugares donde ellos realizan sus consumos. Junto a esta información, al mismo tiempo, son estas personas las que más frecuentemente consumen en restaurantes, llegando así, a la conclusión, que el grupo de personas que más ingresos brindan a los restaurantes, por el volumen de consumo, les parece importante que se administre los establecimientos donde ellos consumen con un sistema funcional.

Los beneficios de utilizar un sistema para la administración de restaurantes en el proceso de pago de la cuenta los vuelve a mencionar Dahmer en el libro *Restaurant Service Basics*:

Evita errores en los precios en las cuentas de cliente. Puntos de servicio agregan precios, elementos de menú y bebidas automáticamente. La computadora realiza todos los cálculos sobre la cuenta de cliente, eliminando así errores en el precio, además, cálculo de impuestos, descuentos, y totales. (Dahmer, 2009)

No son únicamente las personas que gastan entre 15 y 40 dólares los que con más frecuencia asisten a restaurantes, sino los hombre de 18 a 30 años, esto nos lleva a la conclusión de que estos son los clientes que los restaurantes deben preocuparse por mantener satisfechos para que regresen continuamente a sus establecimientos. Otro grupo que también se concluyó que se debe mantener satisfecho continuamente y elevar su nivel de satisfacción y cercanía a los establecimientos de comida y bebida es el grupo de personas entre 31 y 45 años, tanto se sexo masculino como femenino, ya que asisten frecuentemente a restaurantes.

### **Respuestas a las preguntas de investigación**

Como resultado de esta investigación la pregunta de la investigación fue contestada, para los clientes de los restaurantes de la ciudad de Quito, de clase social media y media alta, es muy importante el uso de un sistema de administración de restaurantes en los establecimientos donde ellos consumen sus comidas y bebidas. Al igual que su satisfacción se ve directamente afectada en la misma proporción por lo que lleva a contestar lo importante que es para las personas de la ciudad de Quito, de clase social media y media alta, que los restaurantes donde realizan sus consumos utilicen Aldelo para su administración.

La mayoría de los clientes promedio de los restaurantes de la ciudad de Quito, de clase alta y media alta, tiene conocimiento de algunos beneficios que tiene Aldelo. Sin embargo, no está en contacto con la mayoría de ellos. Para los clientes es importante y les parece interesante la idea de que se utilizan dispositivos electrónicos para tomar su orden, facturarla y pagarla, al igual que se



utilicen cupones electrónicos, aun así, existen muchos clientes que no conocen estas opciones y que les es irrelevante por la falta de uso que existe en la ciudad. Desde un marco del resultado de la investigación tenemos datos que nos demuestran que la gente joven, que con más frecuencia asiste a restaurantes si están al tanto de los beneficios que Aldelo les puede brindar y que estarían muy satisfechos de poder contar con estos beneficios.

### **Limitaciones del estudio**

Este estudio de investigación presenta una limitación importante la cual es que este está únicamente direccionado para la ciudad de Quito y centrándose para un nivel socioeconómico medio y medio alto de la capital Ecuatoriana. Al tratarse de información con cambios constantes, como lo son los gustos y preferencias de las personas, es importante estar al día permanentemente con las preferencias de los consumidores de restaurantes. Esta es una investigación exclusiva para empresas que mercadeen algún tipo de software para la administración de restaurantes y para los restaurantes que estén interesados y tengan la necesidad de realizar una inversión en uno de estos productos.

### **Recomendaciones para futuros estudios**

Para futuros estudios me parece que sería de gran utilidad y brindaría muchos resultados poder realizarse el estudio con más tipos de software e incluso en algún establecimiento donde no se utilice ningún sistema de administración en absoluto, para poder evaluar de manera más a detalle el impacto entre usar o no usar un sistema de administración de restaurantes. Para futuros estudios me

parece que fue de especial importancia para la investigación tener un conocimiento claro del sistema del que se está basando la investigación, ya que de esta forma, se puede entender más aun las necesidades del cliente de Chanage POS Solutions así como las del consumidor final o la de los establecimientos.

### **Resumen general**

Aldelo es un sistema para la administración de restaurantes con presencia mundial y ocho años en Ecuador. La investigación realizada se basó en determinar como el uso de este sistema afecta la satisfacción de los clientes en los restaurantes. Después de un proceso de entrevista a los administradores o dueños de restaurantes se entendió de mejor manera cuáles son sus necesidades y como Aldelo les ayuda a simplificar su trabajo diario y también a ser más eficientes. Por medio de una encuesta a los clientes de los restaurantes logramos identificar la importancia que brinda Aldelo en la satisfacción de las persona sal momento de consumo en restaurantes, además de también poder determinar qué tan beneficioso puede ser para los restaurantes implementar nuevos procesos, que Aldelo brinda, con el objetivo de que la experiencia de sus clientes sea más placentera. Como pudimos observar en los resultados es recomendable que los restaurantes de la ciudad de Quito realicen una inversión en un sistema de administración de restaurantes y en específico Aldelo, ya que brinda mayor satisfacción a los clientes y ofrece características interesantes y novedosas para su clientela.

## REFERENCIAS

- Aldelo. (2013). *Aldelo*. Retrieved from Aldelo: <http://www.aldelo.com/AboutUs.aspx>
- Aldelo. (2013). Payment Card Industry Data Security Standard Implementation Guide2 . Aldelo.
- Aldelo, LP. (2013). *Aldelo POS User Manual*. Modesto: Aldelo, LP.
- Chanage, C. (2013, November 1st). Representante Aldelo en Ecuador. (K. Chanage, Interviewer)
- Dahmer, S. J. (2009). *RESTAURANT SERVICE BASICS*. Hoboken: JohnWiley & Sons, IncZ.
- Godoy, D. (2013, November 2nd). Administracion Hotelera. (K. Chanage, Interviewer)
- INEC. (2010). *Resultados Censo Económico*. Quito: INEC.
- Izurieta, P. (2013, November 5th). Administracion Hotelera. (K. Chanage, Interviewer)
- Meyer, A. L. (2013). *How to Open and Operate a Restaurant*. Guilford: Morris Book Publishing, LLC.
- NetQuest. (n.d.). *NetQuest Campo Online Avanzado*. Retrieved from [http://www.netquest.com/panel\\_netquest/calculadora\\_muestras.php](http://www.netquest.com/panel_netquest/calculadora_muestras.php)
- Ninemeier, J. D. (1991). *Planning and Control for Food and Beverage Operations*. East Lansing: The Educational Institute of American Hotel & Motel Association.
- O'Brien, J. A. (2011). *MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS*. McGraw Hill.
- Sampieri, R. H. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F: Mc Graw Hill.
- WordReference. (n.d.). *Word Reference*. Retrieved from <http://www.wordreference.com/definicion/software>

**ANEXO A: ENCUESTA****CUESTIONARIO SOBRE SATISFACCION DEL CLIENTE**

FECHA: \_\_\_\_\_

La presente encuesta tiene como objetivo medir su satisfacción referente al servicio recibido en este establecimiento.

## 1. Sexo:

 Masculino Femenino

## 2. Edad:

 Menos de 18 años 18 a 30 años 31 a 45 años 46 a 60 años 61 años o más

## 3. Sector donde vive:

 Norte Centro Sur Cumbayá, Tumbaco, Pifo, Puembo. Valle de los Chillos Fuera de la ciudad / país

4. ¿Con que frecuencia consume usted en restaurantes?

Diariamente

Una vez a la semana

Más de una vez a la semana

Una vez al mes

5. Indique el valor promedio de las facturas que se le emiten en un restaurante

\$5-\$15

\$15-\$25

\$25-\$40

\$40 o más

6. Califique la agilidad con la cual se realizó el proceso de pedido:

Excelente

Muy Buena

Buena

Deficiente

Mala

7. Califique la agilidad con la cual se realizó el proceso de facturación de la cuenta:

Excelente

Muy Buena

Buena

Deficiente

- Mala
8. Califique la agilidad con la cual se realizó el proceso del pago de la cuenta:
- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Deficiente
- Mala
9. Que tan satisfecho estaría usted si su orden sería tomada desde un dispositivo electrónico como un Tablet, Ipad, etc.
- Muy satisfecho
- Ligeramente satisfecho
- Ni satisfecho Ni insatisfecho
- Insatisfecho
10. Conoce usted la opción de utilizar cupones electrónicos vía web y verlos reflejados en su cuenta:
- Si
- No
11. En caso de haber respondido Sí la pregunta anterior, que tanto le gustaría contar con este servicio en los establecimientos donde usted realiza sus consumos:
- Bastante

- Regular
- Poco
- Me es indiferente

12. Que tan importante es para usted que el restaurante escogido para realizar sus consumos cuente con un sistema de administración y facturación

- Muy importante
- Importante
- Indiferente
- Poco importante
- No importante

**GRACIAS!**

## ANEXO B: INFORMACIÓN ENCUESTAS

Sexo:	Edad:	Sector donde vive:	¿Con que frecuencia consume usted en restaurantes?	Indique el valor promedio de las facturas que se le emiten en un restaurante	Califique la agilidad con la cual se realizó el proceso de pedido:	Califique la agilidad con la cual se realizó el proceso de facturación de la cuenta:	Califique la agilidad con la cual se realizó el proceso del pago de la cuenta:	Que tan satisfecho estaría usted si su orden sería tomada desde un dispositivo electrónico como un Tablet, Ipad, etc.	Conoce usted la opción de utilizar cupones electrónicos vía web y verlos reflejados en su cuenta:	En caso de haber respondido Sí la pregunta anterior, que tanto le gustaría contar con este servicio en los establecimientos donde usted realiza sus consumos:	Que tan importante es para usted que el restaurante escogido para realizar sus consumos cuente con un sistema de administración y facturación
FEMENINO	D. 46 A 60	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	UNA VEZ A LA SEMANA	C.25-45	MALA	MALA	MALA	INSATISFECHO	NO	0	NO IMPORTANTE
FEMENINO	D. 46 A 60	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	C.25-45	EXCELENTE	MUY BUENA	MUY BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	SI	REGULAR	POCO IMPORTANTE
FEMENINO	D. 46 A 60	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	UNA VEZ AL MES	D. 40 O MAS	DEFICIENTE	DEFICIENTE	EXCELENTE	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SI	POCO	INDIFERENTE
FEMENINO	D. 46 A 60	NORTE	UNA VEZ AL MES	D. 40 O MAS	DEFICIENTE	DEFICIENTE	DE	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	NO IMPORTANTE
FEMENINO	C. 31 A 45	CENTRO	UNA VEZ A LA SEMANA	C.25-45	MUY BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	POCO IMPORTANTE
FEMENINO	C. 31 A 45	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	UNA VEZ A LA SEMANA	C.25-45	EXCELENTE	DEFICIENTE	DE	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	POCO IMPORTANTE
FEMENINO	C. 31 A 45	NORTE	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	C.25-45	MUY BUENA	BUENA	MUY BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	SI	REGULAR	INDIFERENTE
FEMENINO	C. 31 A 45	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	C.25-45	DEFICIENTE	DEFICIENTE	MALA	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	POCO IMPORTANTE
FEMENINO	C. 31 A 45	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	C.25-45	MUY BUENA	BUENA	BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	POCO IMPORTANTE
FEMENINO	C. 31 A 45	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	UNA VEZ A LA SEMANA	C.25-45	MUY BUENA	BUENA	BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	POCO IMPORTANTE
FEMENINO	B. 18 A 30	NORTE	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	C.25-45	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	B. 18 A 30	VALLE DE LOS CHILLOS	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	BUENA	BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	B. 18 A 30	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	IMPORTANTE
FEMENINO	B. 18 A 30	NORTE	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	REGULAR	NO IMPORTANTE
FEMENINO	C. 31 A 45	VALLE DE LOS CHILLOS	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	C.25-45	BUENA	BUENA	MUY BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	POCO IMPORTANTE
FEMENINO	C. 31 A 45	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	BUENA	BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	B. 18 A 30	NORTE	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	BUENA	MUY BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	SI	REGULAR	INDIFERENTE
FEMENINO	A. MENOS DE 18	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	A. MENOS DE 18	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	IMPORTANTE
FEMENINO	A. MENOS DE 18	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	BUENA	BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	A. MENOS DE 18	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	BUENA	BUENA	BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	A. MENOS DE 18	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	BUENA	BUENA	BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
MASCULINO	B. 18 A 30	NORTE	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	EXCELENTE	BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	DIARIAMENTE	B. 15-25	EXCELENTE	MUY BUENA	BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30	NORTE	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	MUY BUENA	BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30	NORTE	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45	VALLE DE LOS CHILLOS	UNA VEZ A LA SEMANA	C.25-45	MUY BUENA	BUENA	BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45	CENTRO	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	UNA VEZ A LA SEMANA	C.25-45	MUY BUENA	BUENA	BUENA	MUY SATISFECHO	SI	REGULAR	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45	NORTE	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	D. 40 O MAS	MUY BUENA	DEFICIENTE	BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	UNA VEZ AL MES	D. 40 O MAS	BUENA	BUENA	BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45	VALLE DE LOS CHILLOS	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	D. 40 O MAS	EXCELENTE	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	C.25-45	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	UNA VEZ A LA SEMANA	C.25-45	MUY BUENA	BUENA	BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	A. MENOS DE 18	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	MUY BUENA	BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	A. MENOS DE 18	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	EXCELENTE	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	A. MENOS DE 18	VALLE DE LOS CHILLOS	MAS DE 1 VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	EXCELENTE	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	IMPORTANTE
MASCULINO	A. MENOS DE 18	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	A. MENOS DE 18	CENTRO	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	A. MENOS DE 18	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE



Sexo:	Edad:	Sector donde vive:	¿Con que frecuencia consume usted en restaurantes?	Indique el valor promedio de las facturas que se le emiten en un restaurante	Califique la agilidad con la cual se realizó el proceso de pedido:	Califique la agilidad con la cual se realizó el proceso de facturación de la cuenta:	Califique la agilidad con la cual se realizó el proceso de pago de la cuenta:	Que tan satisfecho estaría usted si su orden sería tomada desde un dispositivo electrónico como un Tablet, Ipad, etc.	Conoce usted la opción de utilizar cupones electrónicos vía web y verlos reflejados en su cuenta:	En caso de haber respondido Sí la pregunta anterior, que tanto le gustaría contar con este servicio en los establecimientos donde usted realiza sus consumos:	Que tan importante es para usted que el restaurante escogido para realizar sus consumos cuente con un sistema de administración y facturación
MASCULINO	C. 31 A 45 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	EXCELENTE	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	DIARIAMENTE	A. 5-15	EXCELENTE	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	DIARIAMENTE	A. 5-15	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	EXCELENTE	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	DIARIAMENTE	A. 5-15	EXCELENTE	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	A. MENOS DE 18 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	MUY BUENA	BUENA	MUY SATISFECHO	SI	POCO	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	SI	REGULAR	IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	D. 46 A 60 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	NO	0	IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	LIGERAMENTE SATISFECHO	SI	REGULAR	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	UNA VEZ A LA SEMANA	D. 40 O MAS	MUY BUENA	MUY BUENA	BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	DIARIAMENTE	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	EXCELENTE	EXCELENTE	LIGERAMENTE SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	D. 46 A 60 AÑOS	VALLE DE LOS CHILLOS	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	SI	REGULAR	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	E. 61 AÑOS O MAS	FUERA DEL PAIS / CIUDAD	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
MASCULINO	D. 46 A 60 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	BUENA	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	MUY BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	DIARIAMENTE	B. 15-25	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	D. 46 A 60 AÑOS	NORTE	MENSUAL	D. 40 O MAS	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	IMPORTANTE
MASCULINO	A. MENOS DE 18 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	SI	REGULAR	IMPORTANTE
MASCULINO	D. 46 A 60 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	D. 40 O MAS	BUENA	BUENA	BUENA	MUY SATISFECHO	SI	REGULAR	IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	D. 40 O MAS	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	A. MENOS DE 18 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	D. 46 A 60 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	IMPORTANTE
MASCULINO	C. 31 A 45 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE

MASCULINO	A. MENOS DE 18 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	E. 61 AÑOS O MAS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	D. 40 O MAS	BUENA	BUENA	BUENA	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
MASCULINO	C. 31 A 45 AÑOS	SUR	UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	DIARIAMENTE	B. 15-25	BUENA	BUENA	BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	DIARIAMENTE	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	EXCELENTE	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	DIARIAMENTE	A. 5-15	MUY BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	DIARIAMENTE	A. 5-15	EXCELENTE	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	DIARIAMENTE	B. 15-25	MUY BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	VALLE DE LOS CHILLOS	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	VALLE DE LOS CHILLOS	DIARIAMENTE	B. 15-25	EXCELENTE	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	VALLE DE LOS CHILLOS	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	VALLE DE LOS CHILLOS	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	DIARIAMENTE	A. 5-15	EXCELENTE	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	DIARIAMENTE	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	DIARIAMENTE	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	DIARIAMENTE	A. 5-15	MUY BUENA	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
MASCULINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
FEMENINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	BUENA	BUENA	BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	IMPORTANTE
FEMENINO	B. 18 A 30 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	IMPORTANTE
FEMENINO	A. MENOS DE 18 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	NO	0	IMPORTANTE
FEMENINO	D. 46 A 60 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	UNA VEZ A LA SEMANA	D. 40 O MAS	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	C. 31 A 45 AÑOS	CENTRO	MENSUAL	C. 25-40	BUENA	BUENA	BUENA	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	C. 31 A 45 AÑOS	VALLE DE LOS CHILLOS	UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	BUENA	BUENA	DEFICIENTE	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	POCO IMPORTANTE
FEMENINO	B. 18 A 30 AÑOS	CENTRO	DIARIAMENTE	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE

FEMENINO	B. 18 A 30 AÑOS	FUERA DEL PAIS / CIUDAD	UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	D. 46 A 60 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	D. 40 O MAS	MUY BUENA	EXCELENTE	EXCELENTE	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	POCO IMPORTANTE
FEMENINO	D. 46 A 60 AÑOS	VALLE DE LOS CHILLOS	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	BUENA	BUENA	BUENA	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	POCO IMPORTANTE
FEMENINO	B. 18 A 30 AÑOS	SUR	MENSUAL	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	NO IMPORTANTE
FEMENINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	MUY BUENA	BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	SI	REGULAR	MUY IMPORTANTE
FEMENINO	B. 18 A 30 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	IMPORTANTE
FEMENINO	C. 31 A 45 AÑOS	CENTRO	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	POCO IMPORTANTE
FEMENINO	C. 31 A 45 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	C. 31 A 45 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	BUENA	MUY BUENA	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	D. 46 A 60 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	INSATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	D. 46 A 60 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	BUENA	BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	MUY IMPORTANTE
FEMENINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
FEMENINO	C. 31 A 45 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	DIARIAMENTE	A. 5-15	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY SATISFECHO	NO	0	IMPORTANTE
FEMENINO	A. MENOS DE 18 AÑOS	CUMBAYA, TUMBACO, PIFO, PUEMBO	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	REGULAR	IMPORTANTE
FEMENINO	E. 61 AÑOS O MAS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	BUENA	BUENA	BUENA	INSATISFECHO	NO	0	POCO IMPORTANTE
FEMENINO	D. 46 A 60 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	DEFICIENTE	MALA	MALA	MUY SATISFECHO	NO	0	POCO IMPORTANTE
FEMENINO	D. 46 A 60 AÑOS	NORTE	MENSUAL	D. 40 O MAS	BUENA	BUENA	MUY BUENA	LIGERAMENTE SATISFECHO	SI	REGULAR	IMPORTANTE
FEMENINO	D. 46 A 60 AÑOS	NORTE	MENSUAL	D. 40 O MAS	MUY BUENA	EXCELENTE	EXCELENTE	LIGERAMENTE SATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	C. 31 A 45 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	D. 40 O MAS	MUY BUENA	EXCELENTE	BUENA	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	IMPORTANTE
FEMENINO	C. 31 A 45 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	D. 40 O MAS	MUY BUENA	MUY BUENA	MUY BUENA	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	A. MENOS DE 18 AÑOS	NORTE	MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	A. 5-15	MUY BUENA	BUENA	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	IMPORTANTE
FEMENINO	E. 61 AÑOS O MAS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	BUENA	BUENA	BUENA	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	NO IMPORTANTE
FEMENINO	B. 18 A 30 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	BUENA	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	NO	0	IMPORTANTE
FEMENINO	D. 46 A 60 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	D. 40 O MAS	BUENA	MUY BUENA	DEFICIENTE	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	C. 31 A 45 AÑOS	NORTE	MENSUAL	D. 40 O MAS	EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	MUY IMPORTANTE
FEMENINO	C. 31 A 45 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	C. 25-40	MUY BUENA	EXCELENTE	EXCELENTE	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	NO	0	INDIFERENTE
FEMENINO	C. 31 A 45 AÑOS	NORTE	UNA VEZ A LA SEMANA	B. 15-25	MUY BUENA	EXCELENTE	EXCELENTE	MUY SATISFECHO	SI	BASTANTE	INDIFERENTE

