

ÍNDICE DE CONTENIDO

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1.1 Antecedentes de la comida rápida	1
1.1.2 Antecedentes del sector	1
1.1.3 Importancia de medir la satisfacción	2
1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
1.3 FORMULACION DE OBJETIVOS	7
1.3.1 Objetivo general	7
1.3.2 Objetivos específicos	7
1.4 ALCANCE DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	7
1.5 JUSTIFICACIÓN	7
1.6 HIPÓTESIS DE INVESTIGACION	8
1.7 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	8
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	9
2.1 Relación cliente-restaurante	9
2.2 Definición de la Satisfacción del cliente	10
2.3 Teorías sobre la satisfacción del cliente	12
2.3.1 Teoría de la confirmación de las expectativas	13
2.3.1.1 Expectativas	13
2.3.1.2 La Performance o rendimiento percibido	14
2.3.2 Modelos basados en la teoría de la equidad	14
2.3.3 Modelos basados en la teoría de la atribución causal	15
2.4 Niveles de satisfacción	15
2.5 Calidad vs Satisfacción	16
2.5.1 Calidad del servicio	16
2.5.2 Calidad	17
2.5.3 Servicio	17
2.6 Modelos de satisfacción	17
2.6.1 Modelo SERVQUAL	18
2.6.2 Modelo SERVPERF	19
2.6.2.1 Dimensiones del Modelo SERVPERF	21

2.7 Análisis estadísticos.....	22
2.7.1 Análisis factorial.....	22
2.7.1.1 El Test de Esfericidad de Bartlett.....	23
2.7.1.2 El Índice Kaiser-Meyer-Olkin (KMO).....	23
2.7.1.3 Varianza total explicada.....	24
2.7.1.4 Correlación de Pearson.....	24
CAPÍTULO 3. MARCO PRÁCTICO.....	26
3.1 Diagnostico.....	26
3.1.1 Macroentorno.....	26
3.1.1.1 Población Boliviana.....	28
3.1.2 Microentorno.....	29
3.1.2.1 Oferta de comida.....	31
3.2 Diseño Metodológico.....	33
3.2.1 Tipo de investigación.....	33
3.2.2 Diseño de la investigación.....	33
3.2.3 Población.....	33
3.2.4 Muestra.....	33
3.2.4.1 Tipo de muestreo.....	33
3.2.4.2 Tamaño de la muestra.....	34
3.2.5 Variables de estudio.....	35
3.2.5.1 Variable dependiente.....	35
3.2.5.2 Variables independientes.....	35
3.2.6 Fuentes y recolección de datos.....	37
3.2.6.1 Instrumento.....	37
3.2.5.2 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos obtenidos.....	40
3.3 Análisis e interpretación de datos.....	40
3.3.1 Proceso de recolección de datos.....	40
3.3.2 Análisis de la información.....	40
3.3.3 Descripción de los resultados.....	41
3.3.3.1 Descripción de los datos sociodemográficos.....	42
3.3.3.2 Descripción de los niveles de la variable satisfacción.....	45
3.3.3.3 Descripción de los niveles de la variable calidad del servicio.....	46

3.3.3.4 Descripción de los niveles de la variable de comportamiento de queja.....	47
3.3.3.5 Descripción de los niveles de la variable de la calidad de la comida	48
3.3.3.6 Descripción de los niveles de la variable de valor percibido	49
3.3.3.7 Descripción de la variable Satisfacción por género	50
3.3.3.8 Descripción de la variable Satisfacción por edad	51
3.3.3.9 Descripción de la variable de Satisfacción por zona	52
3.3.3.10 Descripción de la variable Satisfacción por ocupación.....	53
3.3.3.11 Descripción de la variable Calidad del servicio por edades	54
3.3.3.12 Descripción de la variable Calidad del servicio por género	55
3.3.3.13 Descripción de la variable Calidad del servicio por zona.....	56
3.3.3.14 Descripción de la variable Calidad del servicio por ocupación	57
3.4 Análisis Factorial	58
3.4.1 Prueba de KMO y Bartlett.....	58
3.4.2 Análisis de los componentes principales	59
3.4.3 Elaboración de la matriz	60
3.4.4 Ubicación de los componentes.....	64
3.5 Contratación de hipótesis.....	65
CAPÍTULO 4. PROPUESTA	67
4.1 Modelo Propuesto	67
4.2 Plan de acciones.....	69
CAPÍTULO 5.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	80
BIBLIOGRAFÍA.....	83

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.1.....	8
Cuadro 3.2.....	30
Cuadro 3.3.....	34
Cuadro 3.4.....	38
Cuadro 4.5.....	67
Cuadro 4.6.....	69