

# EL ANCLA

JESUS SEBASTIAN LOPEZ TORRES

JESUS ANTONIO DE LA PEÑA LOPEZ

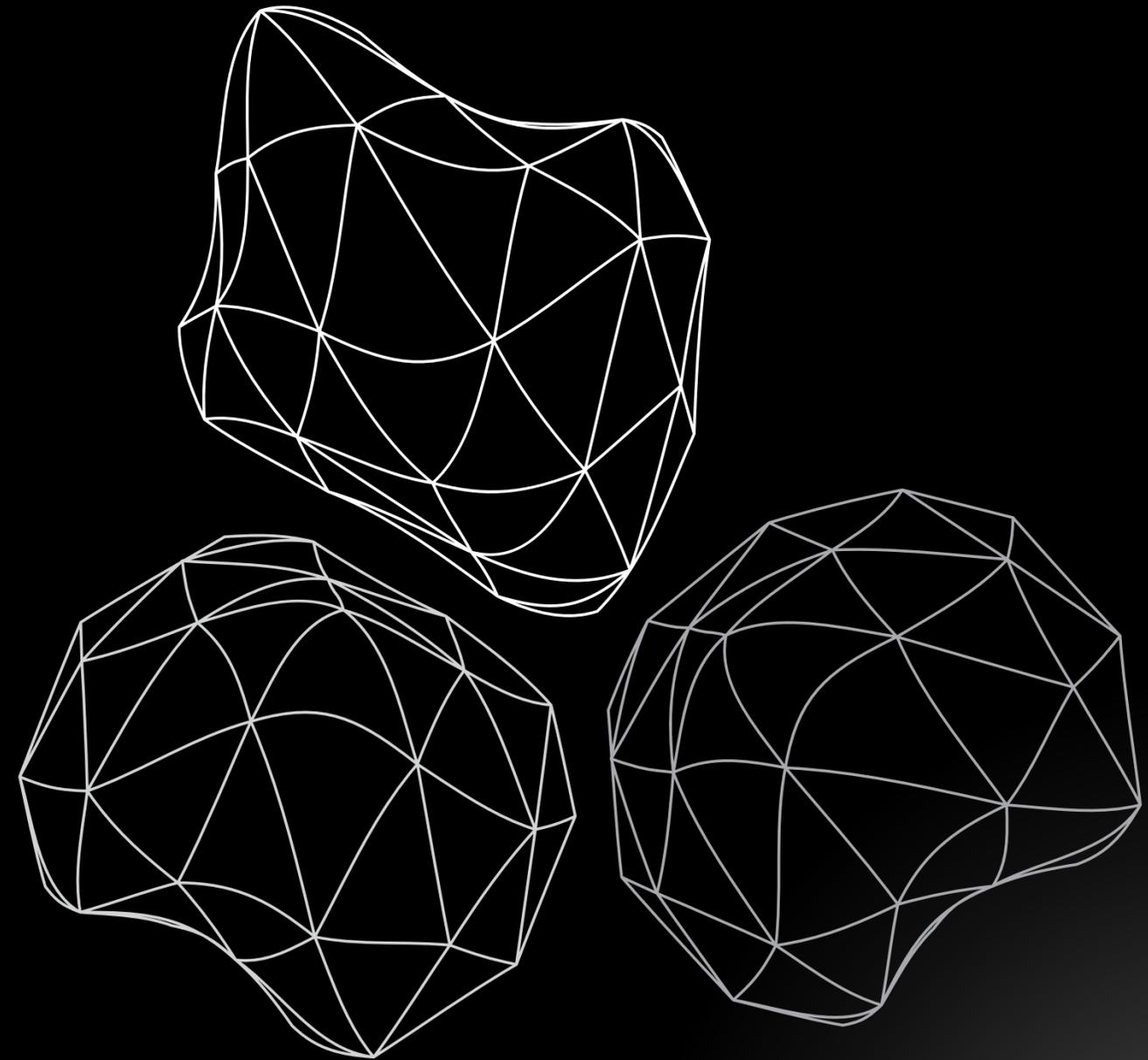
ALEJANDRO EMIR MARTINEZ EK

RAMIRO VERA RAMOS

## Introducción

El presente cuestionario fue aplicado a 50 clientes del restaurante El Ancla con el objetivo de evaluar la calidad del servicio, los alimentos, las instalaciones y la experiencia general. A través de once preguntas, se recabaron opiniones en una escala de Bueno, Regular y Malo, lo que permitió identificar tanto las fortalezas como las áreas de oportunidad del negocio.

El análisis de los resultados no solo ofrece una visión clara de la percepción de los clientes, sino que también constituye una herramienta valiosa para la toma de decisiones estratégicas, orientadas a mejorar la satisfacción, fidelidad y competitividad del restaurante en el mercado local.



<b>CALIFICACION</b>	1.- Amabilidad del personal	2.- Rapidez del servicio	3.- Atención personalizada	4.- Sabor de los platillos	5.- Presentación de los alimentos	6.- Variedad del menú	7.- Limpieza del lugar	8.- Comodidad de las instalaciones	9.- Ambiente general	10.- Precios vs calidad	11.- Experiencia general
<b>Bueno</b>	20	14	21	15	17	9	21	13	16	16	14
Malo	11	18	11	20	15	21	18	17	18	16	22
<b>Regular</b>	19	18	18	15	18	20	11	20	16	18	14
<b>IE</b>	0.59.	0.46	0.6	0.45	0.52	0.38	0.53	0.46	0.48	0.5	0.42

## Estrategias para mejorar ese diseño trabajo

### 1. Claridad visual

Asegúrate de que la tipografía sea fácilmente legible (tamaño, contraste, espaciado).

Usa jerarquía visual clara: título subtítulos cuerpo de texto.

No sobrecargues con muchos elementos: deja espacio en blanco para que respire.

### 2. Consistencia estética

Define una paleta de colores coherente. Evita usar muchos colores que no armonicen.

Mantén estilo consistente en iconos, ilustraciones, fotos (misma línea de diseño).

Usa tipografías que combinen bien y restringe a máximo 2 o 3 familias de letra.

### 3. Enfoque en la audiencia

Si es para redes sociales, considera qué tipo de contenido le interesa a tu público: imágenes impactantes, mensajes directos, llamado a la acción claro.

Si es para empresa o público formal, más sobriedad, profesionalismo; si es más creativo/informal, puedes permitirte algo más arriesgado.

### 4. Mensaje claro y llamado a la acción

Identifica cuál es el mensaje más importante y haz que sea lo primero que se vea (encabezados, colores llamativos, iconos).

Incluye un llamado a la acción (CTA): qué quieres que haga la persona que lo ve (contactar, comprar, visitar, llamar, etc.).

Evita que el diseño distraiga del mensaje principal.

## Análisis

### 1. Diseño visual

**Fortalezas:** Canva facilita mantener un diseño atractivo y moderno. Seguramente tu trabajo ya tiene colores llamativos y tipografía legible. Eso capta la atención.

**Debilidades:** A veces se tiende a usar demasiados elementos decorativos (iconos, fondos, fotos de stock) que pueden saturar el contenido. Si tu diseño tiene mucho texto, se corre el riesgo de que pierda impacto visual.

**Oportunidad de mejora:** Reducir la cantidad de elementos a lo esencial y reforzar la jerarquía (títulos grandes, subtítulos claros, texto breve y directo).

### 2. Contenido

**Fortalezas:** El formato de Canva ayuda a organizar ideas en secciones o diapositivas, lo cual facilita la comprensión.

**Debilidades:** Dependiendo de cómo esté hecho, puede faltar claridad en el mensaje central. Muchas veces el contenido se presenta como lista de información, pero sin una conclusión o idea fuerza.

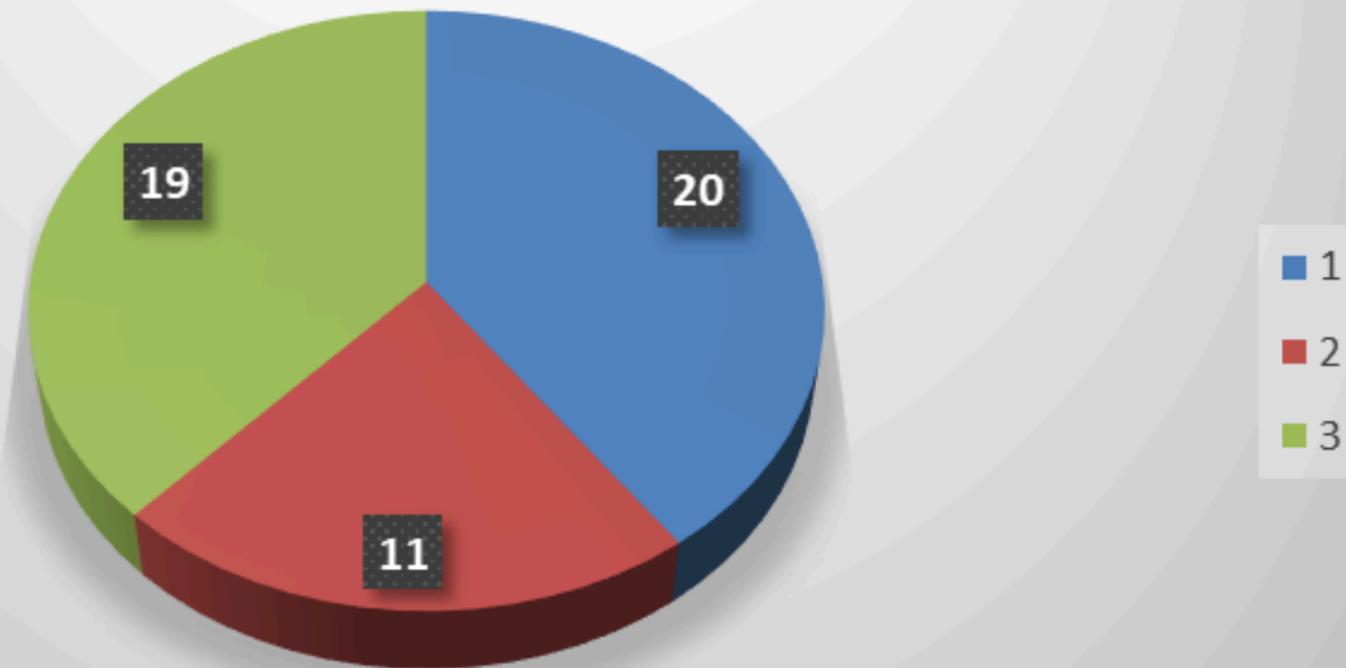
**Oportunidad de mejora:** Identificar la idea principal que quieres transmitir (informar, persuadir, sensibilizar) y reforzarla en cada sección.

### 3. Comunicación con la audiencia

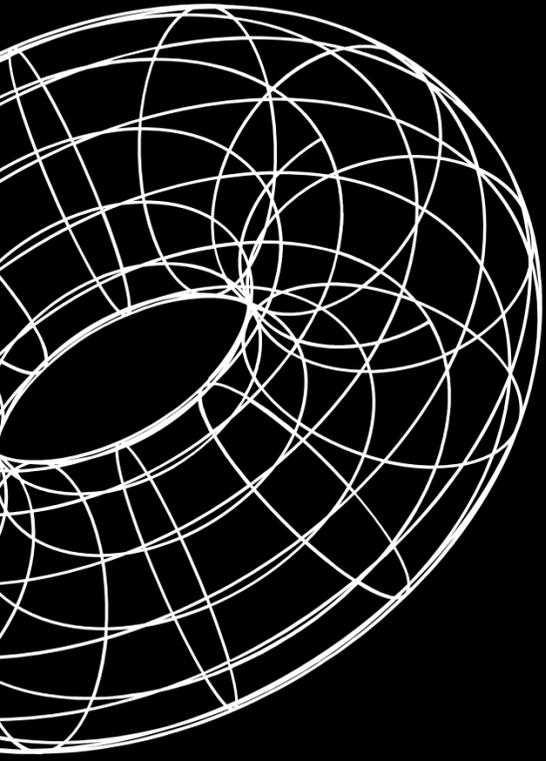
**Fortalezas:** Canva ofrece diseños visuales atractivos que pueden enganchar a tu público rápidamente.

**Debilidades:** Si no se adapta bien el estilo al tipo de público, el mensaje puede perder fuerza (ejemplo: un diseño demasiado juvenil para un público formal).

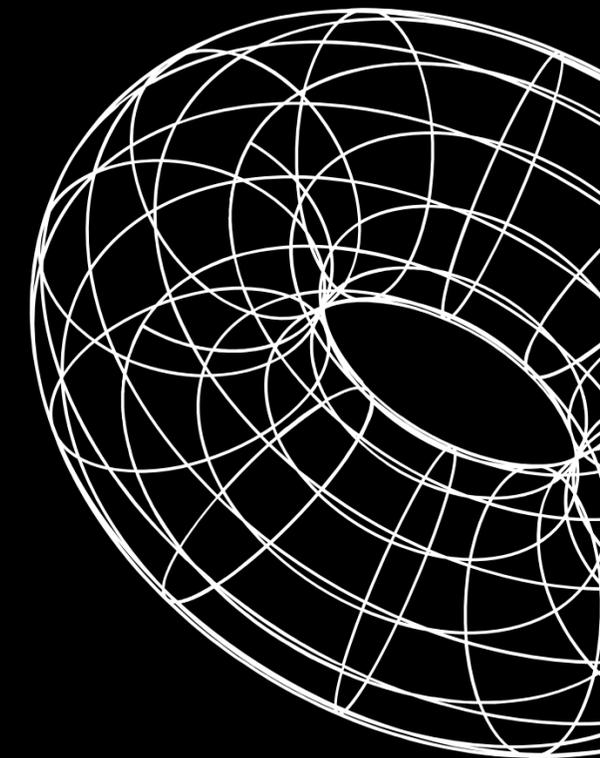
## 1.- Amabilidad del personal

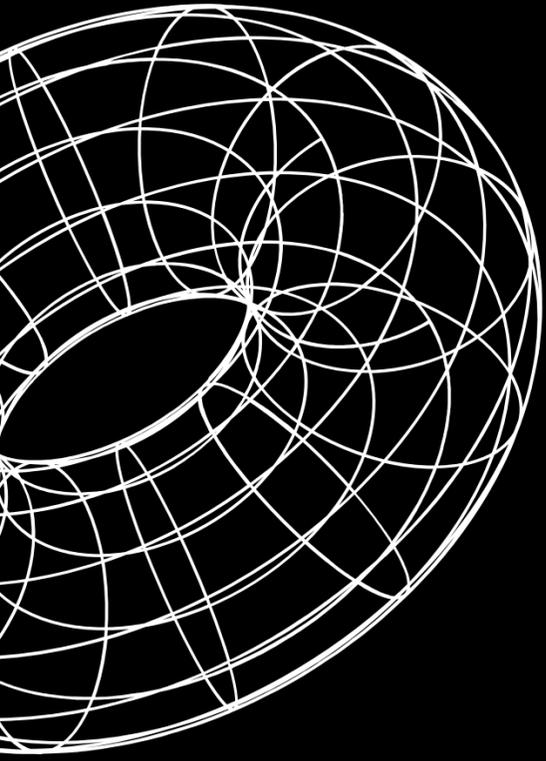


La mayoría percibió al personal como bueno (20), aunque también hubo un número significativo que lo calificó como regular (19). Esto refleja que, aunque el servicio es en general amable, existe un grupo de clientes que no se siente del todo satisfecho. Es un área de fortaleza, pero con margen de mejora en la consistencia del trato.

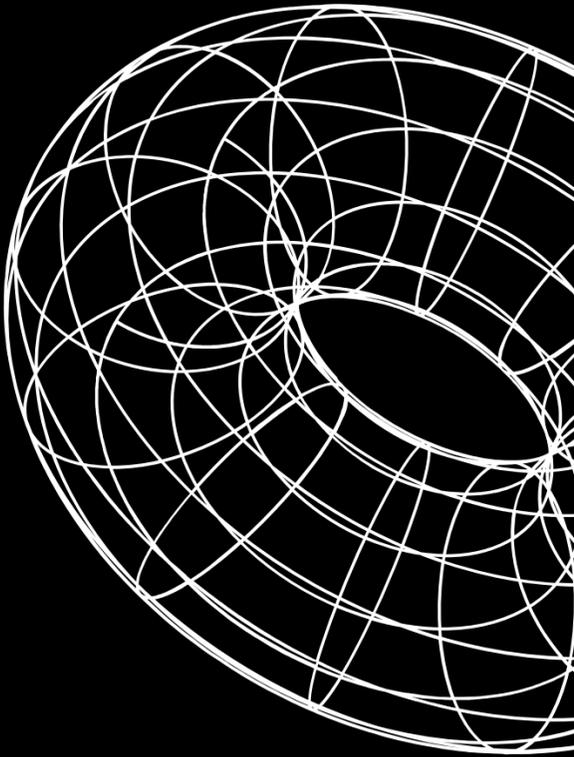


Las opiniones están divididas: 18 dijeron Malo, 18 Regular y 14 Bueno. Esto indica que el restaurante tiene un serio reto en la rapidez del servicio. Muchos clientes perciben demoras, lo que puede afectar la experiencia general.

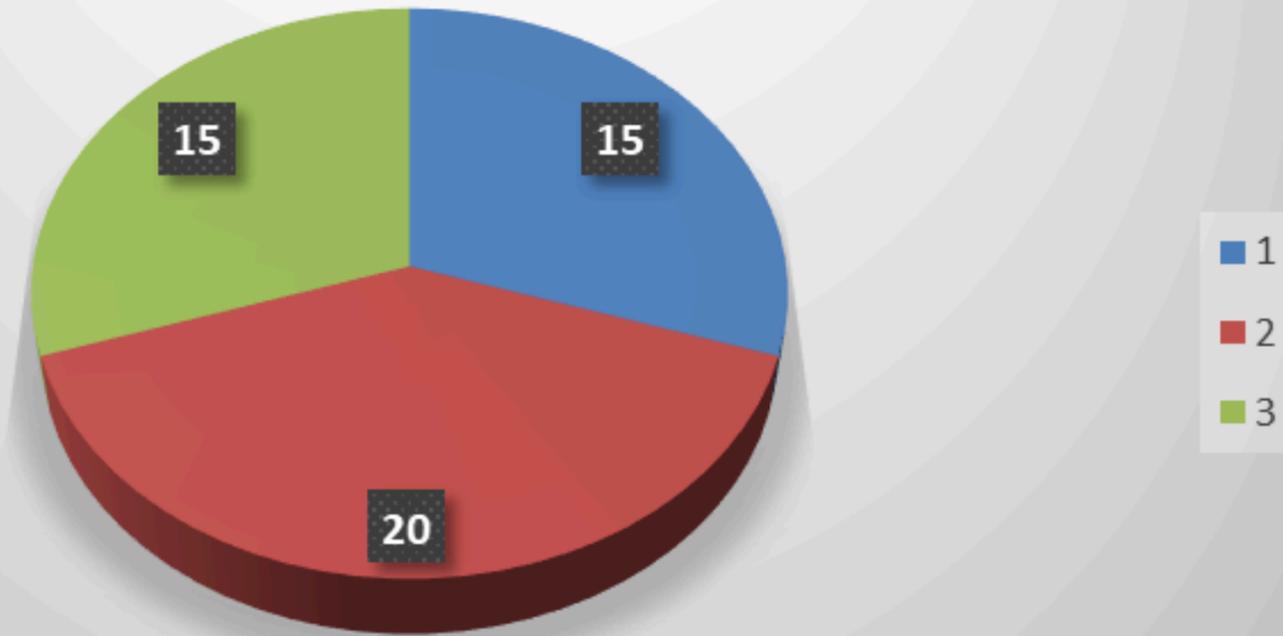




La atención personalizada fue bien valorada con 21 en Bueno, aunque todavía hay 18 en Regular y 11 en Malo. Es un aspecto positivo, pero no todos los clientes sienten que reciben un trato individualizado.

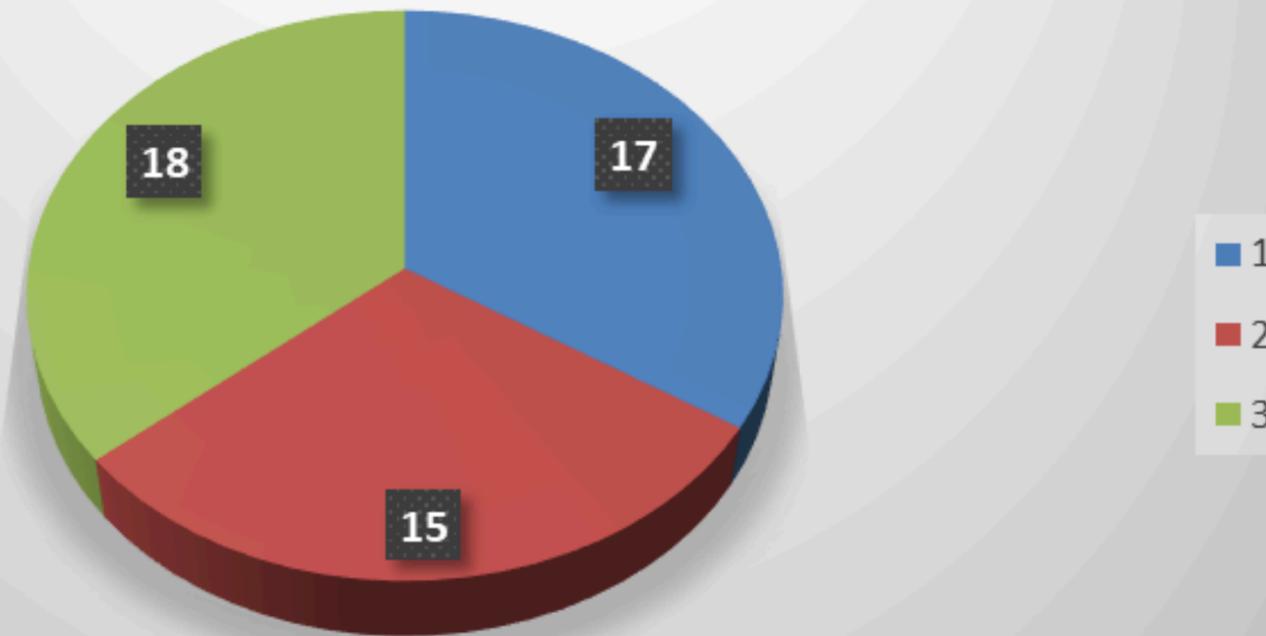


#### 4.- Sabor de los platillos

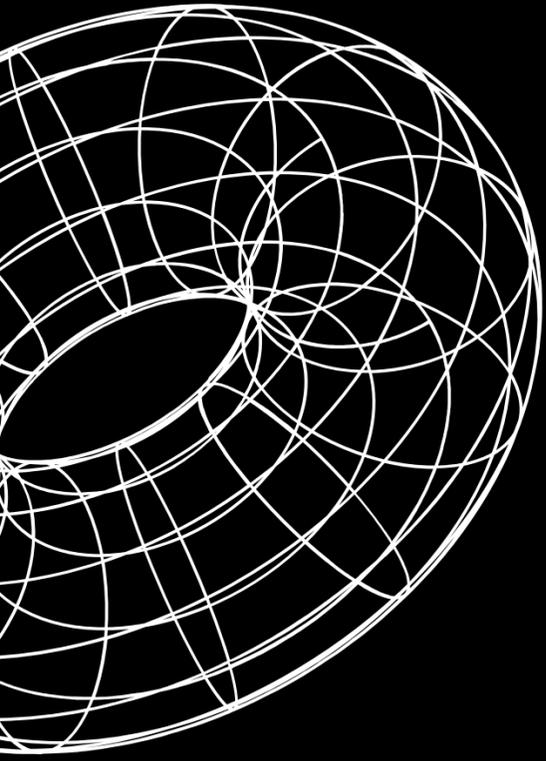


Aquí se observa equilibrio: 15 Bueno, 15 Regular y 20 Malo. El sabor es un punto crítico, ya que la cantidad de clientes insatisfechos es muy alta. Mejorar la sazón y estandarizar recetas debería ser prioridad.

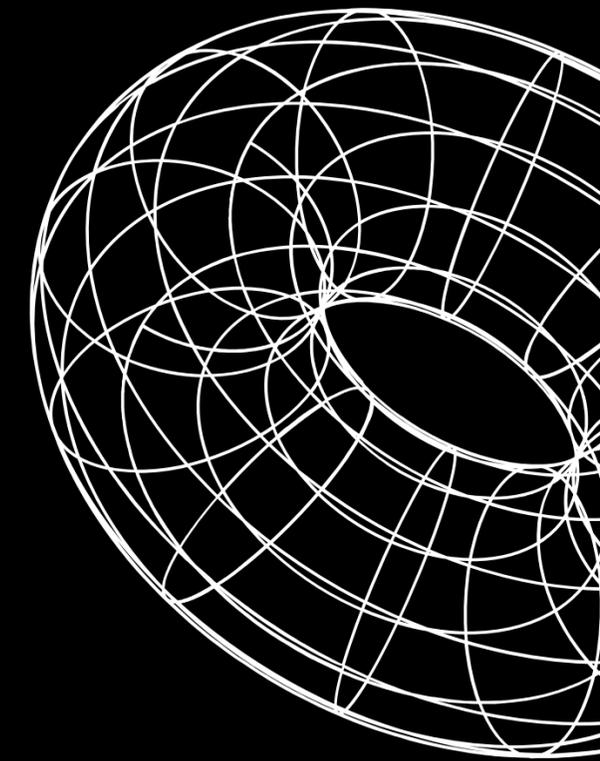
## 5.- Presentación de los alimentos

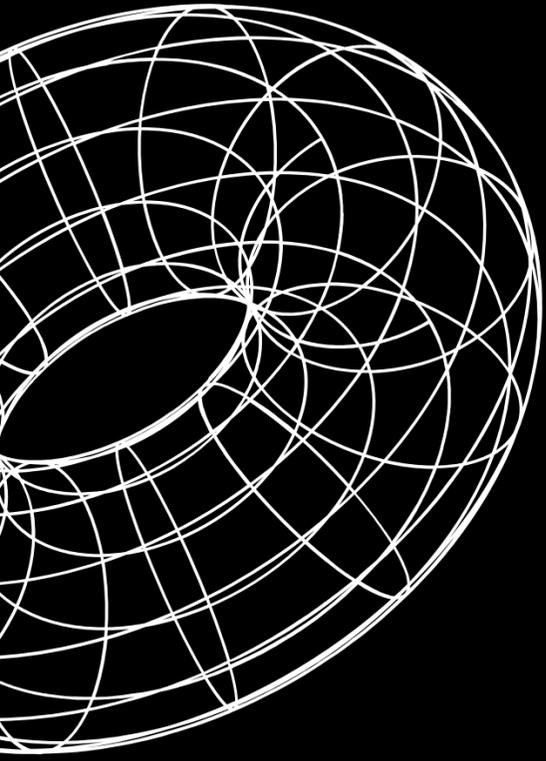


Los resultados muestran 17 Buena, 18 Regular y 15 Mala, lo que indica que la presentación es aceptable, pero no siempre consistente. Hay oportunidad de reforzar la calidad visual de los platillos.

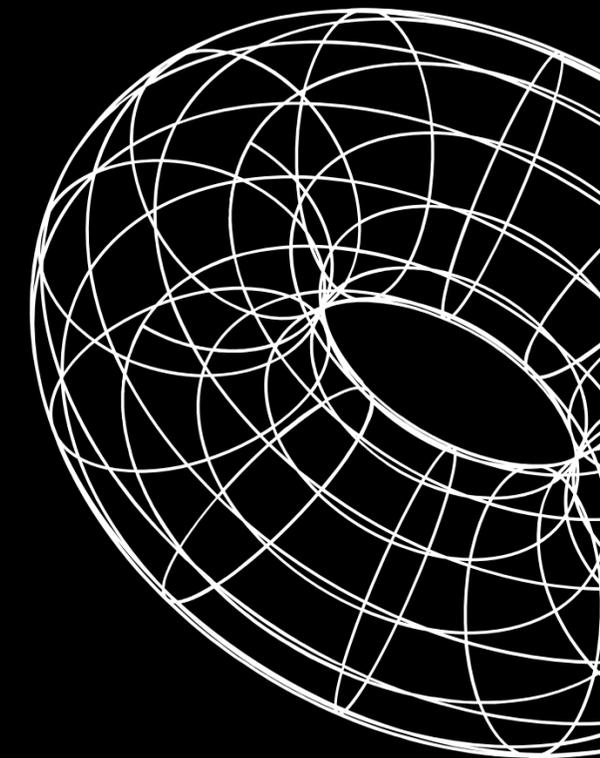


La percepción es más negativa: 21 Malo, 20 Regular y solo 9 Bueno. Los clientes sienten que el menú es limitado o repetitivo, lo cual resta atractivo. Ampliar opciones o incluir platillos innovadores podría mejorar esta área.

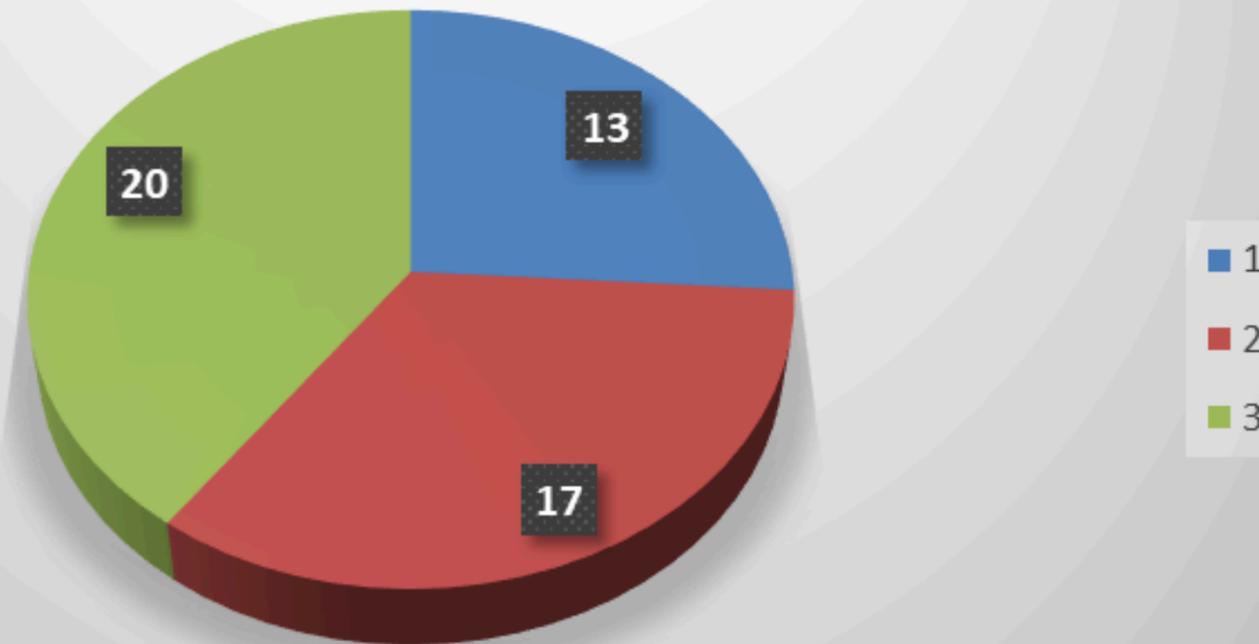




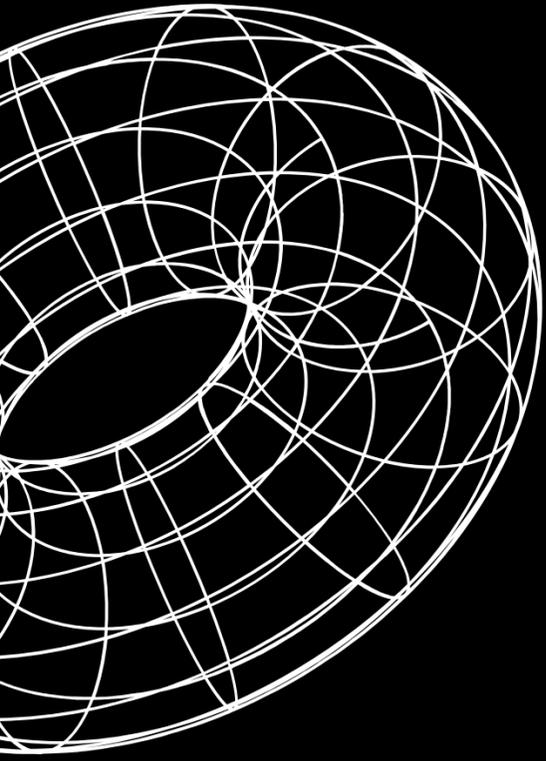
Un punto fuerte: 21 Bueno frente a 18 Malo y 11 Regular. Aunque la mayoría lo reconoce como positivo, todavía hay un número importante que percibe problemas de limpieza, lo que puede dañar la imagen general del restaurante.



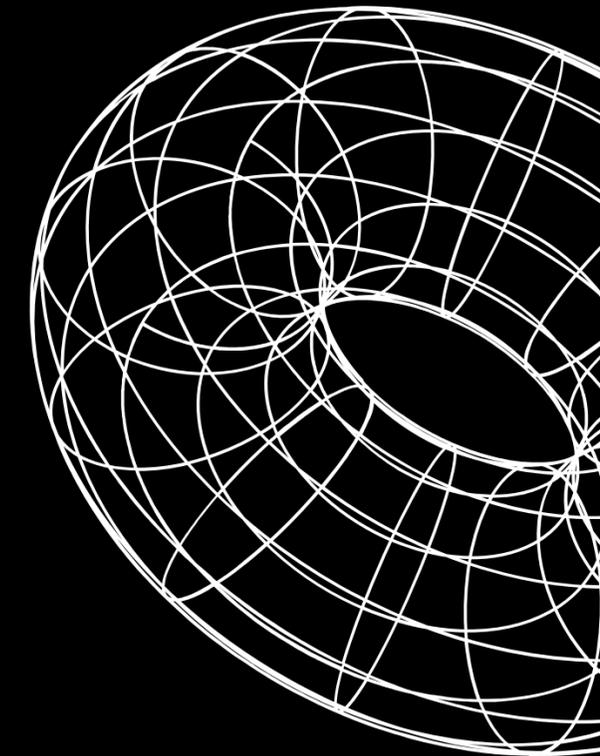
## 8.- Comodidad de las instalaciones

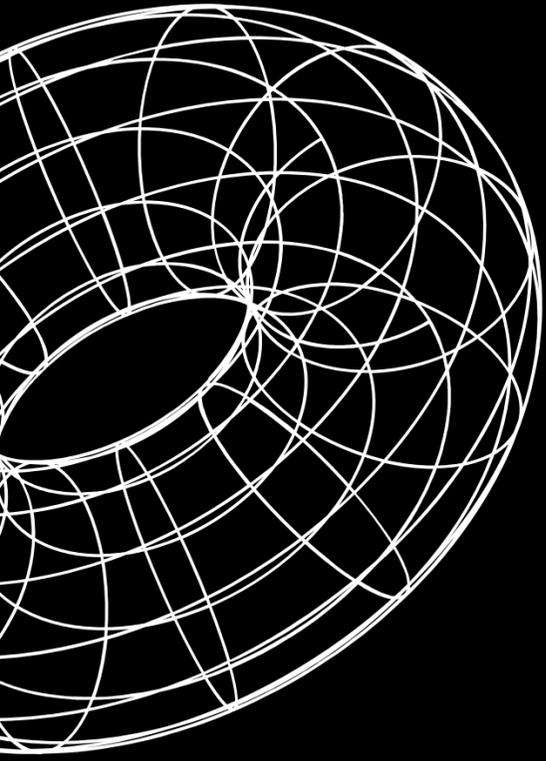


Aquí predomina lo Regular (20) y Malo (17) frente a 13 Bueno. La comodidad no es percibida como satisfactoria. Mejorar mobiliario, espacio o climatización puede marcar una gran diferencia en la experiencia del cliente.

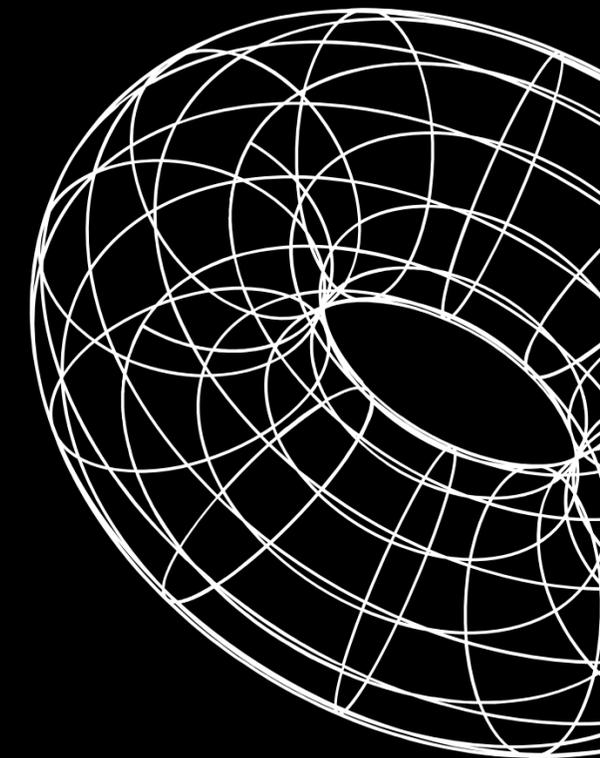


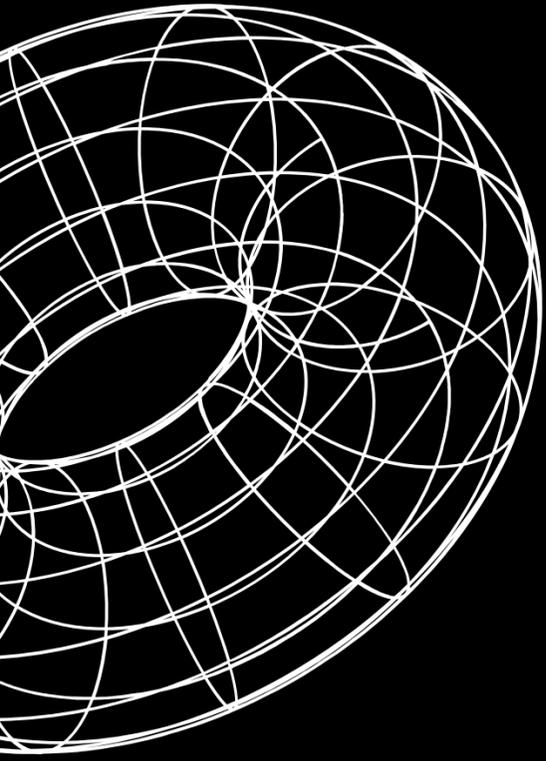
Muy equilibrado: 16 Bueno, 16 Regular y 18 Malo. El ambiente no logra consolidarse como un diferenciador positivo. Pequeños ajustes en música, iluminación o decoración podrían cambiar la percepción.



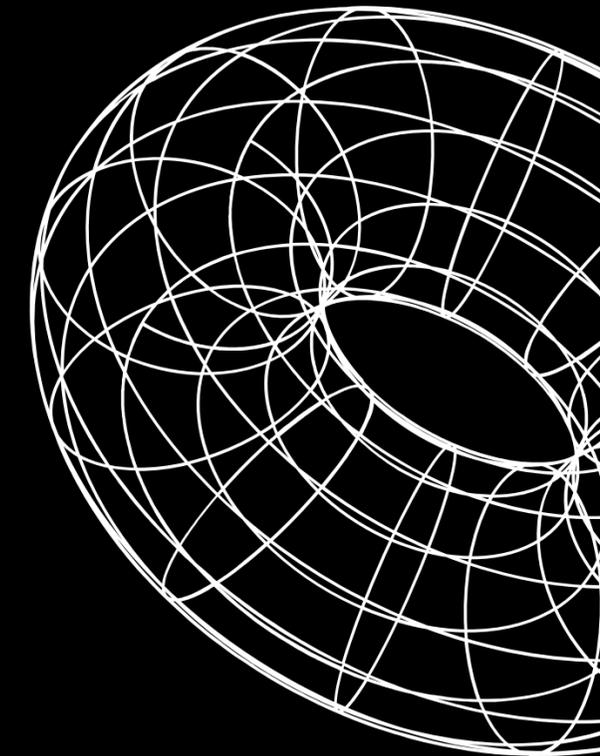


Resultados muy parejos: 16 Bueno, 18 Regular y 16 Malo. La percepción del valor no es clara: para algunos, lo que pagan corresponde con la calidad, pero para otros no. Se debe trabajar en mejorar la relación precio beneficio, ya sea ajustando costos o elevando la calidad.





Predomina lo Malo (22) frente a 14 Bueno y 14 Regular. Este es el reflejo de los puntos anteriores: aunque hay fortalezas (amabilidad, limpieza), los aspectos negativos (sabor, rapidez, variedad, comodidad) influyen mucho en la evaluación global.



## Conclusión:

El restaurante presenta fortalezas importantes en la amabilidad del personal, la atención personalizada y la limpieza del lugar, lo que refleja un compromiso con el servicio.

Sin embargo, existen áreas críticas que deterioran la experiencia general, entre ellas la rapidez del servicio, el sabor de los platillos, la variedad del menú, la comodidad de las instalaciones y el ambiente.

Los clientes esperan no solo amabilidad, sino también eficiencia, alimentos sabrosos y un entorno agradable que justifique la relación precio-calidad.

La percepción negativa en la experiencia global demuestra que estas debilidades tienen un peso mayor que las fortalezas.

Para mejorar, el restaurante debe priorizar la innovación en el menú, la estandarización en la preparación de platillos, la mejora del mobiliario y la ambientación, así como estrategias para optimizar tiempos de atención. De esta forma, podrá transformar la experiencia en una más equilibrada y positiva, aumentando la fidelidad de los clientes y reforzando su competitividad en el mercado local.



**THANK YOU**

TECH COMPANY