



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

**“Análisis de la atención al cliente desde la perspectiva de los
comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita – 2017”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y
HOTELERÍA**

AUTORA:

Evelyn Soledad Chavez Bustamante

ASESOR:

Mg. Sc. Samanta Hilda, Calle Ruiz

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de empresas turísticas y centros de esparcimientos

LIMA - PERU

2017

PÁGINAS PRELIMINARES

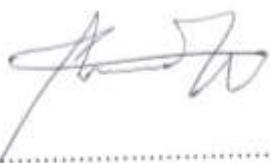
El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) Chávez Bustamante Evelyn Soledad cuyo título es: "Análisis de la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales en restaurante chinawok, santa Anita - 2017"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (número), Quince (letras).

Lima, San Juan de Lurigancho 10 de Diciembre del 2018



.....
 Mg. Zurriaga Porras Walter Enrique



.....
 Mg. Asencio Reyes Luz Irene



.....
 Mg. Sc. Calle Ruiz Samanta Hilda



Elaboró

Dirección de Investigación

Revisó



Responsable del SGC



Aprobó

Vicerectorado de Investigación

Dedicatoria

Dedicado a mi madre y a mi abuela por su perseverante protección y cariño. También a mi enamorado y a los profesores por darme la fuerza y apoyo en este largo camino.

Finalmente dedico este trabajo a mis abuelos que desde el cielo me guían en todo mi camino.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia por el apoyo insistente en este importante proyecto de mi vida, a Dios por darme las fuerzas para seguir adelante en todo lo que me propongo.

No obstante, a todos los profesores por guiarme desde el principio de esta misión, por otro lado a mi centro de prácticas China Wok ya que sin su ayuda por brindarme los datos estadísticos no hubiese podido realizar mi Tesis

Declaratoria de Autenticidad

Yo, Evelyn Soledad Chavez Bustamante con DNI N° 70104337, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración de Turismo y Hotelería, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 16 de diciembre del 2017



Evelyn Chavez Bustamante

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis Titulada **"Análisis de la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita – 2017"** y comprende los capítulos de Introducción, metodología, resultados, conclusiones y recomendaciones. El objetivo de la referida tesis fue determinar cómo se da la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita – 2017, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería.

Atte.



Evelyn Chavez Bustamante

Índice

PÁGINAS PRELIMINARES

Página del jurado	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaratoria de autenticidad	vi
Presentación	vii
Índice	viii

RESUMEN

ABSTRAC

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática	10
1.2 Trabajos previos	12
1.3 Teorías relacionadas al tema	15
1.4 Formulación del problema	18
1.5 justificación del estudio	19
1.6 Objetivo	20

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación	22
2.2 Variables, operacionalización	23
2.3 Población y muestra	25
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	26
2.5 Métodos de análisis de datos	39
2.6 Aspectos éticos	30

III. RESULTADOS 31

IV. DISCUSION 35

V. CONCLUSION 37

VI. RECOMENDACIONES 38

VII. REFERENCIAS 42

ANEXOS

Anexo 1: Instrumentos

Anexo 2: Matriz de consistencia

Anexo 3: Validación de instrumento

Anexo 4: Detalle de Confiabilidad de los ítems del instrumento

Anexo 5: Autorización de publicidad de tesis para repositorio institucional

Anexo 6: Evaluación de la similitud del instrumento con Turnitin

RESUMEN

La investigación realizada tuvo como objetivo principal determinar cómo se da la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita – 2017. Se averiguó teorías relacionadas a la variable “Atención al cliente”, descubriendo como principal autor a Estrada. El tipo de investigación fue aplicada, diseño de la investigación no experimental. Se realizó el determinado cuestionario a los comensales del restaurante China Wok; se elaboró el cuestionario en base a cinco dimensiones, se pudo apreciar una población de 893 comensales, utilizando una muestra censal ya que se tuvo que aplicar el cuestionario en cuatro tiempos, dos turnos de lunes a viernes y dos turnos los sábados y domingos. Los resultados fueron elaborados en el programa estadísticos SPSS versión 22, llegando a evidenciar que la atención al cliente en el restaurante China Wok de Santa Anita en el año 2017 es buena según los datos obtenidos de los comensales.

Palabras claves: Comensales, restaurante, cliente incognito.

ABSTRAC

The main objective of the research was to determine how customer service is given from the perspective of diners in the China Wok restaurant, Santa Anita - 2017. Theories related to the variable "Customer service" were discovered, discovering as the main author Estrada. The type of research was applied, non-experimental research design. The questionnaire was made to the guests of the China Wok restaurant; the questionnaire was elaborated based on five dimensions, we could see a population of 893 people, using a census sample since the questionnaire had to be applied in four times, two shifts from Monday to Friday and two shifts on Saturdays and Sundays. The results were prepared in the statistical program SPSS version 22, showing that the customer service at the China Wok restaurant in Santa Anita in 2017 is good according to the data obtained from the diners.

Keywords: Diners, restaurant, incognito customer.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

En el ámbito del turismo, se les denomina a los clientes como turistas; existen diversas características que lo definen como tal, ya que es un cliente especial para este tipo de sector. En el ámbito de la restauración estos turistas son los comensales que reciben muy cordialmente la atención que se les ofrece en los distintos restaurantes. Brindar una buena atención al cliente en el ámbito de la restauración es una cuestión clave, sobre todo en aquellas que los clientes son la única fuente de ingreso. En un restaurante, lógicamente, los clientes desean que se les ofrezca una buena atención hacia ellos. Sin embargo, lo que encuentran muchas veces es todo lo contrario. Entonces, si se logra ofrecer una buena atención y una comida de calidad se logrará conseguir la satisfacción del cliente y la fidelización.

En la actualidad se ha ido desarrollando el incremento de visitantes en cuanto a los restaurantes de comida rápida. Es por ello que se está tomando como unidad de investigación a estos comensales, para comprender su opinión acerca de la atención que se le brinda en este tipo de restauración.

Los restaurantes se encuentran trabajando arduamente para brindar un servicio de calidad hacia sus clientes, ya que tienen mucho en cuenta el parecer de sus comensales con relación a esta importante situación.

Por otro lado; En China el restaurante fast food Mc Donald's, confecciona un proyecto para la restauración de sus clientes ya que hubo un vocerío por la carne descompuesta que vendían; es por ellos que emplearon a un jefe de seguridad alimentaria y están incrementando las auditorias de calidad en todos sus locales. Gracias a ello han podido contemplar que la problemática en estos últimos meses, es el poco interés que se brinda a los clientes, ya que muchos enjuician la malísima atención que se les brinda, ya que ellos con la buena atención se sienten protegidos y respaldados ante cualquier ocurrencia. Cabe mencionar que muchos de estos restaurantes de comida rápida cuentan capacitaciones de atención al cliente que brindan a su personal, pero sin

embargo no les es de mucha ayuda, ya que son muy pocos los que ponen en práctica lo aprendido.

Sin embargo, la comida del Perú vive un éxito a nivel global y es clasificada como una de las mejores del mundo. Así mismo, es una nación en el cual la atención al cliente y su entusiasmo son temas que en mayor cantidad de restaurantes pasan a un segundo lugar. Cantidad de personas en Perú destinan su dinero en el negocio de los restaurantes al juzgarlo sencillo y productivo; sin embargo muchos fracasan. Esto se acontece en la gran parte de los restaurantes porque no se han direccionado en el servicio, la cual implica la disposición hacia el cliente, tranquilidad, buena esmero, pulcritud, cordialidad, importe de acuerdo al servicio, entre otros. Sólo de esa manera se podrá tener comensales complacidos y devoto al negocio.

Santa Anita es un distrito que actualmente cuenta con solamente un centro comercial llamado Mall Aventura, dentro de ellos se encuentran distintos tipos de restauración, ya sea restaurantes de salón o fast food (comida rápida).

China wok es un restaurante fast food, que se dedica a la adjudicación de comida oriental brindando servicios y productos. Muchas personas comentan que la atención al cliente brindado en estos tipos de restauración es pésima, ya que la mayoría solo se dedica a vender sus productos más no a lograr satisfacer al cliente.

En china wok, se vio evidenciada la ineficiencia de la atención al cliente, por el libro de reclamaciones (ver anexo 4), teniendo como primer lugar al tiempo del servicio, segundo lugar al servicio al cliente y como tercer lugar al producto en general. Es por ello que en el presente trabajo de investigación se quiere dar a conocer como es la atención brindada en este tipo de restauración, con los resultados obtenidos se lograra identificar las dificultades que hacen que se reciba la atención que hoy en día se brinda, y gracias a ello se lograra mejorar el tema presentado.

Por tal razón se necesita reconocer los aspectos que están estorbando al cliente para poder corregirlas y obtener una buena gestión, es necesario educar al personal para brindar un buen servicio, trato personalizado y cariño hacia los

clientes, ya que esto generó la seguridad no solo en ellos sino también en amistades y familiares. Todo ello fue contingente con esta presente exploración que se llevó a cabo para examinar la problemática, alcanzando información interna y externa que ayudó equiparar el desarrollo de la atención al cliente.

1.2 Trabajos previos

Coronel (2011), en su tesis titulada *“Mejoramiento de calidad en el servicio y atención al cliente en el Restaurante “Los Pollos de la Colon” de la ciudad de Riobamba, 2011”* tiene como objetivo mejorar la calidad de servicio y atención al cliente en el restaurante “Los Pollos de la Colon” tuvo una muestra de 367 clientes reales del Restaurante; el instrumento que se utilizó fue la aplicación de encuestas semi – estructuradas dirigidas a los comensales del restaurante, su investigación fue de tipo descriptivo transversal. Como conclusión el restaurante hizo lo mejor para satisfacer al cliente pero se pudo observar que no se ha realizado un buen esfuerzo en su totalidad para el agrado del consumidor; ya que los trabajadores no estuvieron completamente comprometidos, es por ello que se logró el mejoramiento de la atención y calidad hacia el cliente.

Chacom (2012), en su tesis titulada *“Atención al cliente en los restaurantes del municipio de San Pedro, Departamento La Laguna”* tuvo como objetivo identificar la atención al cliente que se ofrece en los restaurantes del municipio de San Pedro La Laguna, departamento de Sololá, tuvo una muestra de 51 personas incluyendo clientes, empleados y gerentes; el instrumento de medición fue para los clientes boletas de preguntas, para los empleados y gerentes preguntas cerradas, su investigación fue descriptiva ya que trabaja sobre realidades de hechos y su característica fundamental fue la de presentar una interpretación correcta. Como conclusión se identificó que la atención al cliente en los restaurantes del municipio de San Pedro La Laguna es adecuado, excepto las malas condiciones higiénicas del servicio sanitario, esto impide que la limpieza en ellos se complique y no que exista la mayor satisfacción del cliente.

Gonzales (2013), en su tesis titulada *“La gestión del mix del marketing y la atención al cliente en los restaurantes de comida china de la provincia de Carchi”*, tiene como objetivo principal determinar la influencia de la gestión del mix del marketing sobre la atención al cliente en los restaurantes de comida china de la provincia de Carchi, con una muestra de 381 familias, tuvo como instrumento las entrevistas, encuestas y la ficha de observación, su investigación fue descriptiva ya que se detalla las distintas causas que inciden en el problema, se tomó en cuenta los factores de gran impacto en los consumidores finales. Como conclusión menos del 50% de los restaurantes de comida china de la provincia de Carchi hicieron uso de la publicidad, esto contribuye a la baja eficiencia de la atención al cliente en aquellos restaurantes; ya que el marketing mix incluye el precio, plaza, promoción y producto, que fueron factores contribuyentes para brindar excelente atención en los restaurantes de la zona.

Ortiz (2005), en su tesis titulada *“Programa de calidad en atención al cliente en restaurantes de lujo y primera categoría de la ciudad de Guayaquil”* tiene como objetivo identificar el nivel de penetración de los programas de calidad en la atención al cliente en los restaurante de lujo y primera categoría en la ciudad de Guayaquil, tuvo una muestra de 10 restaurantes de la zona, se utilizó el instrumento de la entrevista cuanti-cualitativa, con un tipo de investigación cuanti-cualitativo; como conclusión se determina que se desconoce que significa un programa de calidad en atención al cliente, pero se valora positivamente la capacitación como herramienta de mejoramiento de calidad; además de implementar un manual de calidad y atención al cliente que fue brindado para los trabajadores de los restaurantes de lujo de la ciudad de Guayaquil.

Castillo, Montenegro y Orellana (2003), en su tesis titulada *“Planeación estratégica para el mejoramiento de la atención al cliente en restaurantes a la carta, en el área metropolitana de San Salvador”*, tuvo como objetivo principal

proponer un plan estratégico a los restaurantes a la carta que operan en el área metropolitana de San Salvador, que les permita el cumplimiento de sus objetivos a través del mejoramiento de la atención al cliente, obteniendo una muestra de 41 restaurantes del área metropolitana de San Salvador, de los cuales se entrevistó a los propietarios, dirigentes o encargados de estos, utilizando las encuestas y entrevistas para poder proponer el plan estratégico; el tipo de investigación fue no probabilística y como conclusión se obtuvo que en el país, no existe un centro o institución que brinde programas de capacitación para cocineros o meseros, solamente una institución para la formación de profesionales en el área; es por ello que no se pudo implementar un plan estratégico para los restaurantes que operan en el área metropolitana. Sin embargo uno de los restaurantes de la zona estuvo implementando un plan de acción para desarrollar dicho plan estratégico.

Irfán (2013), en su tesis titulada *“Atención al cliente en la industria de restaurantes de Pakistán”*, tiene como objetivo principal conocer los factores esenciales o determinantes de la atención al cliente en la industria de restaurantes en Pakistán, obtuvo una muestra de 130 clientes en el mismo punto de compra y consumo dentro del restaurante, utilizando un cuestionario en escala Likert que fue utilizada para la recolección de datos y como conclusión se obtuvo que los dueños del restaurante deben centrarse más en la calidad de servicio, la buena atención hacia el cliente, el precio del producto de calidad y el diseño físico, para mejorar parte de su estrategia de marketing.

Buttgert (2015), en el trabajo de investigación titulada *“Atención al cliente en la industria de restaurantes”* teniendo como objetivo principal estudiar la relación entre las técnicas de reconocimiento del rendimiento del empleado y la atención al cliente en la industria de restaurantes, se utilizó una encuesta que consta de dos cuestionarios; uno para gerentes de restaurantes y otro para los clientes para recopilar los datos de manera simultánea, el tamaño total de la muestra fue de 420 que incluyeron 20 gerentes de restaurantes y 400 clientes; los datos fueron tabulados con ayuda del sistema estadístico

SPSS versión 17. Como conclusión se obtuvo que los empleados rinden adecuadamente para brindar una excelente atención hacia los clientes que visitan aquellos restaurantes y así evitar inconvenientes o disgustos hacia ellos.

Donkoh, Quainoo, Cudjoe y Kaba (2012), en su trabajo de investigación titulada *“Atención al cliente y percepciones sobre servicios de la comida en la universidad de Ghana”*, tuvo como objetivo principal evaluar el nivel de la atención al cliente, además de investigar los factores que influyeron en el nivel de atención hacia los clientes, se utilizó a dos restaurantes de Ghana para realizar la muestra correspondiente que obtuvieron resultados cualitativos y cuantitativos; se utilizó un muestreo aleatorio simple de 120 clientes de cada restaurante es decir; 240 comensales, el instrumento que utilizaron fue la entrevista que sirvió para conocer las percepciones que tienen los clientes sobre los servicios y la atención hacia ellos. Los datos fueron tabulados usando el paquete estadístico social SPSS versión 16. Como conclusión se obtuvo que el nivel de la atención al cliente es bajo ya que uno de los factores que influyeron fue el tiempo de espera de los productos, ese factor es el más criticado por los clientes.

Tcvetkova (2017), en su tesis titulada *“Atención al cliente y calidad de servicio en Fafa’s restaurante”* tuvo como objetivo principal fue investigar la satisfacción del cliente y el nivel de servicio de calidad en el restaurante de Fafa’s y encontrar soluciones positivas para su mejora. La encuesta consistió en 16 preguntas, incluidas tres preguntas abiertas. Se utilizó como muestra a 75 clientes del restaurante Fafa’s. Según los resultados obtenidos se concluye que los clientes quedaron satisfechos con la atención brindada en los restaurantes, pero sin embargo hubo algunas sugerencias con respecto a la mejoría de la presentación de los productos.

1.3 Teorías relacionadas al tema

Variable: Atención al cliente

Según el autor Estrada (2007, p.11), define que: “Es la acción que efectuamos en beneficio de nuestros clientes/público usuario, mostrando interés y brindando una atención especial”, especificando las siguientes dimensiones:

Dimensión 1: Eficiencia

Se le proporciona al solicitante exactamente aquella información o acción que está buscando.

Dimensión 2: Confianza

La gente que hace una consulta o una solicitud, confiere autoridad a la persona con quien habla.

Dimensión 3: Servicialidad

Se da cuando al solicitante se le brinda asistencia en su consulta, son sugerencias, información y acciones posiblemente relevantes que son mayores o más detalladas que la respuesta o la acción particularmente buscada.

Dimensión 4: Interés personal

Cuando se demuestra interés personal al responder a una consulta del cliente o público usuario, la relación cambia. Inicialmente esta es una relación de ellos y nosotros; con el interés personal se convierte en una relación de aprecio.

Por otro lado, Estrada (2007, p.13); menciona los siguientes indicadores:

Indicador 1: Efectividad

Es el equilibrio de la atención al cliente; es decir; si hay eficacia en la atención,

existe la efectividad.

Indicador 2: Eficacia

Capacidad para producir el efecto deseado o de ir bien para determinada cosa.

Indicador 3: Seguridad

Es decir; la ausencia de confianza, al momento de recibir algún producto o servicio.

Indicador 4: Tranquilidad

Es decir; paz, seguridad y confianza de que todo trato hacia el cliente va a ser de mayor efectividad.

Indicador 5: Alguien dispuesto y deseoso de ayudar a los demás, el que se presta espontáneamente a hacer un servicio.

Indicador 6: Complaciente

Aquel que causa alegría y satisfacción al cliente al momento de su atención.

Indicador 7: Afinidad

Conjunto de caracteres, opinión o gustos que se da aprecia al momento de brindar la atención hacia el cliente.

En la presente teoría el autor señala que la atención al cliente es la acción que toma cada prestador de servicios hacia el público o cliente en general, mostrando el interés adecuado y atención personalizada dejando su sello o marca personal. Además de especificar las características que debe de tener la atención hacia el cliente en cualquier tipo de servicio.

Según el autor Horovitz (2010, p.17), define que: “La atención al cliente es

el conjunto de prestaciones de servicios y productos que el cliente espera, como consecuencia de la imagen y la reputación del mismo” . Según el presente autor, define que el servicio es el conjunto de todas las acciones tomadas al momento de atender al cliente, por ello esto también engloba al producto que de por si viene acompañado del servicio que hablan por sí sola de la imagen y reputación del prestador de servicios.

Según Paz (2010, p.43), define qué; “La atención al cliente está constituida por todas las acciones que realiza la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes”. El presente autor define la atención al cliente como todo acto que se brinda al cliente al momento de prestar un servicio o producto compenetrando todo aquello para una excelente satisfacción de clientes.

Según Fernández (2014, p.65), define que: “La atención al cliente es toda oferta del local, los trabajos y atenciones encaminados a procurar la satisfacción del cliente y el éxito del negocio”. En la presente teoría, el autor define la atención al cliente como toda la experiencia recibida por el cliente ya sea dentro y fuera del local del servicio prestado para lograr la satisfacción del cliente.

Según Fernández (2010, p.34), define que: “La atención al cliente sirve para hacer un acontecimiento y seguimiento de control para determinar la satisfacción percibido por el cliente. El presente autor define que la atención al cliente sirve para hacer seguimiento de un servicio de buena o de mala calidad percibido por el cliente de la manera en que la crea conveniente.

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Problema general

¿Cómo se da la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita, 2017?

1.3.2 Problemas específicos

¿Cómo se presenta la eficiencia desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita, 2017?

¿Cómo se origina la confianza desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita, 2017?

¿Cómo se da la servicialidad desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita, 2017?

¿Cómo se genera el interés personal desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita, 2017?

1.4 Justificación del estudio

1.4.1 Justificación teórica:

Pertenece a la recopilación y sistematización del marco teórico que permite proporcionar a la comunidad científica de teorías propias y actualizadas de la variable atención al cliente, ya que es muy importante en tiempos donde existe la necesidad de ir precisando conceptos que permitan un sustento teórico y beneficio a la organización en su conjunto.

1.4.2 Justificación práctica:

Los resultados que se obtuvieron de la variable atención al cliente en estudio permitieron plantear alternativas de solución de los problemas que se tiene en la atención al cliente en el restaurante China wok en Santa Anita, desde la perspectiva de los mismos comensales que ayudaran a describir la situación.

1.4.3 Justificación metodológica:

Este presente trabajo de investigación sirvió como una guía metodológica con la ayuda del instrumento de investigación como la encuesta para otras investigaciones similares a la variable atención al cliente en restaurantes que

se encuentran en pleno crecimiento o en la etapa de estancamiento, proporcionando los instrumentos de investigación.

1.6 Objetivo

1.6.1 objetivo general

Determinar la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita, 2017.

1.6.1.2 objetivos específicos.

Identificar la eficiencia desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita, 2017.

Identificar la confianza desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita, 2017.

Identificar la servicialidad desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita, 2017.

Identificar el interés personal desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita, 2017.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

2.1.1 Según su naturaleza y alcance temporal

Hernández (2004) menciona que la investigación es de tipo no experimental cuando el investigador la realiza sin manipular deliberadamente las variables. (pág. 24)

Es por ello que el presente trabajo de investigación corresponde al tipo no experimental ya que se observa la variable tal y como se dan en un solo estado, además de no haber realizado ninguna manipulación a la variable.

Hernández (2004), indican que una investigación es de corte transversal cuando se centra en analizar cuál es el nivel de la variable en un momento dado o cual es la relación de las variables en un punto en el tiempo.

Por esta razón, el presente trabajo de investigación es de corte transversal ya que se recolectan los datos del instrumento de investigación en un solo momento.

2.1.2. Según su finalidad.

La presente investigación es de tipo aplicada ya que esta denominada a la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, en el distrito de Santa Anita.

2.1.3. Según su nivel de investigación.

Vara (2012), expone que la investigación de nivel descriptivo simple se considera por tener como objetivo la recopilación de información durante la investigación que se selecciona como objeto de estudio y que está asegurada con la realidad, por lo que solo se restringe a la descripción de la situación actual.

2.1.4. Según su profundidad

El presente trabajo de investigación tiene como particularidad ser de tipo descriptiva, teniendo como apoyo a Hernández, Fernández y Baptista, la cual la explican como el estudio que usualmente describe situaciones y eventos; es decir como son y cómo se comportan determinados fenómenos (2014, p. 44)

2.1.5. Según su carácter.

Con respecto al carácter de la investigación Ancona (2007), expresa que la investigación cuantitativa es el adquirir conocimientos fundamentales y la elección del modelo más adecuado que nos permita la realidad de la manera más imparcial (p. 4). Con lo que el presente trabajo de investigación delimitará su objetividad a través del uso de la encuesta aplicada a los comensales que visitan el restaurante China Wok en el distrito de Santa Anita.

2.2 Variables, operacionalización

En el presente trabajo de investigación, se puede observar una sola variable, que en este caso es la atención al cliente, en el siguiente cuadro se describirá brevemente la operacionalización de la variable ya mencionada, además de describir las dimensiones e indicadores que nos indica el autor principal de esa variable Estrada (2007).

2.2.1 Operacionalización de la variable

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Atención al cliente	Es la acción que efectuamos en beneficio de nuestros clientes/público usuario, mostrando interés y brindando una atención especial. (Estrada, 2007)	La variable atención al cliente, se aplica en el instrumento de evaluación, se opera las dimensiones con ciertos indicadores: efectividad, seguridad, tranquilidad, atento, complaciente, afinidad, atención y garantía.	EFICIENCIA	Efectividad Eficacia	ORDINAL
			CONFIANZA	Seguridad Tranquilidad	
			SERVICIALIDAD	Atento Acomedido	EXCELENTE (4)
			INTERES PERSONAL	Complaciente Afinidad	BUENO (3) REGULAR (2) MALO (1)

Fuente: Autora del trabajo de investigación – UCV

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población

Según Tamayo (2012) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno, (...).

En el estudio de investigación según el restaurante China Wok de Santa Anita tiene una población de 893 clientes contabilizados aproximadamente al día; teniendo como fuente la base de datos de las ventas del restaurante durante seis meses de enero a Junio, sacando un promedio mensual, semanal y diario; teniendo en cuenta que existe un margen de diferencias en dos turnos al día de lunes a viernes, sábados y domingos.

2.3.2 Muestra

Según Latorre, Rincón y Arnal (2003), recalca que se conoce como muestreo al proceso de extracción de una muestra que parte de la población, además que consiste en identificar la población que estará representada en el estudio actual (p, 28.).

En el presente estudio se realizó la muestra censal ya que se trabajó con todos los comensales que llegan al restaurante aproximadamente al día; teniendo en cuenta que la opinión de los comensales no es la misma de lunes a viernes y un fin de semana; es por ello que se dividió la población en 2 días con un total de 4 cuatro turnos, teniendo un promedio por turno de 223 comensales.

2.3.3 Unidad de Análisis

Unidad de análisis en el trabajo de investigación fueron 893 comensales que visitaron el restaurante de China Wok, en el distrito de Santa Anita.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Encuesta

En el presente trabajo de investigación, se utilizó la técnica de la encuesta. Según Malhotra (2009), las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. (p. 13)

2.4.2 El Cuestionario para medir la variable Motivación

Nombre del instrumento: Cuestionario sobre Atención al cliente

Autor: Chavez Bustamante, Evelyn Soledad

Aplicación: Individual o colectiva

Finalidad: Evaluar cómo se da la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita- 2017.

Ámbito de aplicación: El cuestionario se va aplicar a 893 personas en cuatro tiempos relativamente; de lunes a viernes en dos turnos y sábados y domingos de igual manera.

Materiales: Cuestionario impreso.

Descripción de aplicación

Para el encuestador, debe asegurarse que se disponga de aspectos necesarios como son: lápices o lapiceros.

Para el encuestado, el cuestionario a aplicar constará de 27 ítems y será tipo Escala Likert, que evalúan cómo se da la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales en China Wok, Santa Anita. La duración es de 10 minutos aproximadamente. Las personas deben leer cada ítem y responder según su grado de conformidad. Tienen cinco opciones de respuesta:

- 1) Totalmente de acuerdo
- 2) De acuerdo
- 3) Ni de acuerdo ni desacuerdo
- 4) En desacuerdo
- 5) Totalmente en desacuerdo

2.4.3 Validez

En el presente trabajo de investigación, el instrumento que ayudó para recolectar la información fue sometido a juicio de expertos. Según Yin (2009), asegura en relación a la validez, que un diseño de investigación supone que representa un conjunto de estados lógicos donde se puede juzgar la calidad de un diseño dado, de acuerdo a ciertas pruebas lógicas y resultados. (Pág. 40-45).

Para la validez del instrumento, se tomó en cuenta la validez del comprendido, que se llevó a cabo con los datos obtenidos en la evaluación de juicio de los expertos, como también el método del promedio. En el presente trabajo de investigación el instrumento fue validado por cinco expertos de la Universidad Cesar Vallejo.

2.4.3.1 Juicio de expertos: Tabla N° 1

Nº	EXPERTOS	INSTITUCIÓN	VALORACIÓN DE LA APLICABILIDAD
01	Dra. Teresa Narváez	UCV	75%
02	Mba. Manuel López	UCV	90%
03	Mg. Karina Enríquez	UCV	75%
04	Mg. Hugo Villaverde	UCV	95%
05	Mg. Walter Zuñiga	UCV	81.9%
PROMEDIO			83.4%

Fuente: Ficha de Opinión de Expertos de la UCV-2017

Método de Promedios

Tomando como base al “Informe de Opinión de Expertos del Instrumento de Investigación”, se tabularon los datos para cada validador, alcanzando de esta manera la suma de criterios que se tomaron en consideración para

resolver la siguiente fórmula.

$$P = \frac{\Sigma}{\text{Criterios} \times \text{validadores}}$$

Tabla N° 2

Validadores	Dra. Teresa Narváez	Mba. Manuel López	Mg. Karina Enríquez	Mg. Hugo Villaverde	Mg. Walter Zuñiga	Σ	
Criterios	Claridad	75%	90%	75%	95%	82%	417
	Objetividad	75%	90%	75%	95%	82%	417
	Pertinencia	75%	90%	75%	95%	82%	417
	Actualidad	75%	90%	75%	95%	80%	415
	Organización	75%	90%	75%	95%	80%	415
	Suficiente	75%	90%	75%	95%	84%	419
	Intencionalidad	75%	90%	75%	95%	82%	417
	Consistencia	75%	90%	75%	95%	82%	417
	Coherencia	75%	90%	75%	95%	82%	417
	Metodología	75%	90%	75%	95%	82%	417
TOTAL						4168	

$$p = \frac{4168}{50} = 83.4\%$$

Interpretación: Al aplicar la formula, el resultado de los promedios del juicio de expertos para la validez del instrumento de investigación dio 83%, lo que significa que el instrumento es considerado excelente.

2.4.4 Confiabilidad

Para medir la confiabilidad del instrumento de medición se acudió al estadístico alfa de crombach para conocer su fiabilidad. Según Hernández (2003), indica que la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados. (p.243) y su fórmula es la siguiente.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\Sigma Vi}{Vt} \right)$$

Donde:

- α = Alfa de Cronbach
- K= Número de ítems
- V_i = Varianza de cada ítem
- V_t = Varianza total

Para calcular el valor, se utilizó el sistema estadístico SPSS, donde el coeficiente del Alfa de Cronbach tiene valores entre 0 y 1, donde 0 es confiabilidad nula y 1 es confiabilidad total, y esto se hará con el programa estadístico SPSS.

Tabla N° 3

Resumen del procesamiento de los casos			
		N	%
Caso	Válidos	893	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	893	100,0

ESTADÍSTICOS DE FIABILIDAD	
Alfa de cronbach	N° de elementos
,812	27

Fuente: Sistema estadístico SPSS versión 22

Interpretación: De acuerdo con los resultados del análisis de fiabilidad, al procesar los datos de nuestra encuesta, el Alfa de Cronbach dio como resultado 0,812 lo que demuestra que el instrumento es fiable.

2.5 Métodos de análisis de datos

Para el análisis de los datos y procesamiento estadístico de los mismos, se empleó técnicas estadísticas de tipo descriptivo, como las medidas de tendencia central. En los diseños no experimentales-transversal se utilizará

estadísticos paramétricos o no paramétricos, previamente se hará la prueba de normalidad, que consiste en la aplicación de los estadísticos Kolmogorov Smirnov para muestras mayores a 30 o el estadístico Shapiro Wills, para muestras menores a 30.

La consistenciación: esta técnica permitió discriminar la recolección de ciertos datos innecesarios para el desarrollo de la investigación, así como también se omitió las respuestas falsas de algunos encuestados. Todo este proceso se efectuó luego de haber realizado la prueba piloto, el cual identificó lo antes mencionado.

La clasificación de la información: Es una etapa básica de datos. Se efectuará con la finalidad de agrupar datos mediante la distribución de frecuencias de las variables.

La tabulación de datos: para la elaboración de esta etapa, toda la información recogida del instrumento se pasó al sistema estadístico SPSS.

2.6 Aspectos éticos

Para el desarrollo de la presente investigación no se incurrió en plagios, toda información es de procedencia de expertos en el tema, fue interpretada y citada para respetar la propiedad intelectual de los autores a quienes se consideró importante mencionar en el estudio.

Por otro lado, los datos no fueron manipulados, por lo que se caracterizarán por ser verídicos y reales, además se respetó el anonimato de los encuestados, manteniendo la confidencialidad.

III. RESULTADOS

3.1 Estadística descriptiva.

Los resultados obtenidos de la investigación que se exponen, son producto de los datos recogidos a una muestra de 893 comensales del restaurante China Wok del distrito de Santa Anita; datos que fueron registrados y tabulados por el programa estadístico SPSS versión 22. Las tablas de frecuencia en el cual se presentan los resultados, se realizó utilizando el estadístico descriptivo, con la finalidad de dar respuesta a los objetivos planteados de la investigación.

3.2 Parámetros estadísticos obtenidos por la variable atención al cliente

TABLA “ATENCIÓN AL CLIENTE”

ATENCIÓN AL CLIENTE			
	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Regular	13	1
	Bueno	837	94
	Excelente	43	5
	Total	893	100,0

INTERPRETACION.- Según el 94% de los comensales encuestados en el restaurante China Wok indican que la atención al cliente se da de manera buena, el 5% de los encuestados consideran que es la atención que se da es buena y tan solo el 1% consideran que es regular.

3.3 Parámetros estadísticos obtenidos por la dimensión eficiencia.

TABLA “EFICIENCIA”

EFICIENCIA			
	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Regular	12	2
	Bueno	431	48
	Excelente	450	50
	Total	893	100,0

INTERPRETACION.- El 50% de los comensales encuestados en el restaurante China Wok consideran que la eficiencia que se brinda en dicho restaurante es excelente, además del 48% consideran que la eficiencia es buena; tan solo el 2% de los comensales consideran que la eficiencia es regular.

3.4. Parámetros estadísticos obtenidos por la dimensión confianza.

TABLA “CONFIANZA”

CONFIANZA			
	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Malo	10	0.1
	Regular	44	3.9
	Bueno	720	73
	Excelente	119	23
	Total	893	100

INTERPRETACION: La confianza que brinda el restaurante China Wok según los comensales encuestados es del 73% buena, el 23% excelente, 3.9% regular y tan solo el 0.1% consideran que es mala.

3.5. Parámetros estadísticos obtenidos por la dimensión servicialidad.

TABLA “SERVICIALIDAD”

SERVICIALIDAD			
	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Malo	4	0,4
	Regular	46	6
	Bueno	334	37
	Excelente	509	57
	Total	893	100

INTERPRETACION: En la presente tabla el 57% de los comensales encuestados en el restaurante China Wok opinan que la servicialidad se da de manera excelente, el 37% opinan que la servicialidad es buena, el 6% regular y tan solo el 04% que la servicialidad es mala.

3.6. Parámetros estadísticos obtenidos por la dimensión interés personal.

TABLA “INTERES PERSONAL”

INTERÉS PERSONAL			
	Frecuencia	Porcentaje	
	Malo	4	0,4
	Regular	110	12
Válidos	Bueno	545	61
	Excelente	234	26
	Total	893	100,0

INTERPRETACION: Según el presente gráfico de la dimensión interés personal, el 61% de los comensales señalan que el interés personal mostrados por los trabajadores de China Wok en el distrito de Santa Anita, es bueno ya que muestran su preocupación para su satisfacción. Por otro lado el 26 % de los encuestados mencionan que el interés persona es excelente y el 12 % consideran que se da de manera regular.

IV. DISCUSIÓN

Coronel (2011), en su tesis titulada *“Mejoramiento de la calidad de servicio y la atención al cliente en el restaurante Los Pollos de la Colon en la ciudad de Riobamba, 2011”* determinó que el restaurante hace lo mejor que puede para brindar una buena atención al cliente, pero sin embargo no se ha realizado un gran esfuerzo en su totalidad para satisfacerlo enormemente.

En la presente investigación existe una gran diferencia con respecto a la tesis de Coronel (2011), ya que al comenzar esta investigación la percepción con respecto a la atención al cliente era mala en los restaurantes fast food. Sin embargo al pasar unos meses, la empresa China Wok implemento un plan de acción en el cual incluyo en sus evaluaciones una técnica de cliente incognito. En China Wok de Santa Anita, este cambio funciono muy bien, reflejado en sus repetitivos puntajes, los cuales desde entonces obtienen la calificación de excelencia en las evaluaciones.

Irfan (2013), en su tesis titulada *“Atención al cliente en la industria de restaurantes de Pakistán”* determinó que los dueños del restaurante deben de centrarse más en la calidad de servicio, la buena atención hacia el cliente, el precio, el producto de calidad y el diseño físico para mejorar en gran parte la eficiencia que los comensales exigen al momento de recibir la atención al cliente.

En la presente investigación según la encuesta aplicada a los comensales del restaurante China Wok de Santa Anita se observó que la eficiencia que se brinda por parte del personal que atiende es buena, sin embargo en la tesis de Irfan a los dueños les falta realizar un plan de acción para que puedan mejorar algunos puntos importantes que impiden que mejore la eficiencia en su restaurante, por ende esto impide que se brinde la atención deseada por los comensales.

Buttgert (2015) en su trabajo de investigación titulado *“Atención al cliente en la industria de restaurantes”* tuvo como conclusión que los empleados rinden adecuadamente para brindar una excelente atención hacia los clientes que visitan aquellos restaurantes y así evitan inconvenientes o disgustos hacia ellos.

En la presente investigación la confianza brindada en China Wok es buena, ya que China Wok es un restaurante fast food y la atención que se brinda son de 12 horas al día de 11:00am a 23:00 pm, por lo tanto los trabajadores dan la confianza de que la atención brindada en la apertura del local, intermedio o en el cierre será siempre la misma y no cambiara.

Estrada (2007) define que la servicialidad *“se da cuando al solicitante se le brinda asistencia en su consulta, son sugerencias, información y acciones posiblemente relevantes que son mayores o más detalladas que la respuesta o la acción particularmente buscada”*. En la presente investigación la servicialidad que se brinda en China Wok es excelente; ya que los colaboradores se preocupan por alguna duda o incomodidad que sientan los comensales, ellos tratan de solucionar los problemas en el momento y evitar más incomodidades hacia ellos.

Estrada (2007) define que el interés personal *“se demuestra al responder a una consulta del cliente o público usuario, la relación cambia. Inicialmente esta es una relación de ellos y nosotros; con el interés personal se convierte en una relación de aprecio”*. En la presente investigación el interés personal de los trabajadores hacia los comensales es muy bueno ya que existen comensales frecuentes que ya conocen la atención que brinda China Wok es por ello que ya existe una química o relación de aprecio entre ellos.

V. CONCLUSIONES

1.- En conclusión, con respecto a la atención al cliente se determinó que la atención al cliente es buena, sin embargo, al comenzar la investigación se supuso que la atención al cliente era mala no solo en China wok sino, en muchos restaurantes fast food. Sin embargo con el pasar de los meses esa perspectiva cambio ya que China Wok, tomo medidas correctivas para mejorar dicha atención, estableciendo un plan de acción compartiéndolo con todas las tiendas para aplicar dicha correctiva.

2.- Por otro lado, la eficiencia en el restaurante China wok, se presenta de una manera espectacular, ya que la misma empresa en el plan de acción ya antes mencionado además de buscar la excelente atención hacia el cliente, buscó también la eficiencia para que así la satisfacción del cliente sea buena y no exista duda alguna de que están haciendo hasta lo imposible por mejorarla.

3.- Sin embargo, la confianza en el restaurante China Wok se origina desde los estándares de calidad que este tiene, la seguridad que brinda hacia los comensales al ingerir algún alimento, brindado alguna cortesía para estos si en caso contrario ocurriera algo que no que supere las expectativas comensales.

4 .-Por otro la servicialidad y el interés personal por parte de los trabajadores hacia los comensales, se da de manera excelente ya que se muestra el interés y la empatía que muestran los trabajadores hacia cada uno de los clientes y se demuestra con la experiencia que ellos reciben ya que complementan y superan sus expectativas previamente diseñadas.

VI. RECOMENDACIONES

1.- Con respecto a la atención al cliente, se recomienda que se siga trabajando la atención con el cliente incognito en todas las tiendas, para que así la atención brindada en todos los locales de china wok sea la misma y no haya distintiva alguna. De la misma manera con los siguientes indicadores, para que esta confianza, eficiencia, el interés personal y la servicialidad crezca y la atención al cliente en general, sea excelente no solo en el distrito de Santa Anita, sino también en todos los locales que tiene China Wok en Perú.

2.- Además que sigan las capacitaciones constantes a todos los colaboradores en todas las tiendas para que las calificaciones del cliente incognito sea de una manera espectacular y sea compartida y expresada a todos los comensales que visiten China Wok. Concentrarse más en la actitud, las sonrisas y la energía positiva de cada trabajador; ya que eso se transmite al cliente y es la primera cara para cada comensal.

3.- Siempre reconocer el trabajo de los colaboradores en público para que estos se sientan motivados y esa actitud la compartan con todos sus compañeros y la atención al cliente sea uniforme con todos los trabajadores y comensales. Introducir programas de capacitaciones para los trabajadores, que sean constantes y precisos además de entretenidos para regularizar el trabajo de cada uno de ellos.

VII. REFERENCIAS

- Acona, C. (2007). *Metodología cuantitativa, estrategias y técnicas de investigación social*. Sistesis Sociologia. España.
- Buttgert, K. (2015). *Atención al cliente en la industria de restaurantes*. Artículo de opinión. Pakistan
- Castillo, T. Montenegro, M. Orellana, M. (2003). *Estratégica para el mejoramiento de la atención al cliente en restaurantes a la carta, en el área metropolitana de San Salvador*. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://F:/Proyecto%20de%20Investigacion/libros/ADCP0001043.pdf>
- Chacom, E. (2012). *Atención al cliente en los restaurantes del municipio de San Pedro, Departamento La Laguna*.(tesis de grado). Recuperado de <file:///F:/Proyecto%20de%20Investigacion/libros/Chacon-Ever.pdf>
- Coronel, C. (2011). *Mejoramiento de calidad en el servicio y atención al cliente en el Restaurante "Los Pollos de la Colon", de la ciudad de Riobamba*. Tesis: para optar al grado de: Licenciatura en Gestión Gastronómica. Ecuador.
- Donkoh, S. Quainoo, A. Cudjoe, E. Kaba, N. (2012). *Atención al cliente y percepciones sobre servicios de la comida en la Universidad de Ghana*". (Tesis de grado). Ghana.
- Estrada, W. (2007). *Servicio y atención al cliente*. Recuperado de <file:///F:/Proyecto%20de%20Investigacion/libros/servicio-y-atencion-al-cliente.pdf>
- Fernández, D. (2010). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. (1°. Ed.). Madrid, España: Paraninfo

Fernández, M. (2014). *Servicio y atención al cliente en restaurante*. España: Paraninfo.

Gonzales, J. (2013). *La gestión del mix del marketing y la atención al cliente en los restaurantes de comida china de la provincia de Carchi*. (Tesis de grado). Recuperado de <http://GESTIÓN/DEL/MIX/DE/MARKETING/LA/ATENCION/AL/CLIENTE/EN/LOS/RESTAURANTES/DE/COMIDA/CHINA/DE/LA/PROVINCIA/DEL/CARCHI%/pdf>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ta. ed.). Colombia: McGraw-Hill.

Hernández S. (2003). *Validación y confiabilidad del instrumento*. Recuperado de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/validacion_confiabilidad.html

Horovitz, J. (2010). *Los siete secretos de la atención al cliente*. Pearson education. España – Madrid.

Irfán, M. (2013). *Satisfacción del cliente en la industria de restaurantes; Examinando el modelo en local en la industria de Pakistán*. (Tesis de grado). Pakistán.

Ortiz, S. (2005). *Programas de atención al cliente en restaurantes de Lujo y Primera categoría de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis de grado). Recuperado de file:///F:/Proyecto%20de%20Investigacion/libros/Programas_De_Calidad_En_Atencion_Al_Cliente_En_Restaurantes_D.pdf.

Paz, C. (2010). *Atención al cliente*. Ed 1. España.

Latorre, A. Rincón, D. Arnal, J. (2003): *Bases Metodológicas de la Investigación Educativa*. Experiencia S.L., Barcelona.

Tamayo, M (2012), *Metodología cuantitativa*. Recuperado de https://trabajodegradoucm.weebly.com/uploads/1/9/0/9/.../tipos_de_investigacion.pdf

Tcvetkova, J. (2017). *Atención al cliente y calidad de servicio en Fafa's restaurante*". (Tesis de grado). Finlandia.

Vara, A. (2012). *Siete pasos para una tesis exitosa*. (2da. Ed.). Lima. USMP.

VIII. ANEXOS

1. Instrumento de investigación.

Universidad Cesar Vallejo
Escuela Profesional de Administración en Turismo y Hotelería

**Cuestionario sobre Análisis de la atención al cliente desde la perspectiva
de los comensales en el restaurante china wok, Santa Anita, 2017**

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para recopilar datos acerca de determinar la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China wok, santa Anita, 2017.

Le agradezco de antemano cada minuto de su tiempo para responder con las siguientes preguntas del cuestionario:

Instrucciones: Marcar con un aspa (X) la alternativa que usted crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible.

Totalmente de acuerdo (5)

De acuerdo (4)

Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo (3)

En desacuerdo (2)

Totalmente en desacuerdo (1)

Variable: Atención al cliente		Escala				
Dimensiones	Indicadores	5	4	3	2	1
EFICIENCIA	Eficiencia					
	1	¿Considera usted que en el área de atención se da a notar el trabajo en equipo?				
	2	¿Considera usted que el restaurante cumple con el nivel de eficiencia que solicita?				
	3	¿El tiempo de espera es menor a 5 minutos en su atención?				
	4	¿Considera usted que la atención que se brinda es de manera efervescente?				
CONFIANZA	5	¿Considera que la efectividad es un tema importante?				
	Seguridad					
	Escala					
	6	¿Los colaboradores del restaurante le brindan confianza al momento de su atención?				
	7	¿Considera usted que China wok es un lugar seguro para compartir en familia?				
	8	¿Considera que la comida que se vende le da la seguridad de seguir consumiéndola?				
	9	¿Encuentra usted la seguridad necesaria al entrar y salir del lugar donde está ubicado China wok?				
Tranquilidad						
Escala						
10	Considera buena idea volver a adquirir los productos de china wok					
11	¿Volvería a consumir en chinawok si tuviese algún problema con el personal?					

SERVICIALID AD	12	¿Considera usted que la cortesía y el trato de los colaboradores es buena?							
	13	¿Considera usted que la relación precio/servicio es la adecuada?	Escala						
	14	¿Cree usted que la disponibilidad de un producto le da más tranquilidad?							
	Complaciente								
INTERES PERSONAL	15	¿Considera que los colaboradores de servicio están pendientes de su pedido y de su estadía en el lugar?							
	16	¿Se siente complacido cada vez que visita China Wok?							
	17	¿Se siente como en casa al visitar China wok?							
	18	¿Siente placer cada vez que es atendido en China Wok?							
	Afinidad		Escala						
	19	¿Considera que los colaboradores muestran empatía durante su estadía?							
	20	¿Considera que cada vez que visita China wok, los colaboradores muestran un interés personal hacia usted y su familia?							
	21	¿Se considera importante cada vez que visita china wok?							
	22	¿Considera usted que los caracteres u opiniones de los otros comensales acerca de la atención recibida es similar?							
	23	¿Podría usted comparar el servicio de China wok, con otro restaurante?							
	Garantía								
	24	¿Considera que la comida y el servicio le brindan seguridad y garantía para poder regresar?							
	25	¿Cree usted que el servicio brindado es consecutivo?							
26	¿Encuentra usted una estabilidad en la comida como en el servicio?								
27	Las veces que ha visitado China wok, su experiencia recibida fue satisfactoria?								

Fuente: Universidad Cesar Vallejo 2017-I

Autor: Evelyn Chavez Bustamante

OPERACIONALIZACION DE LA VARIBLE

Identificación del Problema		Objetivos	OPERACIONALIZACIÓN				Diseño Metodológico	
General	General	Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición		
¿Cómo se da la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales en el restaurant China wok, santa Anita, 2017?	Determinar la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China wok, santa Anita, 2017.	ATENCION AL CLIENTE	EFICIENCIA	Efectividad	1	Ordinal	Población: 893 Muestra: Tipo de Investigación: Básica Nivel de Investigación: Descriptivo Diseño: No Experimental-Transversal-descriptivo Método de Investigación: 1. Técnicas de Obtención de Datos -La encuesta 2. Instrumento para obtener datos -Cuestionario=Escala Likert 3. Técnica para el procesamiento de datos -Programa estadístico SPSS Versión 22	
					Efervescencia	2		Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo (3)
			CONFIANZA	Seguridad	3	En desacuerdo (2)		
			SERVICIALIDAD	Tranquilidad	1	Totalmente en desacuerdo (1)		
				Atento	2			
					Complaciente	3		
				INTERES PERSONAL				
					Afinidad	2		
					Garantía	1		
					Seguridad	1		

3.- Validación del instrumento

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante: Dra. Tereza Noivae Aronivar

1.2. Especialidad del Validador: Docente

1.3. Cargo e institución donde labora: UCV

1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Análisis de la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales del restaurante China Wok, santa Anita - 2017.

1.5. Autor del instrumento: Chávez Bustamante, Evelyn Soledad

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				75%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				75%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				75%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				75%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad				75%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				75%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación				75%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				75%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				75%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				75%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

75%

San Juan de Lurigancho, 3 de Julio del 2017

Arion
Firma de experto informante

DNI: 10122038

Teléfono: 991384700

✓ V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

✓ Variable 1: Atención al cliente

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem 6	/		
Ítem 7	/		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/		
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/		
Ítem 19	/		
Ítem 20	/		
Ítem 21	/		
Ítem 22	/		
Ítem 23	/		
Ítem 24	/		
Ítem 25	/		
Ítem 26	/		
Ítem 27	/		



.....
Firma de experto informante

DNI: 10122038

Teléfono: 991384700

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Enriquez Gamana, Karina
 1.2. Especialidad del Validador Docencia Universitaria
 1.3. Cargo e Institución donde labora: UCV
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Análisis de la Atención al Cliente
 1.5. Autor del instrumento: Chavez Bustamante Evelyn Sclerda

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				75%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				75%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				75%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				75%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad				75%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones				75%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				75%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando				75%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				75%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir				75%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Actualizar la idea de los enunciados observados

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

75%

San Juan de Lurigancho, 05 de Julio del 2017.



Firma de experto informante

DNI: 41405310

Teléfono: 9856-82982

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: ATENCION AL CLIENTE

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4			/
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14			/
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17	/		
Item 18	/		
Item 19	/		
Item 20	/		
Item 21	/		
Item 22	/		
Item 23	/		
Item 24	/		
Item 25			/
Item 26			/
Item 27	/		



Firma de experto informante

DNI: 41405310Teléfono: 9896-82982



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: MsA López Uribe Manuel Alexander
 1.2. Especialidad del Validador: Administrador de Empresas Privadas
 1.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Tiempo Parcial en UCV Lima Este
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Análisis de la atención al cliente
 1.5. Autor del instrumento: Chavez Bustamante Evelyn Jhenny

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					90/
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					90/
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					70/
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					70/
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad					90/
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones					90/
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					90/
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando					90/
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					90/
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir					90/
PROMEDIO DE VALORACIÓN						90/

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

- Ninguno -

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90/

San Juan de Lurigancho, 04 de Julio del 2017

Firma de experto informante

DNI: 91618633

Teléfono: 982818138

✓ V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

✓ Variable 1: Atención al cliente

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem 6	/		
Ítem 7	/		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/		
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/		
Ítem 19	/		
Ítem 20	/		
Ítem 21	/		
Ítem 22	/		
Ítem 23	/		
Ítem 24	/		
Ítem 25	/		
Ítem 26	/		
Ítem 27	/		


Firma de experto informante

DNI: 41658633

Teléfono: 987818138



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Villaverde Medina, Hugo
 1.2. Especialidad del Validador: Mg. Administración
 1.3. Cargo e Institución donde labora: DTP
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Análisis de la Atención al Cliente
 1.5. Autor del instrumento: Chavez Portuondo Evelyn Sotolosa

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					95%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					95%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					95%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					95%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					95%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					95%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					95%
CONSISTENCIA	Considera que los Items utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					95%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					95%
METODOLOGÍA	Considera que los Items miden lo que pretende medir					95%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						95%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%

San Juan de Lurigancho, 5 de 07 del 2017.

Firma de experto informante

DNI: 09587257

Teléfono: 998859776

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: ATENCION AL CLIENTE

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		
Item 19	✓		
Item 20	✓		
Item 21	✓		
Item 22	✓		
Item 23	✓		
Item 24	✓		
Item 25	✓		
Item 26	✓		
Item 27	✓		



Firma de experto informante

DNI: 08584257Teléfono: 998859776

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: ZÚÑIGA PORRAS WALTER ENRIQUE
 I.2. Especialidad del Validador: MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE DE INVESTIGACIÓN UCV
 I.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Análisis de la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales del restaurante China Wok, Santa Anita - 2017.
 I.5. Autor del instrumento: Chávez Bustamante, Evelyn Soledad

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					82%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					82%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					82%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				80%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad				80%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones					84%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación					82%
CONSISTENCIA	Considera que los items utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando					82%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					82%
METODOLOGÍA	Considera que los items miden lo que pretende medir					82%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						81.9%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Corregir los items señalados

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

81.9%

San Juan de Lurigancho, 04 de JUNIO del 2016.

[Firma]
Firma de experto informante

DNI: 08024017

Teléfono: 992402314

✓ V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

✓ Variable 1: Atención al cliente

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5		/	
Ítem 6	/		
Ítem 7		/	
Ítem 8	/		
Ítem 9		/	
Ítem 10		//	
Ítem 11		//	
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/		
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17		/	
Ítem 18	/		
Ítem 19	/		
Ítem 20		/	
Ítem 21		/	
Ítem 22		/	
Ítem 23		/	
Ítem 24	/		
Ítem 25		/	
Ítem 26		/	
Ítem 27	/		



Firma de experto informante

DNI: 88024017

Teléfono: 992407314

3.- Estadística total de los elementos (Alfa de Crombach)

Estadísticos de los elementos			
	Media	Desviación típica	N
¿Considera usted que en el área de atención se da a notar el trabajo en equipo?	4,51	,505	893
¿Considera usted que el restaurante cumple con el nivel de eficiencia que solicita?	4,51	,509	893
¿El tiempo de espera es menor a 5 minutos en su atención?	4,31	,760	893
¿Considera usted que la atención que se brinda es de manera dinámica?	3,65	,994	893
¿Considera que la efectividad es un tema importante?	3,59	,974	893
¿Los colaboradores del restaurante le brindan confianza al momento de su atención?	3,73	,964	893
¿Considera usted que China wok es un lugar seguro para compartir en familia?	3,71	,944	893
¿Considera que la comida que se vende le da la seguridad de seguir consumiéndola?	3,81	,901	893
¿Encuentra usted la seguridad necesaria al entrar y salir del lugar donde está ubicado China wok?	3,79	,929	893
Considera buena idea volver a adquirir los productos de china wok	3,80	,957	893
¿Volvería a consumir en chinawok si tuviese algún problema con el personal?	3,97	,934	893
¿Considera usted que la cortesía y el trato de los colaboradores es buena?	3,82	,937	893
¿Considera usted que la relación precio/servicio es la adecuada?	3,95	,911	893
¿Cree usted que la disponibilidad de un producto le da más tranquilidad?	3,83	,951	893
¿Considera que los colaboradores de servicio están pendientes de su pedido y de su estadía en el lugar?	3,94	,833	893
¿Se siente complacido cada vez que visita China Wok?	4,03	,850	893
¿Se siente como en casa al visitar China wok?	3,85	,891	893
¿Siente placer cada vez que es atendido en China Wok?	3,87	,912	893
¿Considera que los colaboradores muestran empatía durante su estadía?	3,82	,926	893
¿Considera que cada vez que visita China wok, los colaboradores muestran un interés personal hacia usted y su familia?	3,80	,907	893
¿Se considera importante cada vez que visita china wok?	3,82	,918	893
¿Considera usted que los caracteres u opiniones de los otros comensales acerca de la atención recibida es similar?	3,84	,831	893
¿Podría usted comparar el servicio de China wok, con otro restaurante?	3,70	,969	893
¿Considera que la comida y el servicio le brindan seguridad y garantía para poder regresar?	3,87	,918	893
¿Cree usted que el servicio brindado es consecutivo?	3,81	,913	893
¿Encuentra usted una estabilidad en la comida como en el servicio?	3,91	,825	893
Las veces que ha visitado China wok, su experiencia recibida fue satisfactoria?	3,95	,905	893

4.- Acta de aprobación de originalidad de tesis

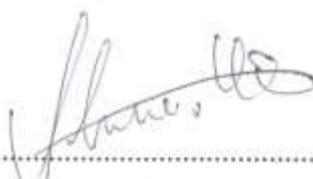
 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo, Samanta Hilda Calle, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de Turismo Y Hotelería de la Universidad César Vallejo (Lima Este), revisor (a) de la tesis titulada

"Análisis de la atención al cliente desde la perspectiva de los comerciales en restaurante chinawok, santa Anita - 2017", del (de la) estudiante Chávez Bustamante Evelyn Soledad, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha Lima, San Juan de Lurigancho 10 de Diciembre del 2018



Firma

Mg. Sc. Calle Ruiz Samanta Hilda

DNI: 41859609

			
Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SAC
Elaboró	Vicerectorado de Investigación		

5.- TURNITIN

feedback studio - Google Chrome
 Es seguro | https://www.turnitin.com/applications_id?c=3&lang=es-es&u=1067763391&w=852757054

feedback studio Chavez Bustamante EVELYN SOLEDAD Entrega final /0 4 of 10

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

"Análisis de la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Santa Anita - 2017"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

AUTORA:
Evelyn Soledad Chavez Bustamante

ASESOR:
Mg. Sr. Samuel Hilde Calle Ruiz

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
Gestión de empresas turísticas y centros de organización

LIMA - PERU
2017

Match Overview

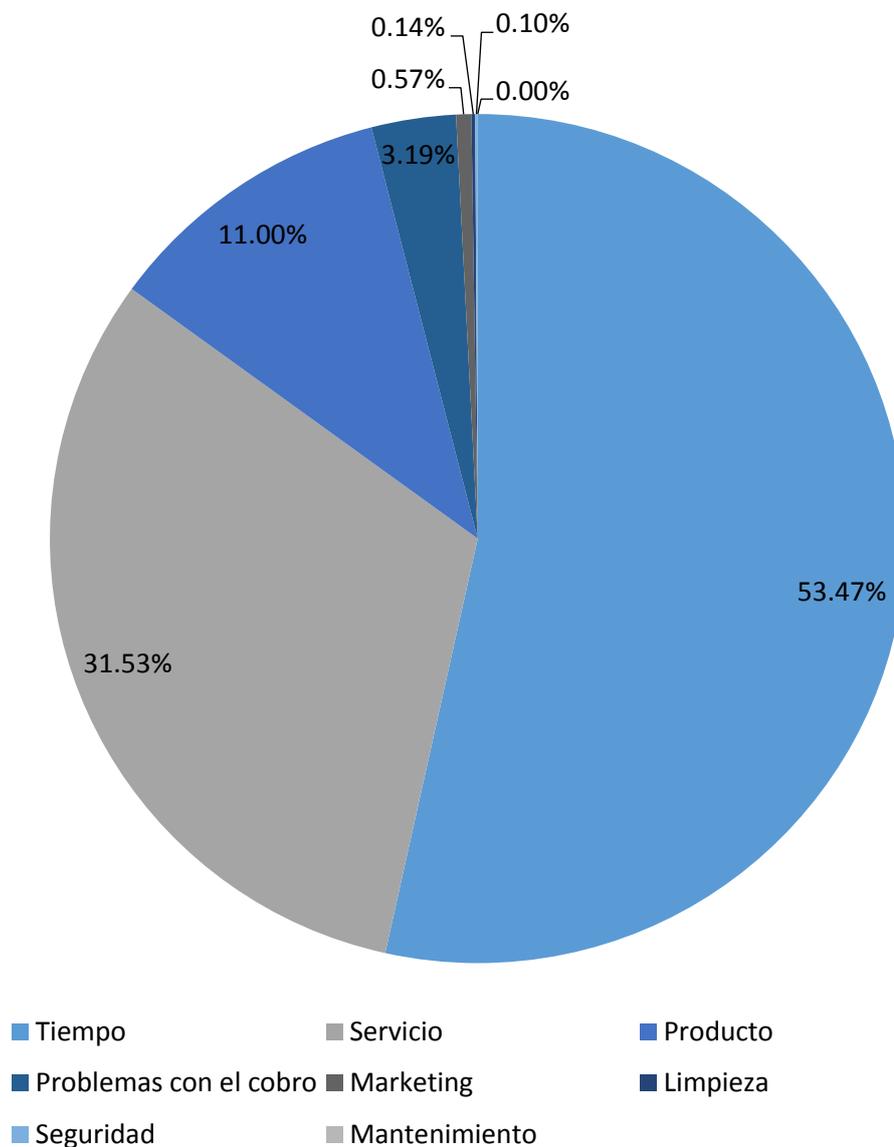
18%

#	Source	Match %
1	Submitted to Turnitin... Student Paper	2%
2	Submitted to Turnitin... Student Paper	2%
3	www.pj.gub.pe Internet Source	1%
4	Submitted to Turnitin... Student Paper	1%
5	www.thehot.com Internet Source	1%
6	logisticapowerintablede Internet Source	1%
7	repositorio.up.edu.pe Internet Source	1%
8	docslide.us Internet Source	1%
9	Submitted to Turnitin... Student Paper	<1%
10	scribd.com/edu.pe	<1%

Page 1 of 62 Word Count: 8403

18:35 09/10/2017

6.- Base libro de reclamos china wok



Categoría de Reclamos	Total	Participación
Tiempo	1,123	53.47%
Servicio	662	31.53%
Producto	231	11.00%
Problemas con el cobro	67	3.19%
Marketing	12	0.57%
Limpieza	3	0.14%
Seguridad	2	0.10%
Mantenimiento	0	0.00%
Total	2,101	100%

7.- Autorización de publicación de tesis

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02
		Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1

Yo CHAVEZ BUSTAMANTE EVULYN S., identificado con DNI N° 70104337, egresado de la Escuela Profesional de ADM. TURISMO Y HOTELERÍA de la Universidad César Vallejo, autorizo () No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Análisis de la atención al cliente desde la perspectiva de los comensales en el restaurante China Wok, Surco, Lima - 2018" en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

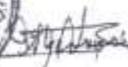
.....

.....

[Firma]
 FIRMA

DNI: 70104337

FECHA: 13 de 12 del 2018

8.- Autorización de la versión final del trabajo de investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

TERESA JIMENEZ GUTON

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

CHAVEZ BUSTAMANTE, EVELYN SOLEDAD

INFORME TITULADO:

"ANÁLISIS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE DESDE LA

PERSPECTIVA DE LOS COMENSALÉS EN EL RESTAURANTE CHINA WOK
SANTA ANITA, 2017"

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELEERÍA

SUSTENTADO EN FECHA: 6 DICIEMBRE, 2017

NOTA O MENCIÓN: 15



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN