



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING GLOBAL Y
ADMINISTRACIÓN COMERCIAL**

**Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la Panadería Belgravia,
año 2022**

TESIS

**Para Optar el Título Profesional de Marketing Global y Administración
Comercial**

AUTOR

**Leyva Ochoa Valerya Maria Emilia
(ORCID: 0000-0003-1708-1364)**

ASESOR

**Barreda Rázuri Christian Alejandro
(ORCID: 0000-0001-9934-8493)**

**Lima, Perú
2023**

Metadatos Complementarios

Datos de autor

Leyva Ochoa Valerya Maria Emilia

Tipo de documento de identidad del AUTOR: DNI

Número de documento de identidad del AUTOR: 73051100

Datos de asesor

Barreda Rázuri Christian Alejandro

Tipo de documento de identidad del ASESOR: DNI

Número de documento de identidad del ASESOR: 09381028

Datos del jurado

JURADO 1: Cavani Grau Carlos Manuel, DNI N° 08856265, ORCID 0000-0001-7455-1575

JURADO 2: Nuñez Rosales Cynthia Verina, DNI N° 10305323, ORCID 0000-0002-8328-9019

JURADO 3: Gutierrez Chong Olyenka, DNI N°09862616, ORCID 0000-0003-2584-7622

JURADO 4: Salazar Fernández Cosme Homero, DNI N° 07699211, ORCID 0000-0001-7962-9001

Datos de la investigación

Campo del conocimiento OCDE: 5.02.01

Código del programa: 414086

Declaración jurada de Originalidad

Yo Valerya Maria Emilia Leyva Ochoa con código de estudiante N.º 201610220

con (DNI o Carné de Extranjería1) N.º 73051100, con domicilio en Av. Brasil 3540 dpto. 1202 – Torre C distrito Magdalena del Mar, provincia y departamento de Lima, en mi condición de (bachiller) en Marketing Global y Administración Comercial de la (Facultad/ Escuela de Posgrado). Ciencias Económicas y Empresariales, declaro bajo juramento que:

(El/la) presente (tesis) titulado: " Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente de la Panadería Belgavia, año 2022" es de mi única autoría, bajo el asesoramiento del docente Barreda Razurí Christian Alejandro, y no existe plagio y/o copia de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación presentado por cualquier persona natural o jurídica ante cualquier institución académica o de investigación, universidad, etc.; (El/la) cual ha sido sometido (a) al antiplagio Turnitin y tiene el 14% de similitud final.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en la tesis, el contenido de estas corresponde a las opiniones de ellos, y por las cuales no asumo responsabilidad, ya sean de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o de internet.

Asimismo, ratifico plenamente que el contenido íntegro de tesis es de mi conocimiento y autoría. Por tal motivo, asumo toda la responsabilidad de cualquier error u omisión en el (tesis/ trabajo de suficiencia profesional/ proyecto de investigación) y soy consciente de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de falsa declaración, me someto a lo dispuesto en las normas de la Universidad Ricardo Palma y a los dispositivos legales nacionales vigentes.

Surco, 21 de noviembre de 2023



Valerya Maria Emilia Leyva Ochoa

DNI: 73051100

Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la Panadería Belgravia, año 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

14%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

10%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

9%

2

repositorio.upt.edu.pe

Fuente de Internet

1%

3

repositorio.unemi.edu.ec

Fuente de Internet

1%

4

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

1%

5

repositorio.unu.edu.pe

Fuente de Internet

1%

6

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

Maria Isabel Casas

MAG. MARÍA ISABEL CASAS QUISPE
Turnitin - Unidad de Grados y Títulos
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Dedicatoria

A mi familia por haberme apoyado en todo momento para lograr mis metas en esta vida y a mis amigos que siempre estuvieron impulsándome a seguir adelante.

Agradecimiento

Le agradezco a Dios por haberme dado muchas oportunidades en mi vida, a mis padres por haberme dado todo lo que necesito y a mis profesores que también formaron parte de esta experiencia universitaria.

Introducción

La presente investigación lleva por título *Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente de la panadería Belgravia, año 2022*, considerando el tema de investigación relevante. El trabajo desarrollado está dividido en 6 capítulos de acuerdo a las disposiciones expedidas por la universidad.

El primer capítulo es el planteamiento del estudio de la tesis, donde se describen los objetivos generales y específicos, importancia, justificación, así como los alcances y limitaciones del mismo.

El segundo Capítulo abarca el marco teórico y conceptual, donde se describen los antecedentes de la investigación, bases teóricas-científicas y definición de términos básicos.

El tercer capítulo se desarrollan las hipótesis y variables de la investigación, donde se explican los supuestos básicos, las variables o unidades de análisis y la matriz de consistencia.

El cuarto capítulo presenta el marco metodológico, donde se mencionan el tipo y método de investigación, la población, muestra o participantes, instrumentos de recogida de datos y procedimiento junto a la ejecución del estudio.

El quinto capítulo presenta los resultados y discusión, donde se describe los datos cuantitativos y cualitativos, análisis y discusión de resultados.

El sexto capítulo, describe las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Finalmente se presentan las referencias y apéndices que sustentan el estudio.

Índice

Dedicatoria.....	V
Agradecimiento	VI
Introducción.....	VII
Índice	VIII
Lista de Figuras	X
Lista de Tablas.....	XIII
Resumen	XVI
Abstract.....	XVII
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO.....	1
1. Formulación del problema	1
2. Objetivos General y Específicos.....	4
3. Justificación o importancia del estudio.....	5
4. Alcance y limitaciones.....	5
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	7
1. Antecedentes de la investigación.....	7
2. Bases teórico-científicas	13
3. Definición de términos básicos.....	21
CAPÍTULO III HIPÓTESIS Y VARIABLES DE INVESTIGACIÓN.....	25
1. Hipótesis y/o Supuestos básicos	25
2. Variables de estudio y su operacionalización	26
3. Matriz Lógica de Consistencia:	27
CAPITULO IV MÉTODO	31
1. Tipo y método de Investigación	31
2. Diseño Específico de la Investigación	31

3. Población, Muestra	31
4. Instrumentos de obtención de datos	32
5. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos.....	32
6. Procedimientos para la ejecución del Estudio	33
CAPÍTULO V RESULTADOS Y DISCUSIÓN	34
1. Datos Cuantitativos.....	34
2. Análisis de Resultados:	72
3. Discusión de Resultados	77
CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
1. Conclusiones	81
2. Recomendaciones	82
Referencias	85
Apéndice.....	91
Cuestionario para medir la calidad y Satisfacción de los clientes de la Panadería	
Belgravia.....	91
Validación de Encuesta por expertos	101
Matriz de Operacionalización	111
Autorización de la Empresa	116
Formato comparativo de encuestas piloto para determinar cuestionario final	118
Diagnóstico de los Problemas del Empresario- Cliente.....	125
Diagnóstico de los problemas empresario – cliente.....	125

Lista de Figuras

Figura 1 Indicadores de satisfacción del cliente.....	14
Figura 2 SERVQUAL y SERVPERF	15
Figura 3 Decisiones Individuales del Producto y Servicio.....	16
Figura 4 <i>Net Promoter Score</i>	17
Figura 5 SERVQUAL	18
Figura 6 Métodos para Medir la Satisfacción.....	19
Figura 7 GAP.....	20
Figura 8 <i>SERVQUAL</i>	21
Figura 9 Formula para hallar la muestra.....	32
Figura 10 La panadería cumple con lo prometido y ofrecido en el reparto de productos..	34
Figura 11 La panadería Belgravia muestra interés en poder resolver algún problema que haya con la entrega de productos.....	35
Figura 12 La panadería Belgravia realiza bien su servicio desde la primera vez que realizó su compra.....	37
Figura 13 La panadería Belgravia cumple con el tiempo promedio de entrega del delivery.	38
Figura 14 La panadería Belgravia cumple con brindar la información clara y precisa de sus productos.	39
Figura 15 Los cajeros de la panadería Belgravia ofrecen atención individualizada en el servicio brindado.	41
Figura 16 La panadería Belgravia tiene los horarios convenientes de atención al cliente.	42
Figura 17 Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención personalizada hacia los clientes.....	43

Figura 18 Los empleados de la panadería Belgravia comprenden las necesidades del cliente.	45
Figura 19 La panadería Belgravia se preocupa por la atención brindada a sus clientes. ...	46
Figura 20 La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables.....	47
Figura 21 La panadería Belgravia les brinda seguridad a sus clientes a la hora de realizar sus compras por delivery.	48
Figura 22 La panadería Belgravia tiene sus empleados amables.	49
Figura 23 Los empleados de la panadería Belgravia tienen conocimiento amplio de los productos en venta.	50
Figura 24 La panadería Belgravia presenta un equipo moderno para la elaboración de pastelería.	51
Figura 25 El local de la panadería es visualmente atractivo.	53
Figura 26 Los empleados de la panadería Belgravia tienen una vestimenta pulcra.	54
Figura 27 La panadería Belgravia tiene empaques de sus productos atractivos.	55
Figura 28 Los empleados de la panadería Belgravia comunican cuando se realizara la entrega del producto.	56
Figura 29 Los empleados de la panadería Belgravia ofrece una atención rápida en el local.	57
Figura 30 Los empleados de la panadería Belgravia están dispuestos a poder ayudar a los clientes en cualquier momento.	59
Figura 31 Los empleados de la panadería Belgravia nunca están demasiado ocupados para ayudar a los clientes.....	60
Figura 32 Es probable que recomienden los productos de la panadería Belgravia.	61
Figura 33 Las razones por las cuales calificaron los productos de la panadería Belgravia	62

Figura 34 Es probable que recomienden la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o Whatsapp.....	64
Figura 35 Si el cliente marcó del 1 al 5 fue porque la calificación de la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o Whatsapp.	65
Figura 36 Es probable que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia.	66
Figura 37 Las razones porque el cliente calificó la calidad de servicio de los empleados de delivery.	67
Figura 38 La probabilidad por la cual se recomiende la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia.	69
Figura 39 La razón por la cual los clientes calificaron del 1 al 5 la calidad del servicio de la postventa de la panadería Belgravia.	70

Lista de Tablas

Tabla 1 Resultado de Alfa de Cronbach	32
Tabla 2 La panadería cumple con lo prometido y ofrecido en el reparto de productos.	34
Tabla 3 La panadería Belgravia muestra interés en poder resolver algún problema que haya con la entrega de productos.....	35
Tabla 4 La panadería Belgravia realiza bien su servicio desde la primera vez que realizó su compra.....	36
Tabla 5 La panadería Belgravia cumple con el tiempo promedio de entrega del delivery.....	38
Tabla 6 La panadería Belgravia cumple con brindar la información clara y precisa de sus productos.	39
Tabla 7 Los cajeros de la panadería Belgravia ofrecen atención individualizada en el servicio brindado.	40
Tabla 8 La panadería Belgravia tiene los horarios convenientes de atención al cliente.....	42
Tabla 9 Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención personalizada hacia los clientes.....	43
Tabla 10 Los empleados de la panadería Belgravia comprenden las necesidades del cliente.....	44
Tabla 11 La panadería Belgravia se preocupa por la atención brindada a sus clientes.....	46
Tabla 12 La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables.....	47
Tabla 13 La panadería Belgravia les brinda seguridad a sus clientes a la hora de realizar sus compras por delivery.....	48
Tabla 14 La panadería Belgravia tiene sus empleados amables.....	49
Tabla 15 Los empleados de la panadería Belgravia tienen conocimiento amplio de los productos en venta.....	50

Tabla 16 La panadería Belgravia presenta un equipo moderno para la elaboración de pastelería.....	51
Tabla 17 El local de la panadería es visualmente atractivo.....	52
Tabla 18 Los empleados de la panadería Belgravia tienen una vestimenta pulcra.	53
Tabla 19 La panadería Belgravia tiene empaques de sus productos atractivos.....	55
Tabla 20 Los empleados de la panadería Belgravia comunican cuando se realizara la entrega del producto.....	56
Tabla 21 Los empleados de la panadería Belgravia ofrece una atención rápida en el local.....	57
Tabla 22 Los empleados de la panadería Belgravia están dispuestos a poder ayudar a los clientes en cualquier momento.....	58
Tabla 23 Los empleados de la panadería Belgravia nunca están demasiado ocupados para ayudar a los clientes.....	60
Tabla 24 Es probable que recomienden los productos de la panadería Belgravia.....	61
Tabla 25 Las razones por las cuales calificaron los productos de la panadería Belgravia.....	62
Tabla 26 Es probable que recomienden la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o Whatsapp.	63
Tabla 27 Si el cliente marcó del 1 al 5 fue porque la calificación de la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o Whatsapp.	65
Tabla 28 Es probable que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia.....	66
Tabla 29 Las razones porque el cliente calificó la calidad de servicio de los empleados de delivery.....	67

Tabla 30 La probabilidad por la cual se recomienda la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia.....	68
Tabla 31 La razón por la cual los clientes calificaron del 1 al 5 la calidad del servicio de la postventa de la panadería Belgravia.....	70
Tabla 32 Pruebas de chi-cuadrado.....	72
Tabla 33 Medidas simétricas.....	72
Tabla 34 Pruebas de chi-cuadrado.....	73
Tabla 35 Medidas simétricas.....	73
Tabla 36 Pruebas de chi-cuadrado.....	74
Tabla 37 Medidas simétricas.....	74
Tabla 38 Pruebas de chi-cuadrado.....	74
Tabla 39 Medidas simétricas.....	75
Tabla 40 Pruebas de chi-cuadrado.....	75
Tabla 41 Medidas simétricas.....	75
Tabla 42 Pruebas de chi-cuadrado.....	76
Tabla 43 Medidas simétricas.....	76

Resumen

La tesis titulada *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente de la Panadería Belgravia, año 2022* es de estudio tipo Cualitativo - Cuantitativo y con alcance descriptivo, el cual permitió conocer si los clientes de la panadería se sienten satisfechos con la calidad del servicio. El universo de investigación fue de 427 personas y la muestra es 202 personas, el análisis de datos se realizó con la estadística descriptiva, lo cual dio información para llegar al objetivo general: La calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022. Los resultados obtenidos se pueden considerar que los clientes se encuentran satisfechos con la calidad que ofrecen de los productos, la atención por delivery que brindan es buena, sin embargo, les falta un poco más de organización en avisar la hora de llegada del pedido a los clientes, la maquinaria de la empresa se encuentra en estado óptimo. En la actualidad los clientes potenciales que poseen son debido a que sus familiares iban a realizar compras a la panadería y ellos han seguido la misma costumbre, es por ello que actualmente los clientes que han aumentado son por las recomendaciones de los clientes potenciales.

Palabras Clave:

Calidad de servicio. Satisfacción del Cliente. Panadería.

Abstract

The thesis entitled *Service Quality and Customer Satisfaction of the Belgravia Bakery, year 2022* is a Qualitative-Quantitative study with a descriptive scope, which allowed us to know if the customers of the bakery were satisfied with the quality of the service. The research universe was 427 people and the sample is 202 people, the data analysis was carried out with descriptive statistics, which gave us information to reach the general objective: The quality of the service is related to the satisfaction of the client of the Belgravia bakery in 2022. The results obtained can be considered that customers are satisfied with the quality of the products they offer, the delivery service they provide is good, however, they need a little more organization in notifying the arrival time of the order to the customers. customers, the company's machinery is in optimal condition. Currently, the potential clients they have are due to the fact that their relatives were going to make purchases at the bakery and they have followed the same custom, which is why currently the clients who have warned are due to the recommendations of potential clients.

Keywords:

Quality of service. Customer satisfaction. Bakery.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1. Formulación del problema

A nivel global, en un artículo de IPSOS realizado por Yuan et al (2020) llamado *Recalculando la escala de valores de los consumidores en el COVID-19* habla sobre como los consumidores han ido cambiando sus comportamientos y costumbres durante la época de pandemia.

Las empresas tuvieron que reinventarse y adaptarse a las necesidades que tienen sus clientes. La mayoría de ellas tuvieron que volverse digitales porque las personas no podían salir y su única manera de comunicación constante con los demás fueron las redes sociales (Yuan et al, 2020, p. 6).

A nivel continental, un informe de IPSOS Perú (2020) llamado *Mind the Gap: La importancia de cumplir con la promesa de marca en Latinoamérica*, dice:

Que tan importante es cerrar las brechas entre la experiencia de marca y la promesa para ello se realizó un estudio en 7 países de Latinoamérica, donde 1 de cada 5 clientes entrevistados mencionaron que la experiencia con las marcas fue pésima durante el COVID-19, es por ello, que las empresas deben trabajar en reinventarse según las necesidades del cliente para que puedan lograr la satisfacción en ellos (Agrawal, 2020, p.2)

En el Perú, Carrera (2017) en el artículo llamado *Una experiencia del cliente memorable* dice que muchas personas han quedado insatisfechas con las marcas porque las promesas que les daban del servicio o producto que ofrecían no han cumplido sus expectativas durante pandemia. Pese a que antes de pandemia la atención haya sido A1, en épocas complicadas para los clientes ellos sintieron que les han fallado. Es por ello que proponen 3 reglas básicas para lograr la satisfacción del cliente: Conocer lo que el cliente

necesita, prometer lo que se puede cumplir, contar con sistema objetivo y compartir la información con toda la organización.

La panadería Belgravia (RUC: 20100304806) ubicado en Av. Arenales Nro. 2304 Lima - Lima – Lince, fue inaugurado en el año 1970 por José Carlos Vallejo Tucsio, cumpliendo 50 años en el rubro de elaboración y producción de panadería, ofreciendo una variedad de productos de alta calidad, como panes, pasteles, bocaditos y embutidos, proporcionando bienestar y nutrición a las familias peruanas.

Los esfuerzos que se vienen realizando el talento humano de la panadería, para la atención del cliente, vinculación y atracción, debido a los años que tiene el negocio, hasta ahora mantiene a clientes antiguos por la calidad de los panes, tortas como también bocaditos en los cuales ofrece promociones; en la atención que se le ofrece en el local es respetuosa, rápida y con todos los implementos de seguridad sanitaria.

Sin embargo, la panadería no tiene conocimiento sobre el nivel de satisfacción de sus clientes en base a la calidad de los productos brindados. Debido a que no cuentan con un área de Marketing que pueda realizarle una investigación o estudio, solo cuentan con un community manager que maneja, pero de manera externa. No ha realizado ningún tipo de investigaciones o estudios en todos estos años que lleva en el mercado para saber si sus clientes se encuentran a gusto con la calidad del producto y la atención brindada al momento de la venta. Probablemente, la pérdida de clientes que hubo en los últimos años sea porque no se ha logrado fidelizar a clientes concurrentes ni atraer a nuevos clientes.

Por ello, se propone un estudio del impacto de la calidad en la satisfacción de los productos y servicios, donde la empresa podrá ver con exactitud la satisfacción que tiene los clientes así podrán realizar acciones de retención de clientes, atraer clientes y fidelizar a los clientes con mayor concurrencia. Además, se podrá analizar si los productos de la empresa como sus atributos y empaque son del agrado de los clientes o si desean que se mejore algún

aspecto de los productos en la panadería, para que puedan tener una excelente experiencia de compra y gracias a ello la empresa pueda generar mayores ventas e incrementar sus ingresos.

Los problemas que actualmente tiene la panadería son los siguientes:

- Disminución de las ventas,
- Carencia de un estudio de marketing,
- Ausencia de atención al cliente de manera presencial y virtual.
- Incremento de empresas competidoras.

Por lo anteriormente mencionado, se plantea el siguiente problema general y los siguientes problemas específicos.

1.1 Problema Principal

- ¿De qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente en la panadería Belgravia el año 2022?

1.2 Problemas Específicos

- ¿De qué manera la fiabilidad como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente en la panadería Belgravia el año 2022?
- ¿De qué manera la empatía como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022?
- ¿De qué manera la seguridad como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022?
- ¿De qué manera los elementos tangibles como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022?
- ¿De qué manera la capacidad de respuesta como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022?

- ¿De qué manera la calidad del servicio de la panadería Belgravia se relaciona en el nivel recomendación como parte de la satisfacción de los clientes?
- ¿De qué manera la calidad del servicio de la panadería Belgravia se relaciona la razón de la recomendación como parte de la satisfacción de los clientes?

2. Objetivos General y Específicos

2.1 Objetivo General

- Determinar de qué manera la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.

2.2 Objetivos Específicos

- Determinar de qué manera la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- Determinar de qué manera la empatía como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- Determinar de qué manera la seguridad como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- Determinar de qué manera los elementos tangibles de compra impacta en la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- Determinar de qué manera la capacidad de respuesta como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- Determinar que la calidad del servicio de la panadería Belgravia se relaciona en el nivel de recomendación como parte de la satisfacción de los clientes.
- Determinar que la calidad del servicio de la panadería Belgravia se relaciona la razón de la recomendación como parte de la satisfacción de los clientes.

3. Justificación o importancia del estudio

La importancia de realizar un estudio de calidad y satisfacción del cliente para la Panadería Belgravia, es para saber qué tan satisfecho se encuentra el consumidor con el producto y servicio que le brinda la panadería y saber cuál es la probabilidad para que un cliente nuevo realice una compra en el futuro.

En el rubro de panadería, la satisfacción de los clientes es un tema muy importante debido a que ayudará a evitar perder clientes con las nuevas implementaciones que se realizará, para mejorar la calidad del producto y el servicio ofrecido en base al estudio realizado.

Al finalizar el estudio, se conocerá cuán satisfecho ha estado el cliente, con lo que le ofrece la panadería y si tuvo una experiencia positiva se sabrá que recomienda a otras personas, y si no, comentará de manera negativa y se conocerá por que motivo se perdía ingresos.

Por último, se conocerá si, aun así, sin realizar algún estudio o planes de mejoras que tanto la empresa ha podido retener clientes en estos años en el mercado.

4. Alcance y limitaciones

Alcance

El alcance de la investigación se presenta con el fin de entender hacia donde se proyecta el estudio, en este aspecto, la meta de la investigación es conocer la calidad del servicio en la atención del cliente, y para ello, se realiza la aplicación de un instrumento a los clientes mediante una encuesta. Lo que se quiere conseguir es conocer que tan satisfechos están con el servicio de la panadería Belgravia, que atiende a los vecinos de Lince, y estar conscientes de cuanto es necesario mejorar para que el establecimiento sea reconocido como uno que presenta mejor calidad y de esta manera empoderar la empresa para conseguir la expansión y abrir más sucursales a nivel de Lima Metropolitana y en un mediano plazo hacer

presencia a nivel nacional. Asimismo, se pretende ofrecer productos que representen la marca para que la ciudadanía se acostumbre a consumir solo productos de calidad, elevando la calidad de vida de la población peruana.

Limitaciones de la Investigación

Para tener un mayor acercamiento a la realidad de la situación de la empresa sobre la satisfacción del cliente respecto a la calidad de atención, se ha podido observar que, en sus redes sociales, existen comentarios poco favorables sobre la calidad de atención, lo cual no es positivo para la empresa, ya que puede estar perdiendo clientela por esos comentarios.

Respecto al desarrollo del trabajo, no se ha podido obtener buena cantidad de referencias bibliográficas recientes en base al rubro de panadería, por ello, los antecedentes son pocos. Asimismo, la empresa no contaba con una base de datos que pueda ayudar en el conocimiento de la situación real del establecimiento, ni un listado de clientes constantes, por ello, la obtención de los datos se realizaba a través de las visitas por cada día en el establecimiento.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1. Antecedentes de la investigación

- Internacionales

Cervantes (2021) en la tesis titulado *Net Promoter Score como herramienta de medición de la satisfacción de cliente para la Asociación de Producción Textil Jelmake*, tuvo como objetivo principal demostrar que el NPS sirve para la medición de la satisfacción del cliente y en este caso para la asociación de producción textil Jelmake. Para este estudio se utilizó una población de 150 personas donde la muestra son 108 personas. De los cuales mediante un cuestionario y un análisis estadístico de ello dio como resultado 44% de clientes detractores, 28% de clientes pasivos y 30% de los clientes eran promotores. Debido a la pregunta del porque marcaron esa puntuación se pudieron dar cuenta en el análisis que los clientes insatisfechos son porque no les gusta el precio de la ropa que ofrecen y no ofrecen una buena atención a los clientes, es por ello que, muchos de ellos han decidido irse a la competencia.

Jahmani et al. (2020) en su investigación titulado *La relación entre la calidad del servicio, la satisfacción del cliente, el valor percibido y la fidelidad del cliente: un estudio de caso de Fly Emirates*, muestra como objetivo principal, examinar la relación entre la calidad del servicio, la satisfacción del cliente, valor percibido y la lealtad del cliente en la industria aérea. Para este estudio se contactó con 517 pasajeros de los cuales solo 384 participaron en el estudio. Llegando al 74,2%. En este caso se realizó la recolección de datos cuantitativos para que se pueda realizar un análisis estadístico. El cuestionario realizado a los clientes fue con escala Likert donde marcaban del 1 que es totalmente en desacuerdo al 5 totalmente de acuerdo. La conclusión que se llegó en este estudio es que la calidad del servicio se relaciona de manera positiva con la satisfacción del cliente, sin embargo, tiene

una relación negativa con el valor percibido y la lealtad del cliente. Es por ello, que la Aerolínea Emirates debe tomarle mucha importancia a la calidad del servicio y la satisfacción de los pasajeros para que se pueda obtener la lealtad del cliente, que es lo más importante para las Aerolíneas. Estos tipos de comentarios la empresa no lo sabía, y es por ello, que se le recomendó realizar de manera más seguida la herramienta del NPS para conocer en que están fallando.

Lewis y Mehmet (2020) en su investigación titulado *Does the NPS® reflect consumer sentiment? A qualitative examination of the NPS using a sentiment analysis approach*, utiliza ampliamente como indicador clave de rendimiento en la práctica. El cual muestra cómo objetivo principal demostrar que el NPS es una métrica que puede predecir el crecimiento futuro de la empresa. En la metodología del estudio los datos del artículo se recopilaron de una investigación que se realizó basado en los comportamientos de viaje. Donde se logró obtener una muestra total de 3446, luego de ello se empezó a depurar las respuestas faltantes y falsas lo que finalmente dio una muestra de 1481 que respondieron las preguntas de NPS y preguntas abiertas. Luego en el análisis de datos se analizó cualitativamente las preguntas abiertas para saber el sentimiento del comentario. Después de ello, a cada respuesta se le asignó un código numérico para realizar el procedimiento estadístico del estudio en el SPSS v.25. Se utilizó la correlación de Pearson para saber la relación significativa entre la graduación y las puntuaciones de NPS, las cuales salieron $r(1476) = .611, p < .05$. Los resultados indicaron que una mayor proporción de los clasificados actualmente como Pasivos también demuestran una actitud positiva hacia la marca. En conclusión, se pudo demostrar que el NPS captura el sentimiento que los participantes sienten hacia una marca, los que marcaron una puntuación alta es porque tienen un aprecio hacia la marca.

Trujillo et al. (2019) en su investigación titulado *Satisfacción del cliente: Estudio desde las metodologías de calidad. Caso Black Mouth*, da como el objetivo principal evaluar la satisfacción del cliente para satisfacer las exigencias y demandas de los clientes. La metodología usada en este caso es QFD, que ayuda a valorar lo que requieren los clientes y así mejorar el producto e incrementar las ventas. Para ello, se realizó una muestra a 183 consumidores de las cafeterías. Los resultados dieron que 6,6% lo califica como malo, 15,8% como regular, 25,1% como bueno y 52,5% como óptimo. Los que evaluaron como óptimo fue por las características del producto y el local de la cafetería. Según el estudio de satisfacción que se le realizó, evaluó sus productos que ofrecían, y el de menos porcentaje fue el *Frappe* y lo que más consumían sus clientes era el Café Cappuccino y el Café Americano. Después que se realizó este estudio, se le recomendó a la empresa que concentre sus esfuerzos en los productos que los consumidores preferían y llegar a ellos de una manera más directa; para saber un poco más qué es lo que les gustaría a los clientes que mejore la cafetería, se puede hacer en un plazo de 3 meses una pequeña encuesta y así ver lo que opinan e ir mejorando la atención y los productos que ofrecen.

- **Nacionales**

Cubas y Mendo (2021) en la tesis *Calidad de Servicio y Satisfacción de los Clientes de la Panadería Pimentel, Chepén 2020* muestra como objetivo principal determinar la relación de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de la panadería Pimentel. La metodología que se utilizó es de tipo aplicada, no experimental y de corte transversal. Para ello se utilizó una muestra de 167 personas mediante un cuestionario con preguntas en escala de Likert, después de ello, los resultados fueron contabilizados en el SPSS V.25 donde también se utilizó el Alpha de Cronbach que dio 0.757 de coeficiente de confiabilidad. Las conclusiones de la tesis es que la calidad y satisfacción de la panadería es de nivel medio y

si la atención e infraestructura de la empresa mejoraría sería beneficioso para la empresa debido a que los clientes retornarían para comprar.

Chávez (2019) en la tesis titulada *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en Cinemark, Huánuco, 2018*, muestra como objetivo principal la relación entre la calidad de servicio en la satisfacción de clientes en el Cinemark Huánuco. La metodología de la investigación es correlacional y descriptivo. La población es 9600 clientes al mes, donde la muestra es 370 para realizar el cuestionario con las preguntas tipo Likert. Para la calidad del servicio se utilizó SERVQUAL con las 5 dimensiones (confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, tangibles y seguridad) y para satisfacción de cliente se hizo con sus 2 dimensiones (Rendimiento percibido y expectativas). De esta tesis se concluyó que los clientes se encuentran satisfechos con el servicio brindado en el cine, sin embargo, los clientes algunas veces tienen problemas o incomodidades en el local y no las dicen porque se demorarían mucho en solucionarlo. Es por ello que, se les recomendó hacer unas pequeñas encuestas sencillas donde los clientes puedan calificar el servicio y poner si tuvieron algún problema.

Espinoza (2019) en la tesis titulada *Satisfacción de los servicios educativos mediante el Net Promoter Score en los estudiantes de la Escuela Nacional De Estadística e Informática, Arequipa – Perú - 2018*, tuvo como objetivo principal medir con el NPS la satisfacción de los estudiantes de la escuela nacional de estadística. La metodología utilizada es de un enfoque cuantitativo, la muestra es 52 estudiantes y se les realizaron los cuestionarios para saber si están satisfechos con la escuela nacional. Los resultados de estas encuestas dieron 11,54% son detractores, 59,62% son neutros y promotores son el 28,85%. Para la estadística de fiabilidad se utilizó el alfa de Cronbach el cual dio 0,867%. Las personas que son detractores y neutros comentan que están en desacuerdo con el precio de la escuela y deberían reducirlo. Las conclusiones de este estudio demuestran que si existe

una relación en el NPS y la satisfacción debido a que el 59% de los estudiantes son neutros esto quiere decir que están bien con el servicio que les dan, pero no tanto como para poder recomendar a sus conocidos. Hay mucha insatisfacción con el precio que dan por el servicio.

Cutipa Pizarro (2019) en la tesis titulada *Evaluación de la calidad de servicio mediante el nivel de satisfacción del cliente de la Pastelería y Panadería Deli EIRL en la ciudad de Tarapoto periodo 2017* muestra como objetivo principal evaluar la calidad del servicio mediante el nivel de satisfacción de la pastelería Deli EIRL. La metodología usada es en promedio de clientes mensuales es 550, por lo cual, la muestra que se utilizará será 226 clientes. El tipo de investigación será aplicada y descriptiva. Las variables que se usan para la calidad del servicio es de Christian Gronroos el cual sus dimensiones van relacionadas a lo tangible e intangible las cuales son la calidad técnica, calidad funcional y la imagen corporativa. Para la variable satisfacción, se utilizará la mencionada por Kotler, que tiene que ver con la percepción del cliente después de recibir el producto o servicio los cuales son expectativas, divierte al cliente y sorprende al cliente. De esta investigación se concluyó, que solo el 31,98% de los clientes no están satisfechos con el servicio porque tienen una deficiente capacidad de respuestas, empatía y seguridad y estas son unas de las principales debilidades que tiene la empresa y son las que debe mejorar para poder lograr la satisfacción en ellos.

García (2019) en la tesis titulada *Calidad de servicio y satisfacción al cliente en la tienda TOPITOP de Real Plaza Juliaca, 2019* muestra como objetivo principal determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción al cliente en la tienda Topitop de Real plaza Juliaca. La metodología usada en esta investigación es cuantitativa donde se utilizó una muestra de 340 clientes. Para la calidad del servicio se utilizó el SERVQUAL con sus 5 variables respectivas fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Para satisfacción del cliente fue una adaptación de la autora donde

utilizó las variables: nivel de satisfacción, expectativas y rendimiento percibido. La conclusión de esta tesis, es que las dimensiones de calidad de servicio y satisfacción del cliente se relacionan entre sí. Según la investigación se dedujo que cuando la calidad de atención que ofrecen los colaboradores es buena, mayor será la satisfacción en sus clientes.

Huamani (2019) en la tesis titulada *Calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la Imprenta Niko E.I.R.L., Ventanilla 2019*, muestra como objetivo principal encontrar una relación en la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el caso de la imprenta Niko. La metodología usada es descriptiva-correlacional donde se utilizó una muestra de 67 clientes. El cuestionario que se utilizó fue con escala de Likert 22 preguntas. Luego de los resultados obtenidos, se procedió a calcular el coeficiente de alfa de Cronbach siendo 0,955%. Para la calidad de servicio se utilizó SERVQUAL con sus 5 variables correspondientes fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Para satisfacción fue usado el Análisis de factores con las dimensiones de calidad funcional percibida, calidad técnica percibida, valor de servicio, confianza y expectativa. La conclusión de esta tesis es, que el personal de la imprenta debe capacitarse constantemente en la modernidad de equipos y software para así ofrecen un servicio mucho más especializado a sus clientes y tenerlos 100% fidelizados. De igual forma, deben demostrarles a los clientes que cada vez que vayan a la empresa tendrán una excelente atención por parte de ellos.

Gonzales y Huanca (2018) en su investigación *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018* y como objetivo principal fue determinar la relación que existe entre la calidad del servicio con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar. Para la calidad del servicio utilizaron las dimensiones de SERVQUAL con sus 5 variables fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y

elementos tangibles. Para la satisfacción del cliente utilizó las dimensiones según Zeithalm: Rendimiento Percibido y expectativas. La metodología utilizada es un estudio cuantitativo con una muestra de 384 clientes y la técnica utilizada es encuestas donde tuvo un cuestionario estructurado y validado.

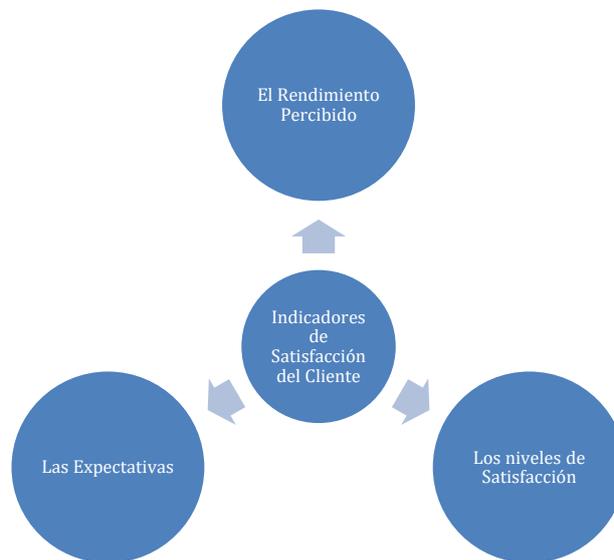
2. Bases teórico-científicas

Satisfacción del cliente

Blanco y Ángel (2019) Muchas veces, cuando se evalúa la satisfacción al cliente, lo más importante es la atención brindada cuando realizan su pedido o llaman para preguntar sobre algún producto o tienen un reclamo, entonces es ahí donde sea cual fuera la situación la atención debe ser con la mejor actitud y disponibilidad, si fuera el caso tengan algún problema, brindarles una solución si es que la necesitan. La calidad de servicio viene a ser para las empresas, ofrecer a sus clientes un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable para que el cliente se sienta atendido, comprendido y sorprendido por que superaron sus expectativas de compra.

Figura 1

Indicadores de satisfacción del cliente

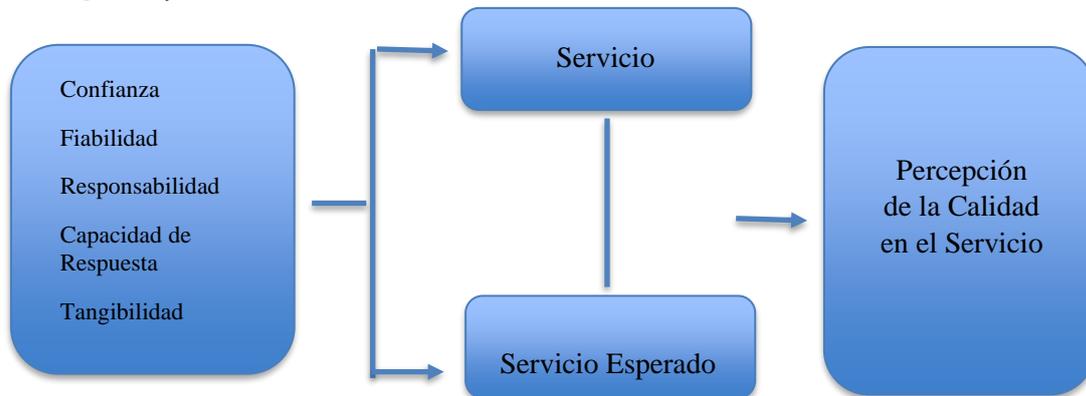


Nota: Diseñado con información obtenida de Blanco y Ángel (2019)

La figura 1, presenta los indicadores de la variable satisfacción del cliente, que estos son, el rendimiento percibido, los niveles de satisfacción y las expectativas que tienen los clientes de la panadería Belgravia.

Calidad del Servicio

García & Romero (2016) indican que se debe cuantificar los servicios y varias corrientes de argumentos para la elección del enfoque ideal. Si bien existen varios instrumentos para la medición de la calidad del servicio, los dos instrumentos más utilizados son las métricas SERVQUAL y SERVPERF. Este autor proporciona insumos adecuados para un investigador sobre calidad del servicio y responde a varias preguntas que se agitan en la mente de un principiante en la investigación de la calidad del servicio, tales como: ¿Cómo comenzar con la medición de la calidad del servicio? ¿Cómo recopilar datos? ¿Cómo seleccionar una muestra? ¿Cómo realizar una revisión de la literatura? ¿Cómo analizar los datos? ¿Qué metodología de investigación es aplicable? ¿Cómo construir hipótesis sobre mi investigación?

Figura 2*SERVQUAL y SERVPERF*

Nota: Las dimensiones de calidad de SERVQUAL y SERVPERF obtenidos por García y Romero (2016)

La figura 2, se presenta las dimensiones que corresponden a los instrumentos recomendados para el desarrollo del trabajo, para la percepción de la calidad, lo que se identifica con el servicio esperado del cliente, a través de la confianza, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y tangibilidad.

Armstrong y Philip (2013), comenta sobre la satisfacción del cliente, ahondando más en su capítulo *Productos, servicios y marcas*, habla sobre decisiones de productos y servicios, explica sobre las atribuciones del producto o servicio, empaque, branding, etiquetado y soporte del servicio del producto que se relacionan con su capacidad para satisfacer las necesidades del cliente, ya sean explícitas o implícitas. Donde concluyen puntos claves que intervienen dentro de la relación con el cliente, refiriéndose a la perspectiva que tiene el cliente sobre el producto o servicio.

Figura 3

Decisiones Individuales del Producto y Servicio



Nota: Las decisiones individuales del Producto y Servicio obtenidos de Armstrong y Philip (2013)

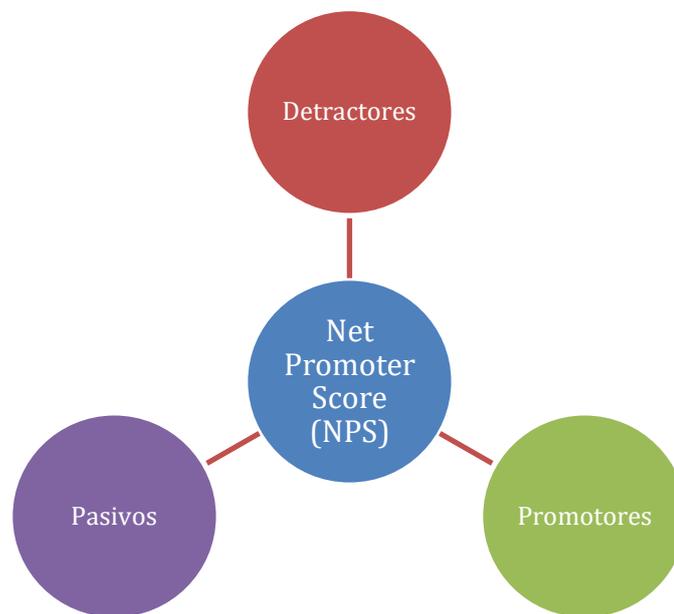
La figura 3, se presenta las dimensiones que corresponden a las decisiones individuales del producto y el servicio que son los atributos del producto, el empaque, el branding, el etiquetado, el soporte del servicio.

Reichheld y Fred (2012) comentan que en el año 1993 creó la métrica SNP (Net Promoter Score) que fue utilizada por Bain & Company y Satmetrix en 2003, que después de varios cuestionarios que realizó se pudo ver que solo una pregunta vincula mejor la compra y la recomendación que hacían los clientes ¿Qué probabilidades hay que recomiende la compañía X a un amigo o colega? y es donde el cliente da la puntuación del 0 al 10. Definitivamente, con solo un número no se puede saber lo que piensan los clientes, para ello está la siguiente pregunta, que el cliente explica su razón de haber marcado ese número y es donde las empresas pueden saber con exactitud lo que piensan sus clientes.

Los autores citados anteriormente dicen que se puede usar el Net Promoter Score, que se divide en Promotores, Detractores y Pasivos, donde su fórmula es Promotores menos el porcentaje clasificado como Detractores.

Figura 4

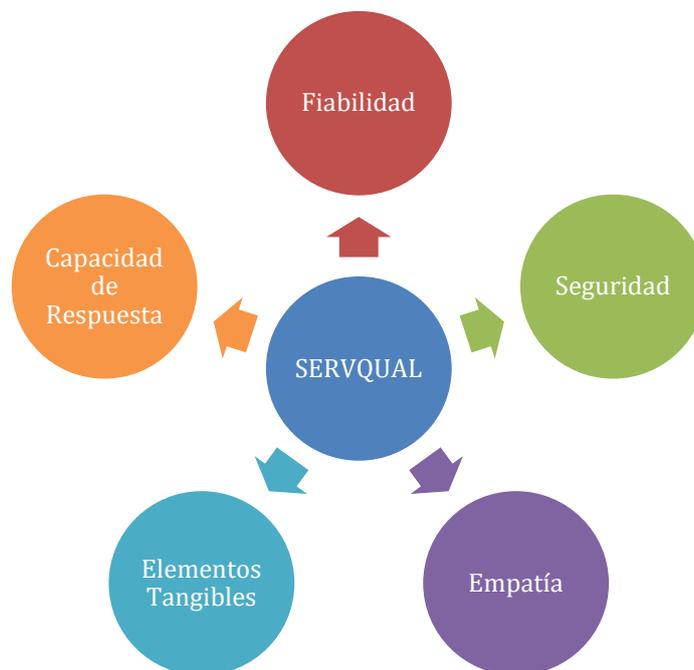
Net Promoter Score



Nota: Las categorías de clientes obtenidos de Reichheld y Fred (2012)

La figura 4, se presenta las dimensiones que corresponden a Net Promoter Score (NPS), esta herramienta es utilizada para saber la satisfacción de una persona hacia un servicio o producto y preguntarle el *Porqué* de la calificación que le pone. Las dimensiones que presenta son detractores, promotores, pasivos.

Kotler (2012) cita a Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) específicamente por el modelo SERVQUAL. Donde recalcó que, para identificar la calidad del servicio estas son las 5 dimensiones más importante: Fiabilidad (el grado de capacidad que tiene la empresa para prestar un servicio confiable y precisamente), capacidad de respuesta (entendida como la vocación del servicio al cliente y compromiso con la puntualidad), seguridad (la capacidad de los empleados de transmitir confianza y seguridad), empatía (la atención personalizada y cuidadosa) y elementos tangibles (entendida como el aspecto físico de la infraestructura, el equipamiento, los colaboradores y los materiales que comunican el servicio)

Figura 5*SERVQUAL*

Nota: Las dimensiones de calidad según SERVQUAL obtenido de Kotler (2012)

La figura 5, se presenta las dimensiones que corresponden a Servqual, presentado por Kotler, esta herramienta es utilizada para identificar la calidad del servicio. Las dimensiones que presenta son fiabilidad, seguridad, empatía, elementos tangibles, capacidad de respuesta.

Prats (2011) dice que muchas veces la satisfacción al cliente se entiende, que si la persona no dice nada a la hora de comprar un producto, o adquirir un servicio, entonces está satisfecho, si el producto es caro, entonces tiene mayor credibilidad para ellos, por lo tanto, no tendrá quejas con su compra y no es así, cada cliente es un mundo diferente al igual que una empresa, entonces no se puede asumir algo si no existe comunicación pos venta con los mismo clientes, para saber lo que piensan y lo que quieren. El concepto de solo contar con lo que se pueda ver quedó atrás, y para ello, se debe entrar más a fondo, realizando encuestas de satisfacción al cliente, y cada entrevista o encuesta que se haga al cliente, sea de forma

presencial, debido a que ellos van a preferir conversar con alguien y contarles lo que piensan, en vez de entregarles un papel para rellenar que puede o no ser cierto lo que escriban.

Figura 6

Métodos para Medir la Satisfacción



Nota: Los 7 métodos para medir la satisfacción obtenido de Prats (2011)

La figura 6, se presenta los métodos para medir la satisfacción. Las dimensiones que presenta son estudios de mercado, encuesta de satisfacción del cliente, estudio de la competencia, estudio de las reclamaciones y devoluciones de los clientes, sugerencias de clientes y proveedores, informes comerciales de las visitas de los clientes y ratio de los clientes que se pierde.

Aquino (2009) dice que para en estos últimos años es muy importante la calidad de servicio que brindan las empresas para poder competir entre ellas. Para evaluar esas deficiencias de calidad que tenga la empresa se debería utilizar los 5 GAPS propuestos y analizarlos. También menciona sobre el Método SERVQUAL el cual mide las percepciones

del cliente a la hora de adquirir un producto o servicio y las expectativas que tenían de lo que iban adquirir.

Figura 7

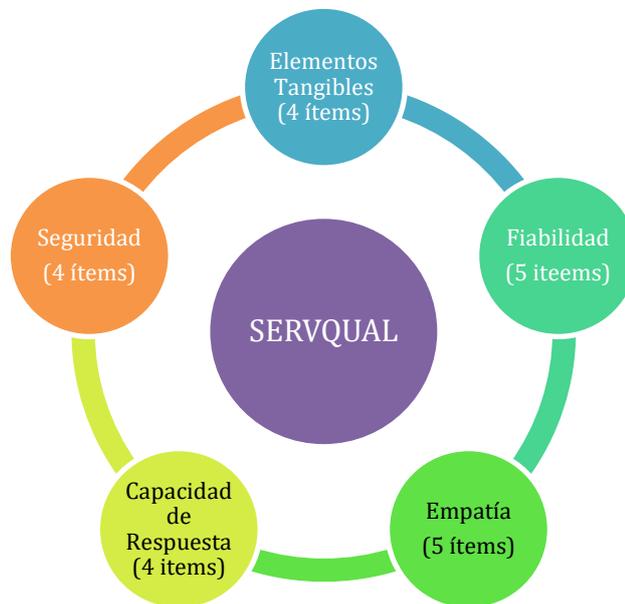
GAP



Nota: Los tipos de GAP utilizados para conocer la satisfacción del cliente obtenido de Aquino (2009)

En la figura 7, se presenta los gaps, siendo este un proceso de comparación tanto de la situación actual como la futura deseada, y con ello, crear nuevas actividades para cubrir la brecha, estos tipos son: Gap estratégico, Gap técnico, Gap funcional, Gap relaciones externas, Gap global. Esto nos va ayudar a poder analizar de una manera más profunda la satisfacción del cliente en diferentes aspectos externos que se debe tomar en cuenta.

Al ver esos factores, permite poder tener una satisfacción del cliente mucho más óptima, logrando cubrir sus necesidades según las condiciones de vida que tengan en los países donde viven.

Figura 8*SERVQUAL*

Nota: Las dimensiones de Servqual obtenido de Aquino (2009)

En la figura 8, se presenta el instrumento las dimensiones que corresponden a Servqual del autor Aquino, esta herramienta es utilizada para identificar la calidad del servicio. Las dimensiones que presenta son Elementos tangibles (4 ítems), fiabilidad (5 ítems), empatía (5 ítems), capacidad de respuesta (4 ítems) seguridad (4 ítems).

3. Definición de términos básicos

- *Atención al cliente* se refiere a “Conjunto de acciones de la compañía cuyo objetivo primordial consiste en satisfacer al cliente, tanto antes, como durante y después de la compra. Es importante una evaluación continua de este servicio a través de la satisfacción que muestren los clientes” (Van Nispen, 2012, p 12)
- *Benchmarking* se refiere a “Estrategia que consiste en el desarrollo de ideas en provecho del producto o de otras áreas del marketing mediante la copia o imitación de las ventajas de la competencia” (Van Nispen, 2012, p 19).

- *Brand Loyalty* se refiere a “Expresión inglesa para definir la fidelidad de marca.” (Van Nispen, 2012, p 24).
- *Calidad* se refiere a “Característica de un producto que es capaz de satisfacer las motivaciones para las que fue creado, ya sean emocionales o racionales.” (Van Nispen, 2012, p 36).
- *Calidad percibida* se refiere a “Calidad que un consumidor cree que tiene un producto. Esta puede o no coincidir con la calidad objetiva, ya que se trata de percepciones, criterio totalmente subjetivo.” (Van Nispen, 2012, p 36).
- *Consumidor* se refiere a Persona o entidad que utiliza o consume un producto o servicio para la satisfacción de sus necesidades, adquiriendo en ocasiones ella misma los bienes, o bien a través de un tercero.

En marketing el consumidor se convierte en el público objetivo, destinatario de las acciones de comunicación. Se le define, por ejemplo, como hombre joven de profesión liberal, residente en un núcleo urbano de clase media-alta. Lo que en comunicación a veces se olvida es que el consumidor primero es una persona y luego se convierte en público objetivo (Van Nispen, 2012, p. 36).

- *Customer satisfaction* se refiere a “Satisfacción del cliente, como fin irrenunciable del marketing” (Van Nispen, 2012, p 55).
- *Datos cualitativos* se refiere a “Todo tipo de información sobre criterios, motivaciones, opiniones, comportamientos, etc. Por ejemplo, preferencias de marcas, envases, etc.; pre y post test sobre anuncios o campañas publicitarias; motivaciones de compra y consumo, etc.” (Van Nispen, 2012, p 79).
- *Datos cuantitativos* se refiere a “Estadísticas o datos numéricos y concretos.” (Van Nispen, 2012, p 117).

- *Diferenciación* se refiere a “Cualidad de las marcas y productos que distinguen positivamente de la competencia, bien sea por su imagen de marca o por sus atributos, reuniendo ventajas competitivas que posibilitan su posicionamiento” (Van Nispen, 2012, p 128).
- *Encuesta* se refiere a “Método de investigación a través del cual se invita al investigado a que responda a un cuestionario, cuyas respuestas pueden ser cerradas o abiertas” (Van Nispen, 2012, p 128).
- *Encuesta Telefónica* se refiere a “Encuesta que utiliza el teléfono como instrumento de recogida de información. Para ello se emplea un cuestionario breve con preguntas fundamentales cerradas” (Van Nispen, 2012, p 161).
- *Entrevista de profundidad* se refiere a

Técnica de investigación de carácter individual que se desarrolla sin un cuestionario previamente establecido, en la que se deja que el entrevistado se exprese libremente sobre el tema de estudio. En este sentido, el papel del entrevistador se limita a reconducir la conversación en el caso de que se aleje del objetivo establecido (Van Nispen, 2012, p 173).
- *Encuesta Personal* se refiere a

El método más frecuente de investigación que consiste en una entrevista personal, dirigida por un entrevistador, para obtener una determinada información. La encuesta puede realizarse en el hogar del entrevistado o en un lugar acorde con el objeto de estudio, exigiendo la elaboración de un guion previamente diseñado para la formulación de preguntas (Van Nispen, 2012, p 175).
- *Investigación Emocional* se refiere a “La que se dirige a conocer las motivaciones racionales y emocionales que dan origen a las compras” (Van Nispen, 2012, p 180).

- *Óptica hacia el cliente* se refiere a “La acertada orientación del negocio hacia la satisfacción del cliente, hacia el servicio al cliente, con mentalidad de marketing.” (Van Nispen, 2012, p 203).
- *Retroalimentación* se refiere a “Proceso por el cual parte de la respuesta del receptor es comunicada al emisor” (Van Nispen, 2012, p 211).
- *Servicios* se refiere a “Conjunto de actividades y beneficios que ofrece una empresa a sus clientes a través de la venta o bien añadidos a un producto ofertado” (Van Nispen, 2012, p 213).
- *Servicio al cliente* se refiere a “Conjunto de prestaciones gratuitas o no que se ponen a disposición del cliente” (Van Nispen, 2012, p. 214).
- *Servicio postventa* se refiere a “Servicio ofrecido a un cliente después de realizar la compra de un producto o servicio. Habitualmente, este servicio tiene como objetivo seguir manteniendo una estrecha relación con el cliente con el fin de fidelizarlo y ofrecerle una atención personalizada” (Van Nispen, 2012, p 223).

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

1. Hipótesis y/o Supuestos básicos

Hipótesis general:

- La calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.

Hipótesis Específicas:

- La fiabilidad como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- La empatía como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- La seguridad como parte de la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- Los elementos tangibles impactan en la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- La capacidad de respuesta como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- La calidad del servicio de la panadería Belgravia influye en el nivel recomendación como parte de la satisfacción de los clientes.
- La calidad del servicio de la panadería Belgravia influye la razón de la recomendación como parte de la satisfacción de los clientes.

2. Variables de estudio y su operacionalización

- Variable Independiente (X): Calidad del servicio

La calidad del servicio viene a ser la percepción que tiene el cliente al probar el servicio.

Dimensiones:

- Fiabilidad
- Empatía
- Seguridad
- Elementos Tangibles
- Capacidad de Respuesta
- Variable Dependiente (Y): Satisfacción del Cliente

Según Kotler (2003), la satisfacción del cliente viene a ser el placer o la decepción que siente un cliente al adquirir un producto o servicio y si el cumple sus expectativas antes de comprar.

Dimensiones:

- Nivel de Recomendación
- Razón de Recomendación

3. Matriz Lógica de Consistencia:

Formulación del Problema	Objetivos	Hipótesis	Operacionalización de Variables			Diseño metodológico
			Variable	Dimensiones	Indicadores	
Problema Principal: ¿De qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente en la panadería Belgravia el año 2022?	Objetivo Principal: Determinar de qué manera la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.	Hipótesis Principal: HI: La calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022. H0: La calidad de servicio no se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.	X: Calidad del Servicio	Fiabilidad	- Cumplimiento. - Garantía. - Calidad de servicio. - Puntualidad - Información clara y precisa	Enfoque: Cuantitativo Tipo de Investigación: Investigación Aplicada Nivel de Investigación Descriptivo correlacional Diseño de Investigación: Diseño: No experimental Esquema: Descriptivo Correlacional Población: Clientes de la panadería Belgravia.
				Empatía	- Atención individualizada - Horarios convenientes. - Atención personalizada. - Comprenden las necesidades.	
				Seguridad	- Confiabilidad. - Seguridad - Amabilidad. - Conocimiento.	
				Elementos Tangibles	- Modernidad. - Atractividad. - Pulcritud	
Problemas Secundarios: ¿De qué manera la fiabilidad como	Objetivos Secundarios: Determinar de qué manera la	Hipótesis Secundaria: HI: La fiabilidad como parte de la	Capacidad de Respuesta	- Información. - Rapidez. - Ayuda al cliente - Disponibilidad		

<p>parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente en la panadería Belgravia el año 2022?</p>	<p>fiabilidad se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>	<p>calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>	<p>Y: Satisfacción del Cliente (NPS)</p>	<p>Nivel de Recomendación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Del Productos - Del servicio - Del delivery 	
<p>¿De qué manera la empatía como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022?</p>	<p>Determinar de qué manera la empatía como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>	<p>H2: La empatía como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>		<p>Razón de Recomendación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad del producto - Atención virtual - Calidad de servicio - Posventa 	
<p>¿De qué manera la seguridad como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022?</p>	<p>Determinar de qué manera la seguridad como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>	<p>H3: La seguridad como parte de la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>				

<p>¿De qué manera los elementos tangibles como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022?</p>	<p>Determinar de qué manera los elementos tangibles como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>	<p>H4: Los elementos tangibles como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>				
<p>¿De qué manera la capacidad de respuesta como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022?</p>	<p>Determinar de qué manera la capacidad de respuesta como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>	<p>H5: La capacidad de respuesta como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>				
<p>¿De qué manera la calidad del servicio de la panadería</p>	<p>Determinar que la calidad del servicio de la panadería</p>	<p>H6: La calidad del servicio de la panadería Belgravia influye</p>				

<p>Belgravia influye en el nivel de recomendación como parte de la satisfacción de los clientes?</p>	<p>Belgravia influye en el nivel de recomendación como parte de la satisfacción de los clientes.</p>	<p>en el nivel de recomendación como parte de la satisfacción de los clientes.</p>				
<p>¿De qué manera la calidad del servicio de la panadería Belgravia influye la razón de la recomendación como parte de la satisfacción de los clientes?</p>	<p>Determinar que la calidad del servicio de la panadería Belgravia influye la razón de la recomendación como parte de la satisfacción de los clientes.</p>	<p>H7: La calidad del servicio de la panadería Belgravia influye la razón de la recomendación como parte de la satisfacción de los clientes como parte de la satisfacción de los clientes.</p>				

CAPITULO IV

MÉTODO

1. Tipo y método de Investigación

El método a usar para esta investigación será:

Aplicada: Se utiliza este método, debido a que se está realizando un estudio de la situación actual de la panadería Belgravia, y al término del estudio, se darán las soluciones a los problemas que tengan, que harán una mejora para la satisfacción de los clientes, como también, la mejora de la calidad de los productos y servicio que ofrecen, y así puedan generar la empresa mayores ingresos en el negocio.

2. Diseño Específico de la Investigación

El diseño de la investigación, es de tipo no experimental- transversal-correlacional.

Correlacional: Debido a que se utiliza dos variables en la investigación que se relacionan para conocer la satisfacción con los atributos productos y servicio que ofrece la panadería Belgravia.

Transversal: Debido a que esta investigación se dará en un lapso corto de tiempo.

No experimental: Ninguna de las variables de la investigación serán manipuladas, debido a que se limitará a observar los hechos tal cual ocurren.

3. Población, Muestra

El tamaño del universo fue proporcionado por la empresa cuando se realizó el diagnóstico, el cual asciende a 427 clientes. Para hallar la muestra en la **Figura 1**

Indicadores de satisfacción del cliente se utilizó lo siguiente:

Figura 9

Formula para hallar la muestra

$$\frac{N Z^2 P(1-P)}{(N-1) E^2 + Z^2 P(1-P)}$$

- 0.05 de error de estimación.
- 0.5 de proporción de éxito.
- 1.96 obtenido de la distribución normal con 95% de confianza.
- 427 para el tamaño de la población.

Con lo anterior se pudo hallar una muestra de 202 encuestas.

4. Instrumentos de obtención de datos

El cuestionario para evaluar a los clientes de la panadería Belgravia contiene preguntas:

- Cerradas: politómicas y de escala ordinal tipo Likert.

Este instrumento puede considerarse fiable ya que su resultado de Alfa de Cronbach es de 0.973.

Tabla 1

Resultado de Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,973	26

5. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

Al culminar las encuestas, se tabulan las resultantes, se aplican criterios de estadística para la elaboración de tablas y gráficos utilizando el software *IBM SPSS statistics v.28*.

6. Procedimientos para la ejecución del Estudio

- Se realiza el trabajo en la misma panadería Belgravia ubicada en la Av. Arenales 2308, Lince 15073 Lima. Provincia de Lima.
- Se solicitará mediante documento formal a la empresa que facilite su base de datos, siendo que, el gerente de la empresa ya está informado de las entrevistas que se realizará en su local y el uso de su base de datos.
- Se hará el trabajo de campo en el local, donde se puede hallar a los clientes, y la base de datos de la empresa, pero debido a la situación del país actualmente, también se realizará por teléfono las entrevistas.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1. Datos Cuantitativos

Tabla 2

La panadería cumple con lo prometido y ofrecido en el reparto de productos.

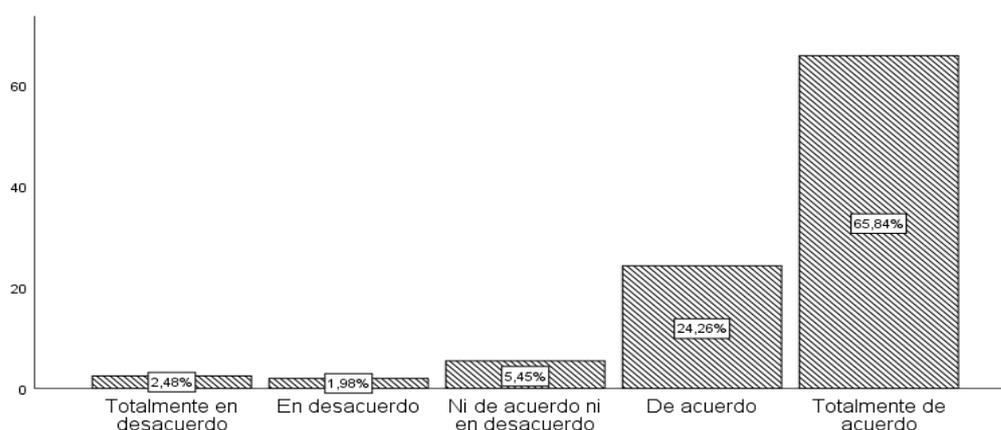
La panadería Belgravia cumple con lo prometido y ofrecido en el reparto de los productos.

Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	2,5	2,5
	En desacuerdo	4	2,0	4,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	5,4	9,9
	De acuerdo	49	24,3	34,2
	Totalmente de acuerdo	133	65,8	100,0
Total		202	100,0	

Figura 10

La panadería cumple con lo prometido y ofrecido en el reparto de productos.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: La panadería Belgravia cumple con lo prometido y ofrecido en el reparto de los productos, fueron los siguientes: el 2.48% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 1.96% indicó estar en desacuerdo, el 5.45% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 24.20% indicó está de acuerdo y el 65.8%

indicó estar totalmente de acuerdo. por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que la panadería cumple con lo prometido y ofrecido en el reparto de productos.

Tabla 3

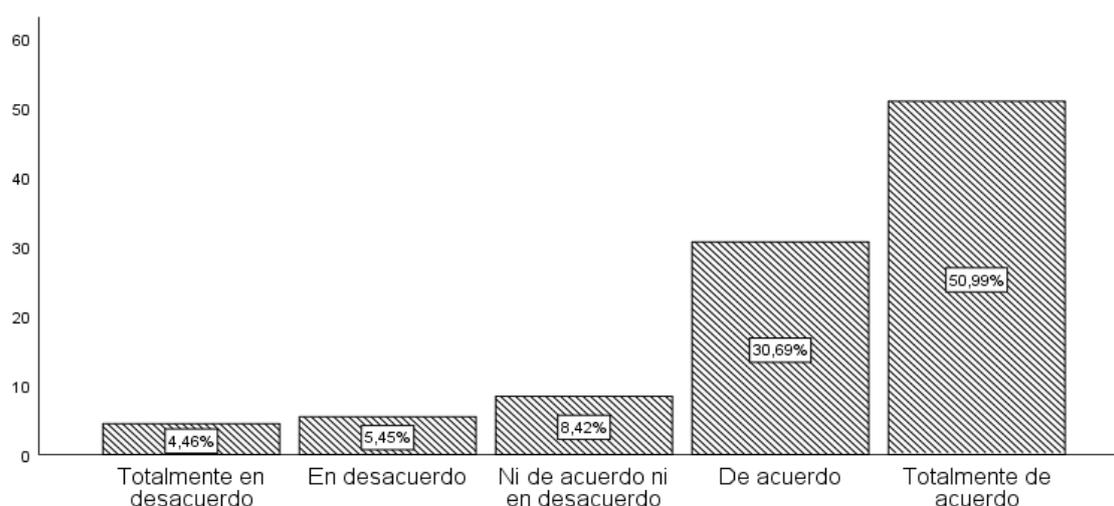
La panadería Belgravia muestra interés en poder resolver algún problema que haya con la entrega de productos.

La panadería Belgravia muestra interés en poder resolver algún problema que haya con la entrega de productos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	9	4,5	4,5
	En desacuerdo	11	5,4	9,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	8,4	18,3
	De acuerdo	62	30,7	49,0
	Totalmente de acuerdo	103	51,0	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 11

La panadería Belgravia muestra interés en poder resolver algún problema que haya con la entrega de productos.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: La panadería Belgravia muestra interés en poder resolver algún problema que haya con la entrega de productos, fueron los siguientes: el 4.46% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 5.45% indicó estar en desacuerdo, el 8.42% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 30.69% indicó está de acuerdo y el 50.99% indicó estar totalmente de acuerdo, Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que la panadería muestra interés en resolver algún problema que haya con la entrega de productos.

Tabla 4

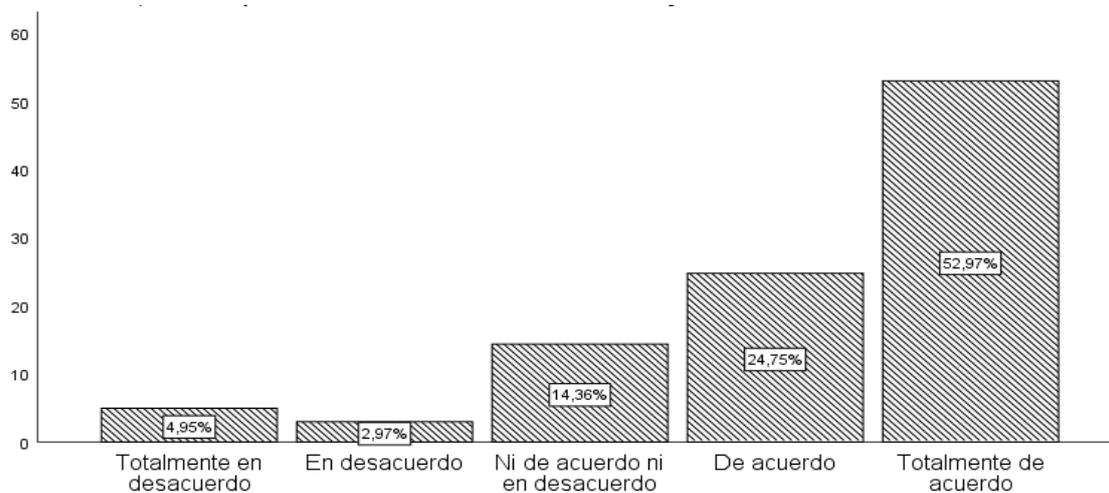
La panadería Belgravia realiza bien su servicio desde la primera vez que realizó su compra.

La panadería Belgravia realiza bien su servicio desde la primera vez que realizó su compra. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	5,0	5,0
	En desacuerdo	6	3,0	7,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	14,4	22,3
	De acuerdo	50	24,8	47,0
	Totalmente de acuerdo	107	53,0	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 12

La panadería Belgravia realiza bien su servicio desde la primera vez que realizó su compra.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: La panadería Belgravia realiza bien su servicio desde la primera vez que realizó su compra, fueron los siguientes: el 4.95% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 2.97% indicó estar en desacuerdo, el 14.36% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 24.75% indicó está de acuerdo y el 52.97% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que la panadería realiza bien su servicio desde la primera vez que realizó su compra.

Tabla 5

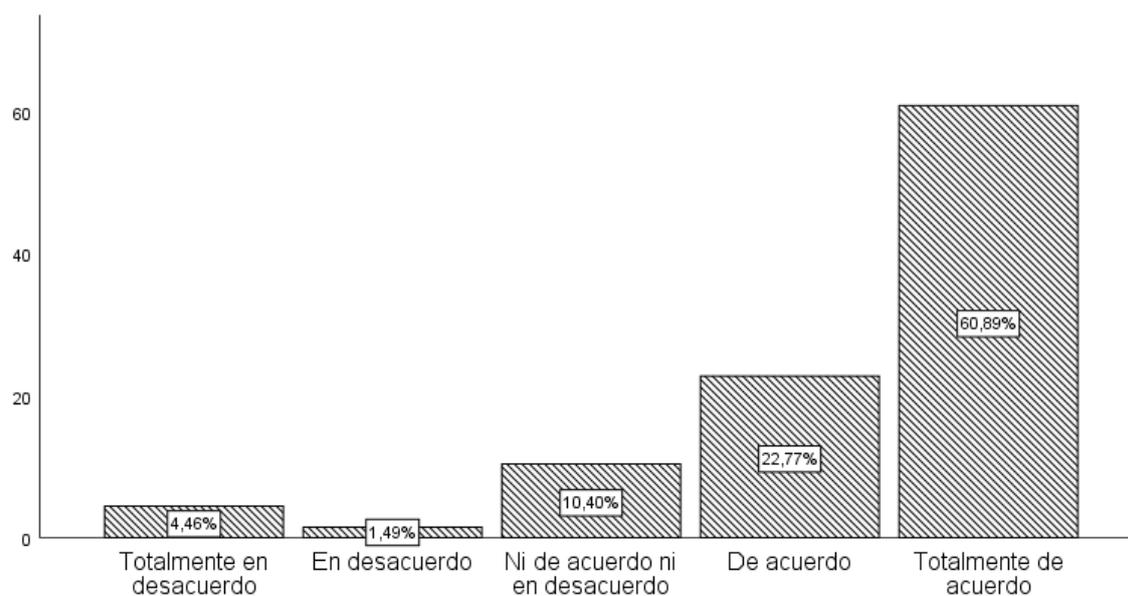
La panadería Belgravia cumple con el tiempo promedio de entrega del delivery.

La panadería Belgravia cumple con el tiempo promedio de entrega del delivery. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	9	4,5	4,5
	En desacuerdo	3	1,5	5,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	10,4	16,3
	De acuerdo	46	22,8	39,1
	Totalmente de acuerdo	123	60,9	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 13

La panadería Belgravia cumple con el tiempo promedio de entrega del delivery.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: La panadería Belgravia cumple con el tiempo promedio de entrega del delivery, fueron los siguientes: el 4.46% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 1.49% indicó estar en desacuerdo, el 10.40% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 22.77% indicó está de acuerdo y el 60.89% indicó estar

totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que la panadería Belgravia cumple con el tiempo promedio de entrega del delivery.

Tabla 6

La panadería Belgravia cumple con brindar la información clara y precisa de sus productos.

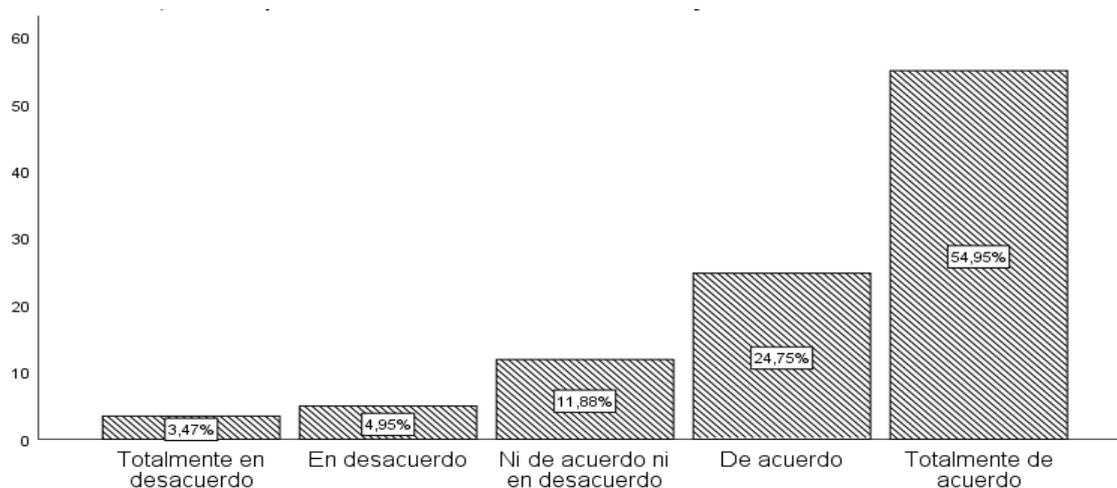
La panadería Belgravia cumple con brindar la información clara y precisa de sus productos.

Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	3,5	3,5
	En desacuerdo	10	5,0	8,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	11,9	20,3
	De acuerdo	50	24,8	45,0
	Totalmente de acuerdo	111	55,0	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 14

La panadería Belgravia cumple con brindar la información clara y precisa de sus productos.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: La panadería Belgravia cumple con brindar la información clara y precisa de sus productos, fueron los siguientes: el 3.47% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 4.95% indicó estar en desacuerdo, el 11.88% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 24.75% indicó está de acuerdo y el 54.95% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que la panadería Belgravia cumple con brindar la información clara y precisa de sus productos.

Tabla 7

Los cajeros de la panadería Belgravia ofrecen atención individualizada en el servicio brindado.

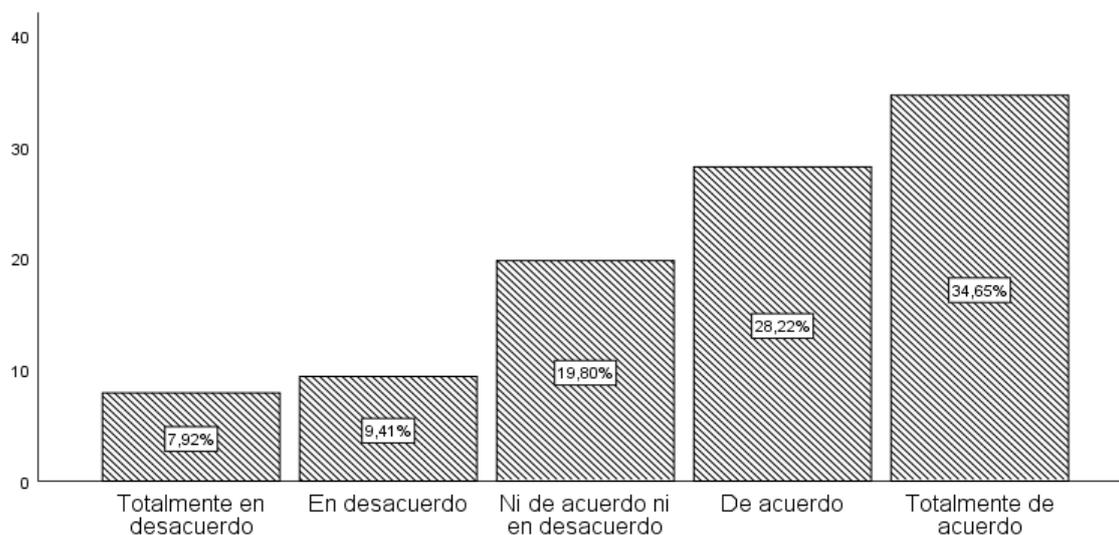
Los cajeros de la panadería Belgravia ofrecen atención individualizada en el servicio brindado.

Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	16	7,9	7,9
	En desacuerdo	19	9,4	17,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	40	19,8	37,1
	De acuerdo	57	28,2	65,3
	Totalmente de acuerdo	70	34,7	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 15

Los cajeros de la panadería Belgravia ofrecen atención individualizada en el servicio brindado.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Los cajeros de la panadería Belgravia ofrecen atención individualizada en el servicio brindado, fueron los siguientes: el 7.92% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 9.41% indicó estar en desacuerdo, el 19.80% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 28.22% indicó está de acuerdo y el 34.65% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que la panadería Belgravia cumple con brindar la información clara y precisa de sus productos.

Tabla 8

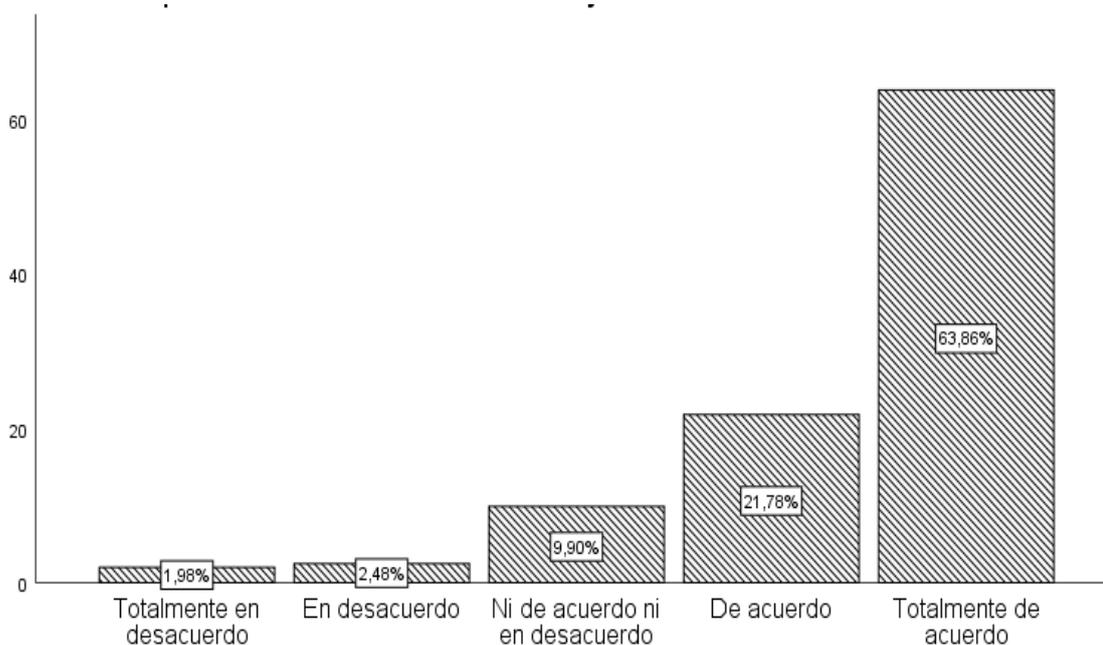
La panadería Belgravia tiene los horarios convenientes de atención al cliente.

La panadería Belgravia tiene los horarios convenientes de atención al cliente. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	2,0	2,0
	En desacuerdo	5	2,5	4,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	9,9	14,4
	De acuerdo	44	21,8	36,1
	Totalmente de acuerdo	129	63,9	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 16

La panadería Belgravia tiene los horarios convenientes de atención al cliente.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: La panadería Belgravia tiene los horarios convenientes de atención al cliente, fueron los siguientes: el 1.98% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 2.48% indicó estar en desacuerdo, el 9.90% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 21.78% indicó está de acuerdo y el 63.86% indicó estar

totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que la panadería Belgravia tiene los horarios convenientes de atención al cliente.

Tabla 9

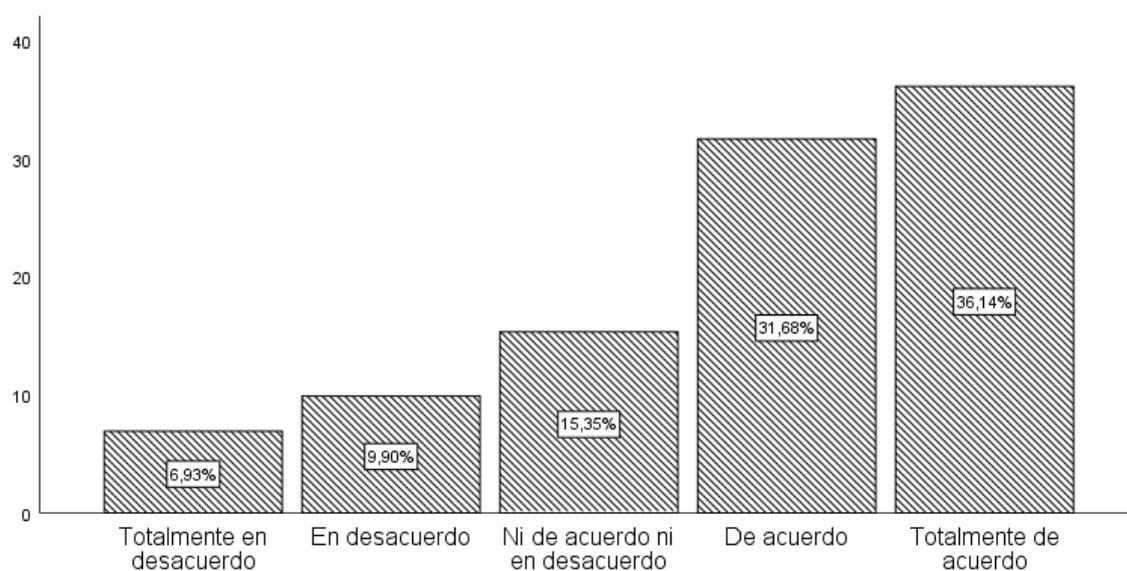
Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención personalizada hacia los clientes.

Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención personalizada hacia los clientes. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	14	6,9	6,9
	En desacuerdo	20	9,9	16,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	31	15,3	32,2
	De acuerdo	64	31,7	63,9
	Totalmente de acuerdo	73	36,1	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 17

Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención personalizada hacia los clientes.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención personalizada hacia los clientes, fueron los siguientes: el 6.93% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 9.90% indicó estar en desacuerdo, el 15.35% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 31.68% indicó está de acuerdo y el 36.14% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención personalizada hacia los clientes.

Tabla 10

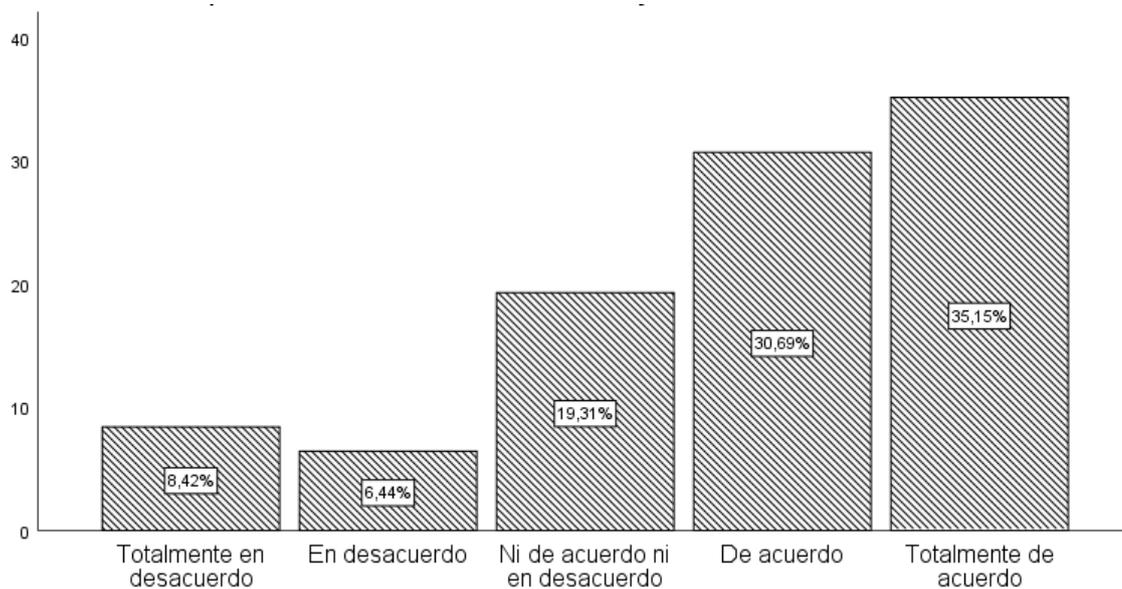
Los empleados de la panadería Belgravia comprenden las necesidades del cliente.

Los empleados de la panadería Belgravia comprenden las necesidades del cliente. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	17	8,4	8,4
	En desacuerdo	13	6,4	14,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	19,3	34,2
	De acuerdo	62	30,7	64,9
	Totalmente de acuerdo	71	35,1	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 18

Los empleados de la panadería Belgravia comprenden las necesidades del cliente.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Los empleados de la panadería Belgravia comprenden las necesidades del cliente, fueron los siguientes: el 6.93% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 9.90% indicó estar en desacuerdo, el 15.35% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 31.68% indicó está de acuerdo y el 36.14% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que los empleados de la panadería Belgravia comprenden las necesidades del cliente.

Tabla 11

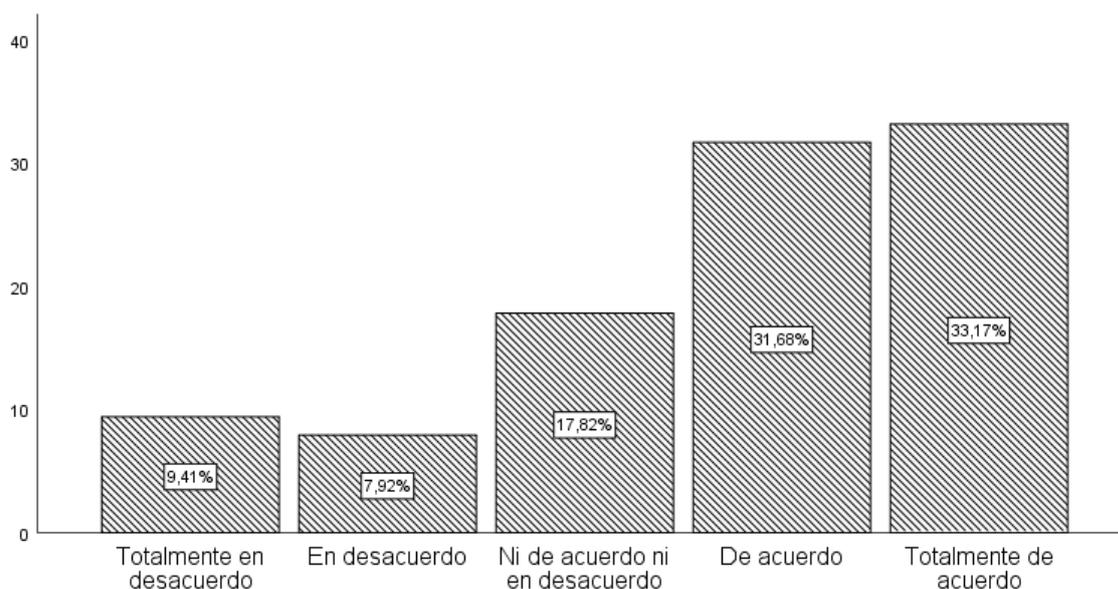
La panadería Belgravia se preocupa por la atención brindada a sus clientes.

La panadería Belgravia se preocupa por la atención brindada a sus clientes. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	19	9,4	9,4
	En desacuerdo	16	7,9	17,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	36	17,8	35,1
	De acuerdo	64	31,7	66,8
	Totalmente de acuerdo	67	33,2	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 19

La panadería Belgravia se preocupa por la atención brindada a sus clientes.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: La panadería Belgravia se preocupa por la atención brindada a sus clientes, fueron los siguientes: el 9.41% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 7.92% indicó estar en desacuerdo, el 17.82% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 31.68% indicó está de acuerdo y el 33.17% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente

de acuerdo con que la panadería Belgravia se preocupa por la atención brindada a sus clientes.

Tabla 12

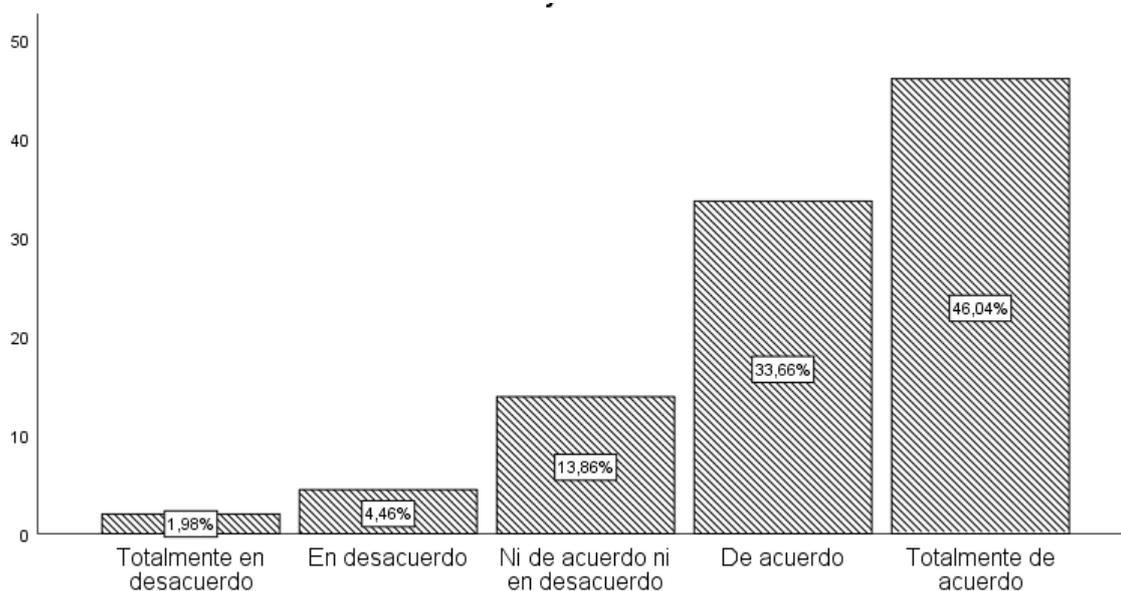
La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables.

La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	2,0	2,0
	En desacuerdo	9	4,5	6,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	13,9	20,3
	De acuerdo	68	33,7	54,0
	Totalmente de acuerdo	93	46,0	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 20

La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables, fueron los siguientes: el 1.96% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 4.46% indicó estar en desacuerdo, el 13.86% indicó estar ni de acuerdo ni en

desacuerdo, el 33.66% indicó está de acuerdo y el 46.04% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que la panadería Belgravia cuenta con empleados confiables.

Tabla 13

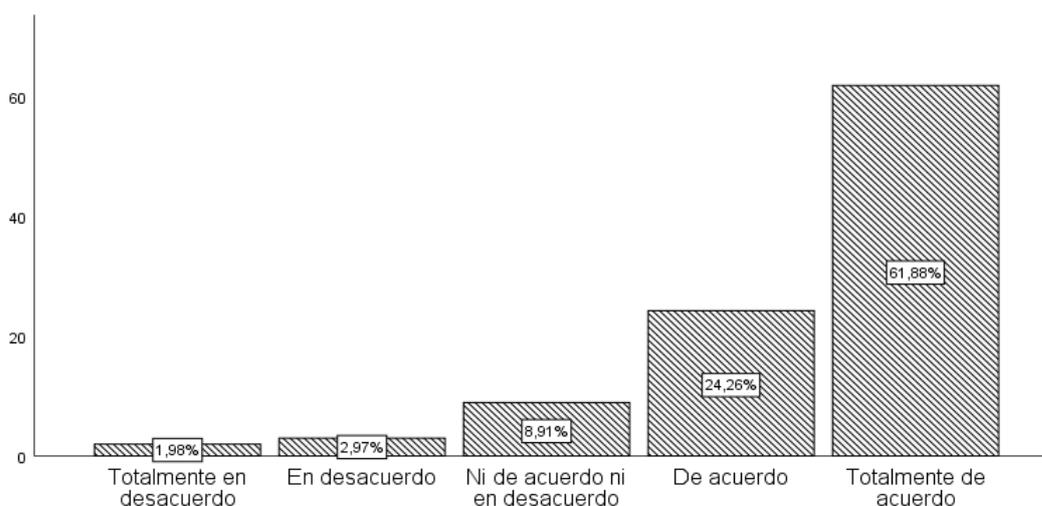
La panadería Belgravia les brinda seguridad a sus clientes a la hora de realizar sus compras por delivery.

La panadería Belgravia les brinda seguridad a sus clientes a la hora de realizar sus compras por delivery. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	2,0	2,0
	En desacuerdo	6	3,0	5,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	8,9	13,9
	De acuerdo	49	24,3	38,1
	Totalmente de acuerdo	125	61,9	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 21

La panadería Belgravia les brinda seguridad a sus clientes a la hora de realizar sus compras por delivery.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: La panadería Belgravia les brinda seguridad a sus clientes a la hora de realizar sus compras por delivery, fueron los siguientes:

el 1.98% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 2.97% indicó estar en desacuerdo, el 8.91% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 24.26% indicó está de acuerdo y el 61.88% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que la panadería Belgravia les brinda seguridad a sus clientes a la hora de realizar sus compras por delivery.

Tabla 14

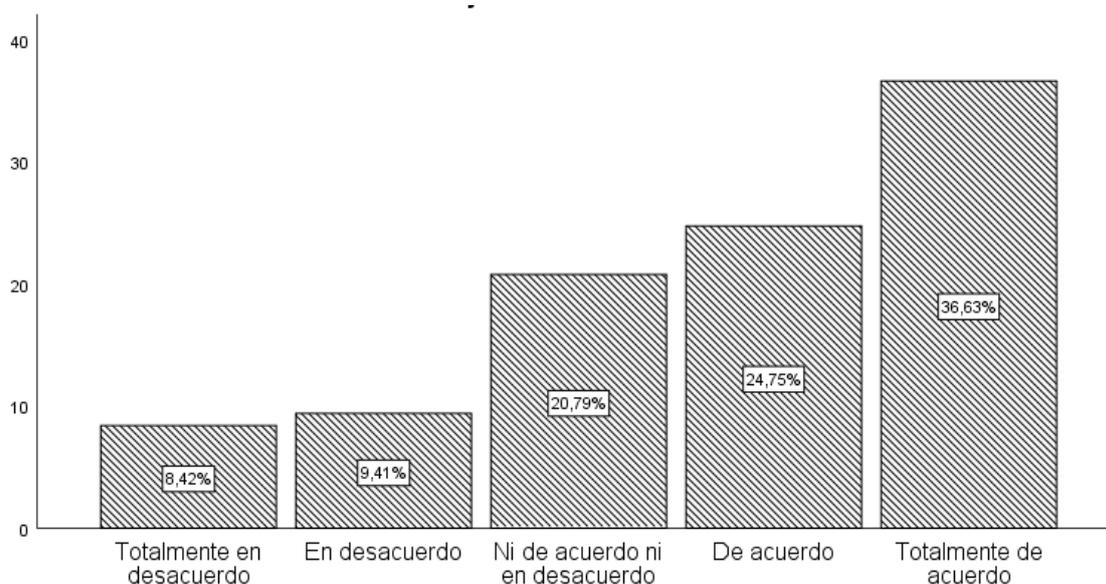
La panadería Belgravia tiene sus empleados amables.

La panadería Belgravia tiene sus empleados amables. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	17	8,4	8,4
	En desacuerdo	19	9,4	17,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42	20,8	38,6
	De acuerdo	50	24,8	63,4
	Totalmente de acuerdo	74	36,6	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 22

La panadería Belgravia tiene sus empleados amables.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: La panadería Belgravia tiene sus empleados amables, fueron los siguientes: el 8.42% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 9.41% indicó estar en desacuerdo, el 20.79% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 24.75% indicó está de acuerdo y el 36.63% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que la panadería Belgravia tiene sus empleados amables.

Tabla 15

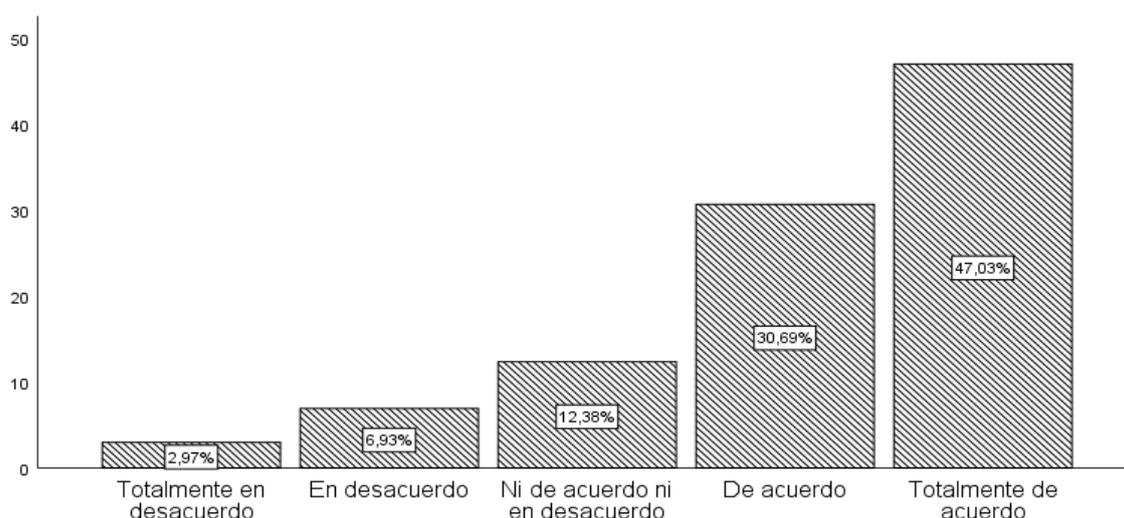
Los empleados de la panadería Belgravia tienen conocimiento amplio de los productos en venta.

Los empleados de la panadería Belgravia tienen conocimiento amplio de los productos en venta. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	3,0	3,0
	En desacuerdo	14	6,9	9,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	12,4	22,3
	De acuerdo	62	30,7	53,0
	Totalmente de acuerdo	95	47,0	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 23

Los empleados de la panadería Belgravia tienen conocimiento amplio de los productos en venta.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Los empleados de la panadería Belgravia tienen conocimiento amplio de los productos en venta., fueron los siguientes: el 2.97% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 6.93% indicó estar en desacuerdo, el 12.38% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 30.69% indicó está de acuerdo y el 47.03% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que los empleados de la panadería Belgravia tienen conocimiento amplio de los productos en venta.

Tabla 16

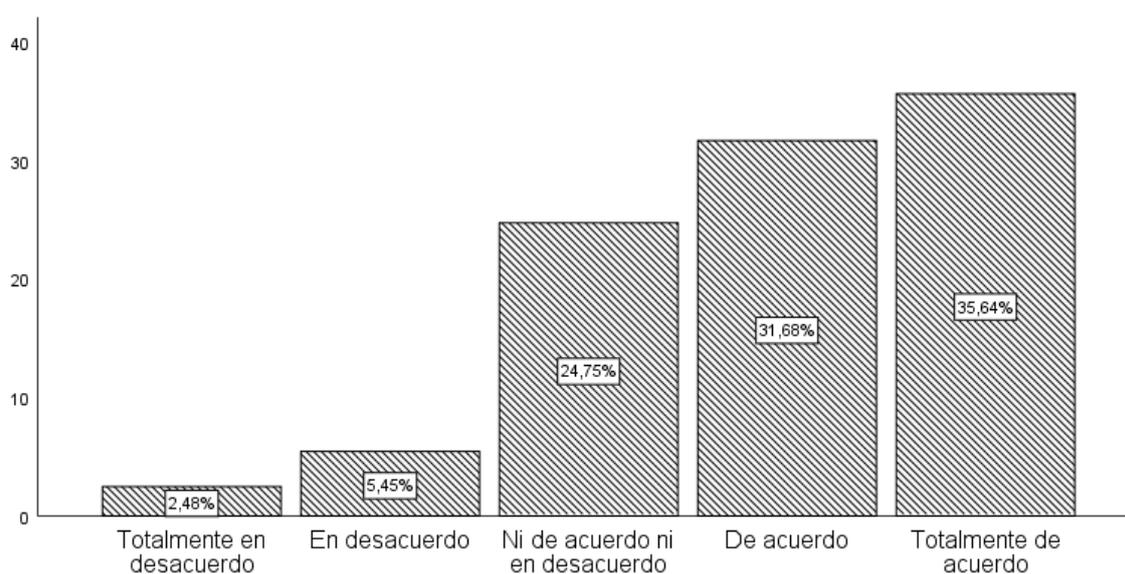
La panadería Belgravia presenta un equipo moderno para la elaboración de pastelería.

La panadería Belgravia presenta un equipo moderno para la elaboración de pastelería. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	2,5	2,5
	En desacuerdo	11	5,4	7,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	50	24,8	32,7
	De acuerdo	64	31,7	64,4
	Totalmente de acuerdo	72	35,6	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 24

La panadería Belgravia presenta un equipo moderno para la elaboración de pastelería.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: La panadería Belgravia presenta un equipo moderno para la elaboración de pastelería, fueron los siguientes: el 2.48% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 5.45% indicó estar en desacuerdo, el 24.75% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 31.69% indicó está de acuerdo y el 35.64% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que la panadería Belgravia presenta un equipo moderno para la elaboración de pastelería.

Tabla 17

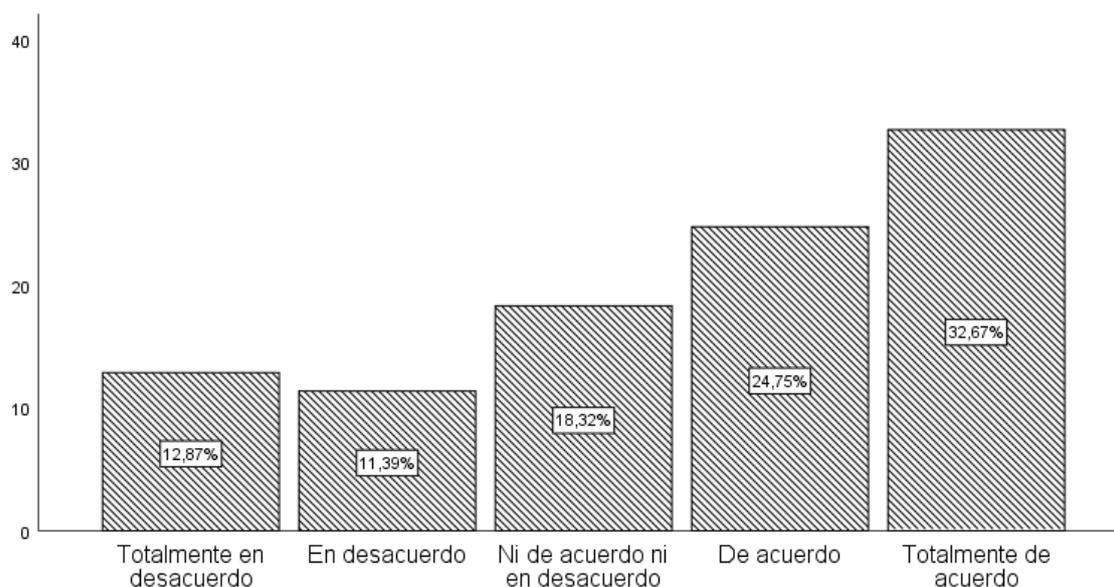
El local de la panadería es visualmente atractivo.

El local de la panadería Belgravia es visualmente atractivo. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	26	12,9	12,9
En desacuerdo	23	11,4	24,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	37	18,3	42,6
De acuerdo	50	24,8	67,3
Totalmente de acuerdo	66	32,7	100,0
Total	202	100,0	

Figura 25

El local de la panadería es visualmente atractivo.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: El local de la panadería es visualmente atractivo, fueron los siguientes: el 6.93% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 9.90% indicó estar en desacuerdo, el 15.35% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 31.68% indicó está de acuerdo y el 36.14% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que el local de la panadería es visualmente atractivo.

Tabla 18

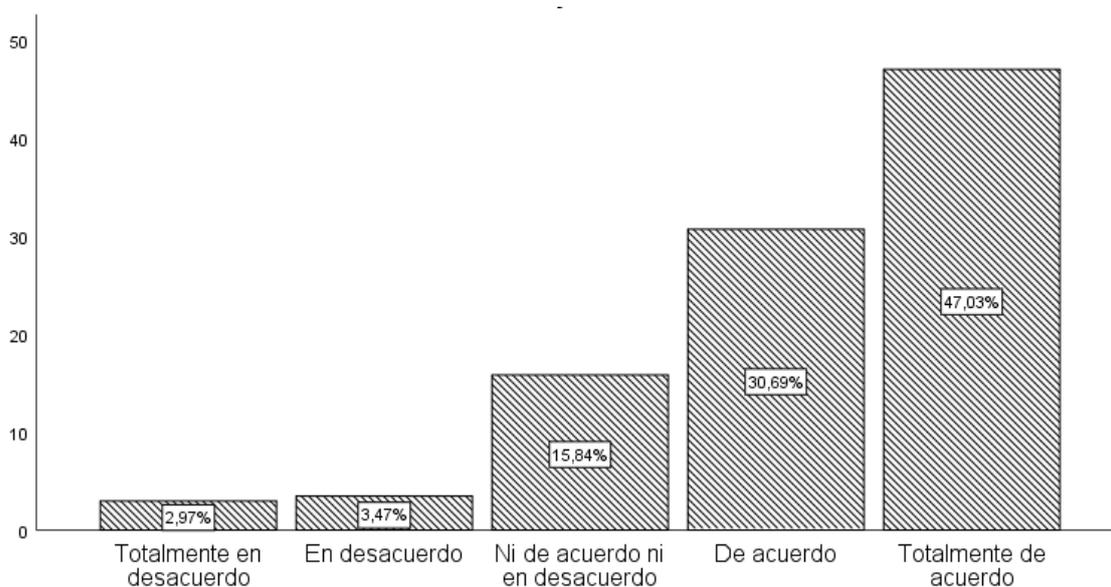
Los empleados de la panadería Belgravia tienen una vestimenta pulcra.

Los empleados de la panadería Belgravia tienen una vestimenta pulcra. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	3,0	3,0
	En desacuerdo	7	3,5	6,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32	15,8	22,3
	De acuerdo	62	30,7	53,0
	Totalmente de acuerdo	95	47,0	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 26

Los empleados de la panadería Belgravia tienen una vestimenta pulcra.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Los empleados de la panadería Belgravia tienen una vestimenta pulcra, fueron los siguientes: el 2.97% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 3.47% indicó estar en desacuerdo, el 15.84% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 30.69% indicó está de acuerdo y el 47.03% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que los empleados de la panadería Belgravia tienen una vestimenta pulcra.

Tabla 19

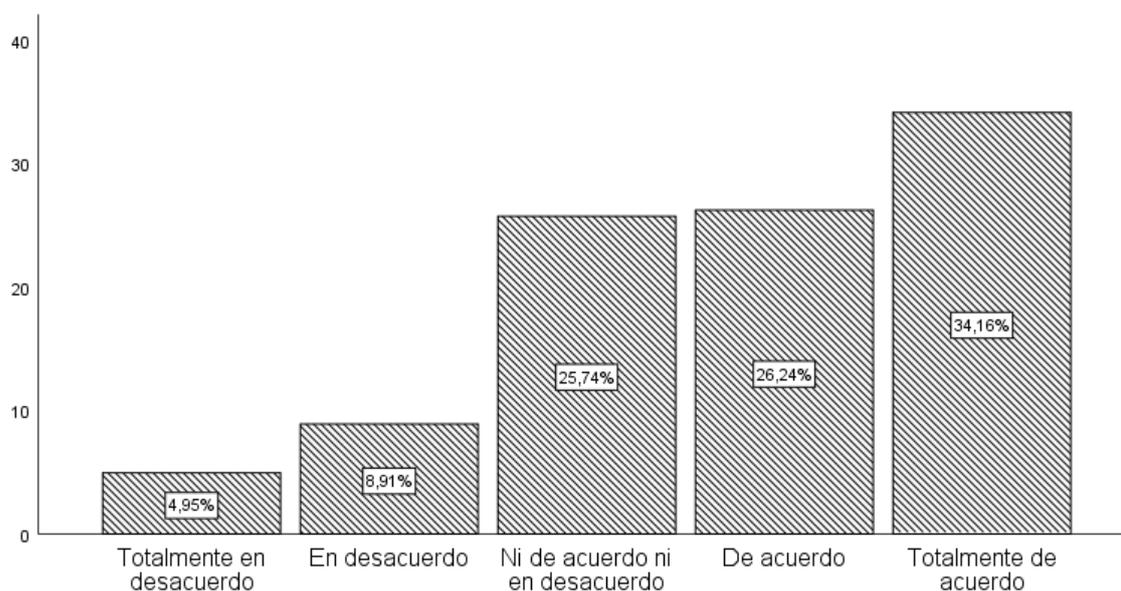
La panadería Belgravia tiene empaques de sus productos atractivos.

La panadería Belgravia tiene empaques de sus productos atractivos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	5,0	5,0
	En desacuerdo	18	8,9	13,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	52	25,7	39,6
	De acuerdo	53	26,2	65,8
	Totalmente de acuerdo	69	34,2	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 27

La panadería Belgravia tiene empaques de sus productos atractivos.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: La panadería Belgravia tiene empaques de sus productos atractivos, fueron los siguientes: el 4.95% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 8.91% indicó estar en desacuerdo, el 25.74% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 26.24% indicó está de acuerdo y el 34.16% indicó estar

totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que la panadería Belgravia tiene empaques de sus productos atractivos.

Tabla 20

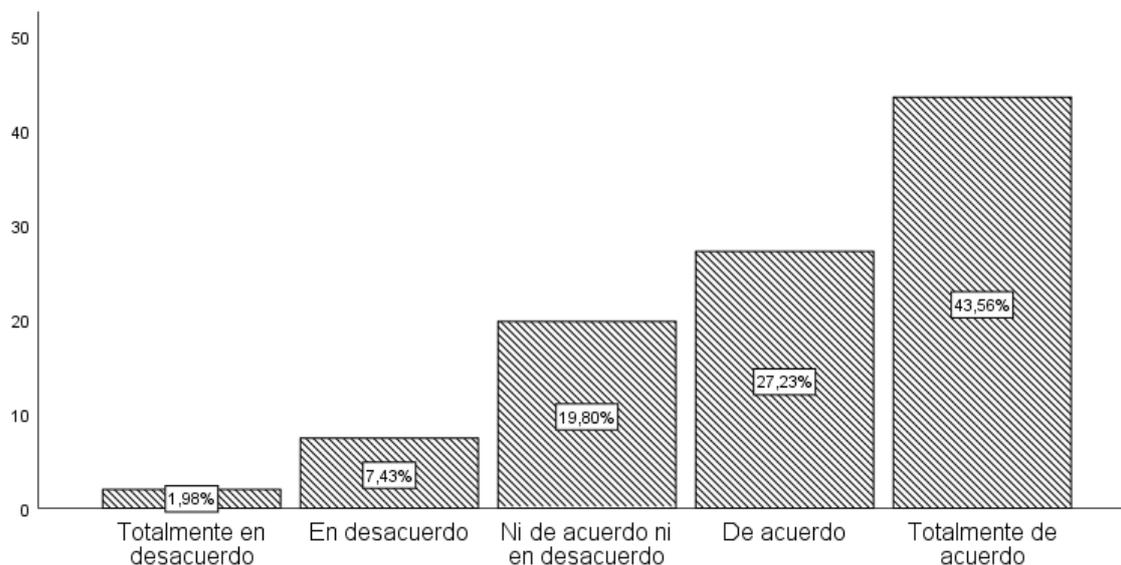
Los empleados de la panadería Belgravia comunican cuando se realizara la entrega del producto.

Los empleados de la panadería Belgravia comunican cuando se realizará la entrega del producto. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	2,0	2,0
	En desacuerdo	15	7,4	9,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	40	19,8	29,2
	De acuerdo	55	27,2	56,4
	Totalmente de acuerdo	88	43,6	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 28

Los empleados de la panadería Belgravia comunican cuando se realizara la entrega del producto.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Los empleados de la panadería Belgravia comunican cuando se realizara la entrega del producto, fueron los siguientes: el

1.98% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 7.43% indicó estar en desacuerdo, el 19.60% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 27.23% indicó está de acuerdo y el 43.56% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que los empleados de la panadería Belgravia comunican cuando se realizara la entrega del producto.

Tabla 21

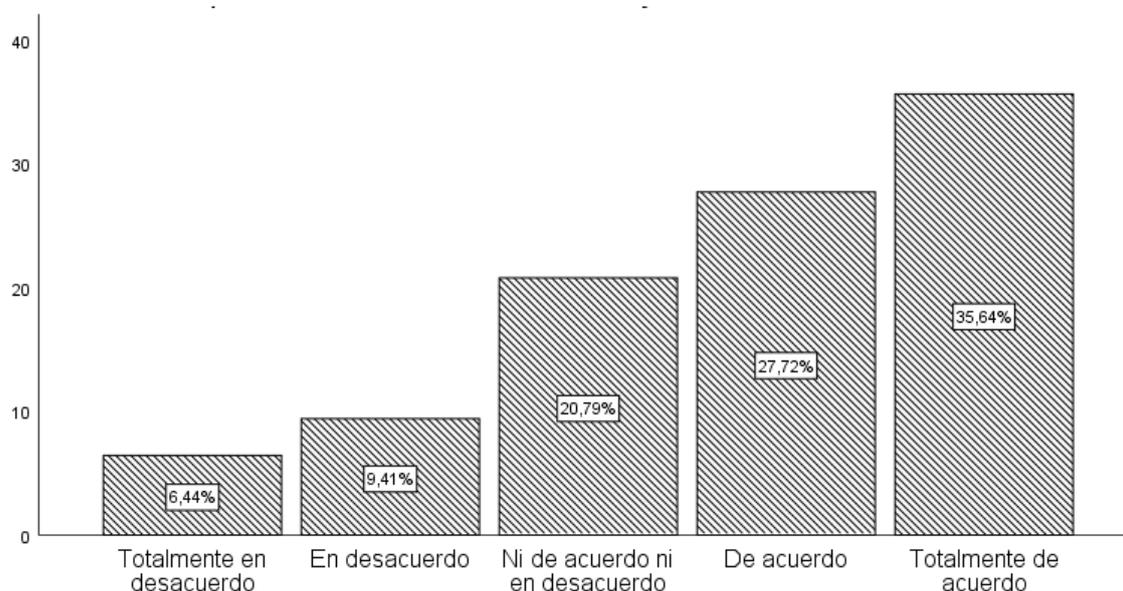
Los empleados de la panadería Belgravia ofrece una atención rápida en el local.

Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención rápida en el local. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	6,4	6,4
	En desacuerdo	19	9,4	15,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42	20,8	36,6
	De acuerdo	56	27,7	64,4
	Totalmente de acuerdo	72	35,6	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 29

Los empleados de la panadería Belgravia ofrece una atención rápida en el local.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Los empleados de la panadería Belgravia ofrece una atención rápida en el local, fueron los siguientes: el 6.44% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 9.41% indicó estar en desacuerdo, el 20.79% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 27.72% indicó está de acuerdo y el 35.64% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que los empleados de la panadería Belgravia ofrece una atención rápida en el local.

Tabla 22

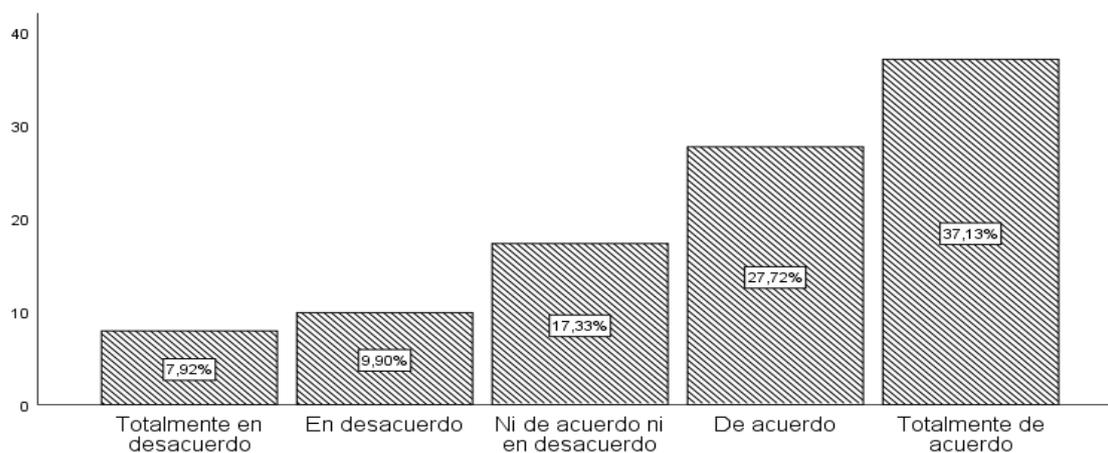
Los empleados de la panadería Belgravia están dispuestos a poder ayudar a los clientes en cualquier momento.

Los empleados de la panadería Belgravia siempre están dispuestos a poder ayudar a los clientes en cualquier momento. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	16	7,9	7,9
	En desacuerdo	20	9,9	17,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	17,3	35,1
	De acuerdo	56	27,7	62,9
	Totalmente de acuerdo	75	37,1	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 30

Los empleados de la panadería Belgravia están dispuestos a poder ayudar a los clientes en cualquier momento.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Los empleados de la panadería Belgravia están dispuestos a poder ayudar a los clientes en cualquier momento, fueron los siguientes: el 7.92% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 9.90% indicó estar en desacuerdo, el 17.33% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 27.72% indicó está de acuerdo y el 37.13% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que los empleados de la panadería Belgravia están dispuestos a poder ayudar a los clientes en cualquier momento.

Tabla 23

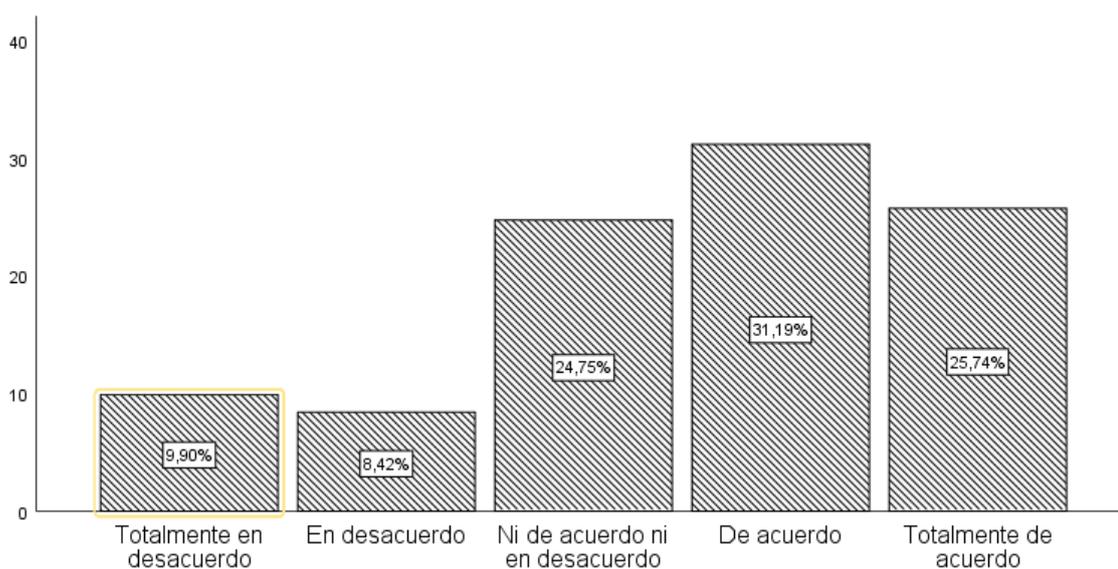
Los empleados de la panadería Belgravia nunca están demasiado ocupados para ayudar a los clientes.

Los empleados de la panadería Belgravia nunca están demasiado ocupados para ayudar a los clientes. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	20	9,9	9,9
	En desacuerdo	17	8,4	18,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	50	24,8	43,1
	De acuerdo	63	31,2	74,3
	Totalmente de acuerdo	52	25,7	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 31

Los empleados de la panadería Belgravia nunca están demasiado ocupados para ayudar a los clientes.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Los empleados de la panadería Belgravia nunca están demasiado ocupados para ayudar a los clientes, fueron los siguientes: el 9.90% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 8.42% indicó estar en desacuerdo, el

24.75% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 31.19% indicó está de acuerdo y el 25.75% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que los empleados de la panadería Belgravia nunca están demasiado ocupados para ayudar a los clientes.

Tabla 24

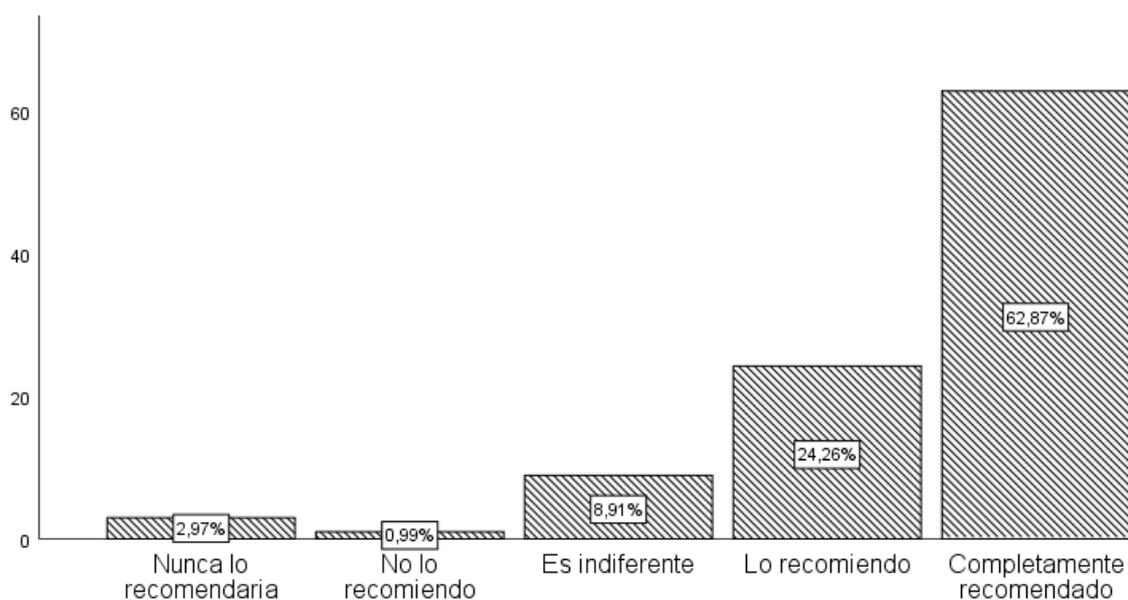
Es probable que recomienden los productos de la panadería Belgravia.

¿Qué tan probable es que usted recomiende los productos de la panadería Belgravia?
Califique del 1 al 10, siendo que 1 es “Nunca lo recomendaría” y 10 “Totalmente recomendado”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca lo recomendaría	6	3,0	3,0
	No lo recomiendo	2	1,0	4,0
	Es indiferente	18	8,9	12,9
	Lo recomiendo	49	24,3	37,1
	Completamente recomendado	127	62,9	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 32

Es probable que recomienden los productos de la panadería Belgravia.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Es probable que recomienden los productos de la panadería Belgravia, fueron los siguientes: el 2.97% indicó que está totalmente en desacuerdo. El 0.99% indicó estar en desacuerdo, el 8.91% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 24.26% indicó está de acuerdo y el 62.87% indicó estar totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó estar totalmente de acuerdo con que es probable que recomienden los productos de la panadería Belgravia.

Tabla 25

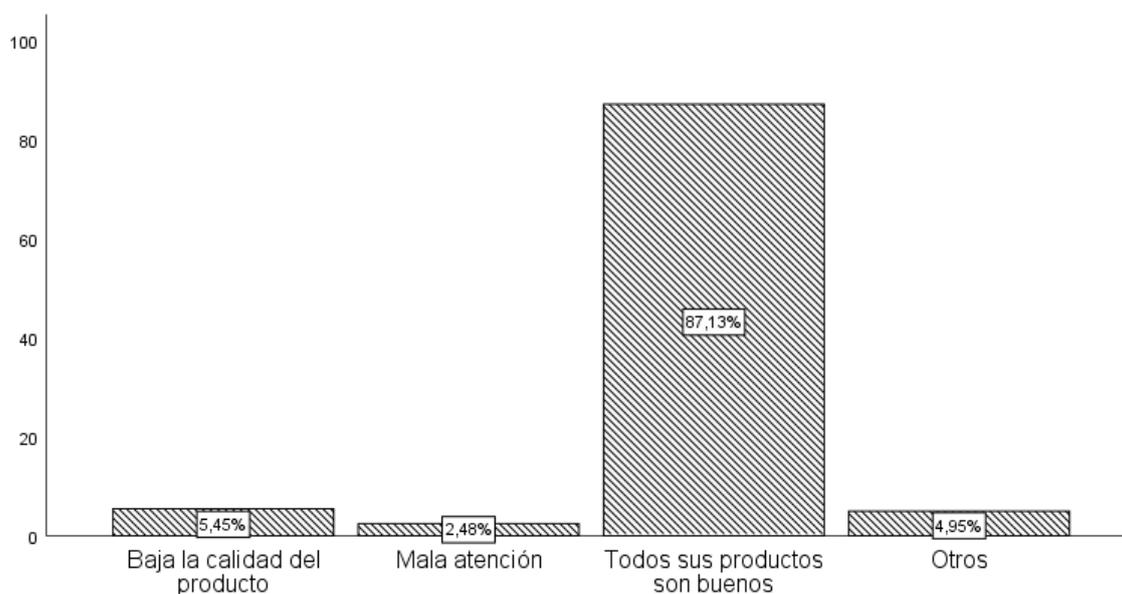
Las razones por las cuales calificaron los productos de la panadería Belgravia

En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué calificó de esa manera los productos de la panadería Belgravia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido Bajó la calidad del producto	11	5,4	5,4
Mala atención	5	2,5	7,9
Todos sus productos son buenos	176	87,1	95,0
Otros	10	5,0	100,0
Total	202	100,0	

Figura 33

Las razones por las cuales calificaron los productos de la panadería Belgravia



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Las razones por las cuales calificaron los productos de la panadería Belgravia, fueron los siguientes: el 5.45% indicó que lo califica como baja la calidad del producto. El 2.48% indicó mala atención, el 87.13% indicó que todos sus productos son buenos, el 4.95% indicó otros. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó que todos sus productos son buenos.

Tabla 26

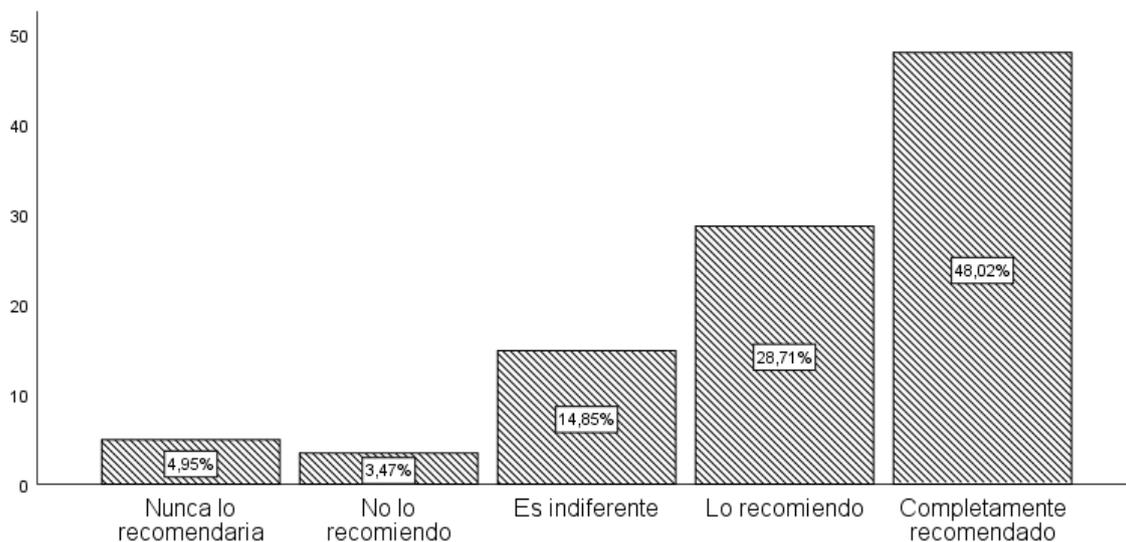
Es probable que recomienden la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o Whatsapp.

¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o whatsapp? Califique del 1 al 10, siendo que 1 es “Nunca lo recomendaría” y 10 “Totalmente recomendado”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca lo recomendaría	10	5,0	5,0
	No lo recomiendo	7	3,5	8,4
	Es indiferente	30	14,9	23,3
	Lo recomiendo	58	28,7	52,0
	Completamente recomendado	97	48,0	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 34

Es probable que recomienden la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o Whatsapp.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Es probable que recomienden la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o Whatsapp, fueron los siguientes: el 4.95% indicó que nunca lo recomendaría, el 3.47% indicó no lo recomiendo, el 14.85% indicó que es indiferente, el 28.71% indicó que lo recomienda y el 48.02% indicó que completamente recomendado. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó que definitivamente si lo recomienda.

Tabla 27

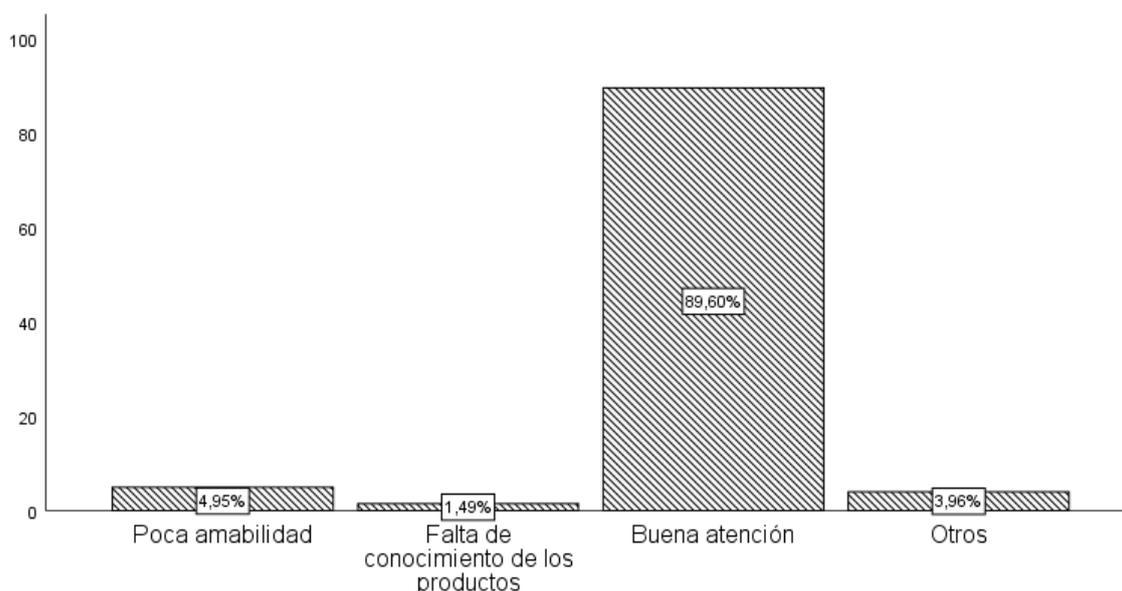
Si el cliente marcó del 1 al 5 fue porque la calificación de la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o Whatsapp.

En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué califico de esa manera la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o WhatsApp?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido Poca amabilidad	10	5,0	5,0
Falta de conocimiento de los productos	3	1,5	6,4
Buena atención	181	89,6	96,0
Otros	8	4,0	100,0
Total	202	100,0	

Figura 35

Si el cliente marcó del 1 al 5 fue porque la calificación de la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o Whatsapp.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Si el cliente marcó del 1 al 5 fue porque la calificación de la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o Whatsapp, fueron los siguientes: el 4.95% indicó poca

amabilidad. El 1.49% indicó falta de conocimiento de los productos, el 89.60% indicó que buena atención, el 3.96% indicó que otros. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó la buena atención.

Tabla 28

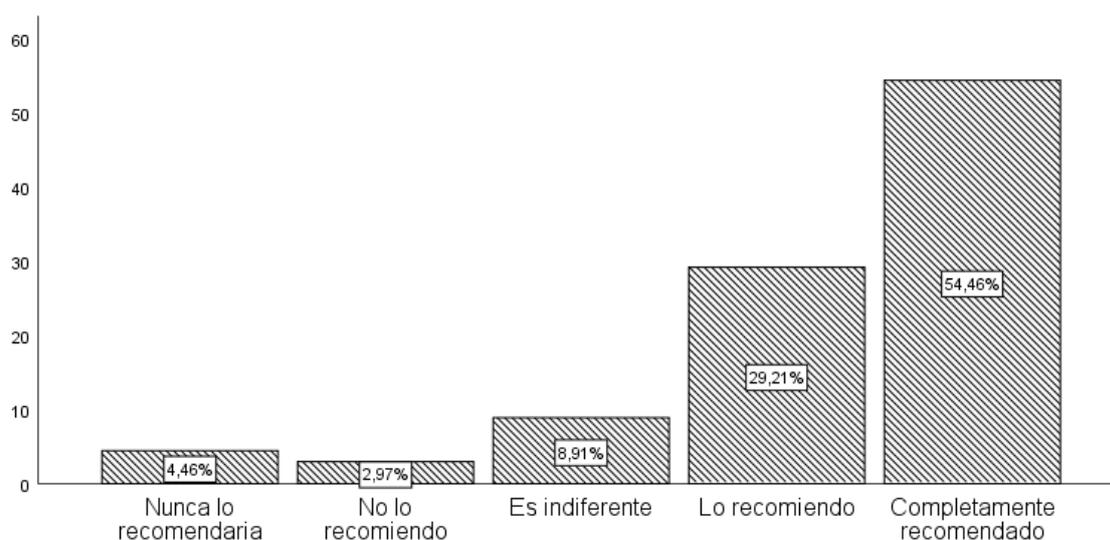
Es probable que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia.

¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia? Califique del 1 al 10, siendo que 1 es “Nunca lo recomendaría” y 5 “Totalmente recomendado”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca lo recomendaría	9	4,5	4,5
	No lo recomiendo	6	3,0	7,4
	Es indiferente	18	8,9	16,3
	Lo recomiendo	59	29,2	45,5
	Completamente recomendado	110	54,5	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 36

Es probable que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Es probable que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia, fueron los siguientes: el 4.46% indicó que nunca lo recomendaría. El 2.97% indicó no lo recomendaría, el 8.91% indicó que lo recomienda y el 54.46% indicó es completamente recomendado. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó que completamente recomendaría la calidad de la panadería Belgravia.

Tabla 29

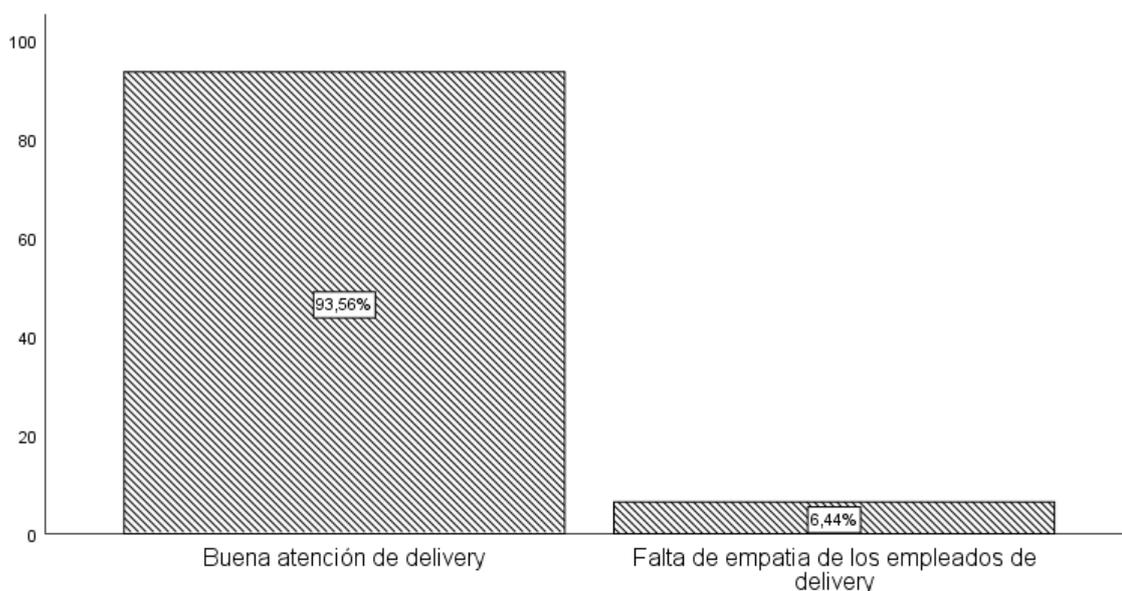
Las razones porque el cliente calificó la calidad de servicio de los empleados de delivery.

En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué califico de esa manera la calidad de servicio los empleados de delivery de la panadería Belgravia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Buena atención de delivery	189	93,6	93,6
	Falta de empatía de los empleados de delivery	13	6,4	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 37

Las razones porque el cliente calificó la calidad de servicio de los empleados de delivery.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: Las razones porque el cliente calificó la calidad de servicio de los empleados de delivery, fueron los siguientes: el 93.56% indicó que la buena atención de delivery. El 6.44% indicó que falta de empatía de los empleados de delivery. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó que la buena atención de delivery

Tabla 30

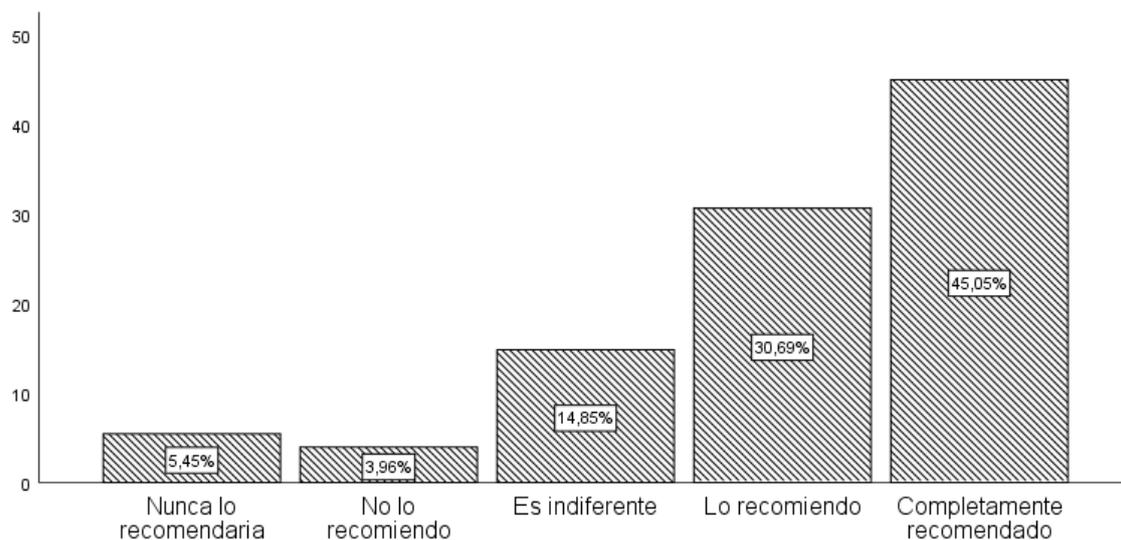
La probabilidad por la cual se recomienda la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia.

¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia? Califique del 1 al 10, siendo que 1 es “Nunca lo recomendaría” y 10 “Totalmente recomendado”.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca lo recomendaría	11	5,4	5,4
	No lo recomiendo	8	4,0	9,4
	Es indiferente	30	14,9	24,3
	Lo recomiendo	62	30,7	55,0
	Completamente recomendado	91	45,0	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 38

La probabilidad por la cual se recomiende la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: La probabilidad por la cual se recomiende la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia, fueron los siguientes: el 5.45% indicó que nunca lo recomendaría. El 3.96% indicó no lo recomienda, el 14.85% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 30.69% indicó que lo recomienda y el 45.05% indicó que está completamente recomendado. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó que completamente recomendado.

Tabla 31

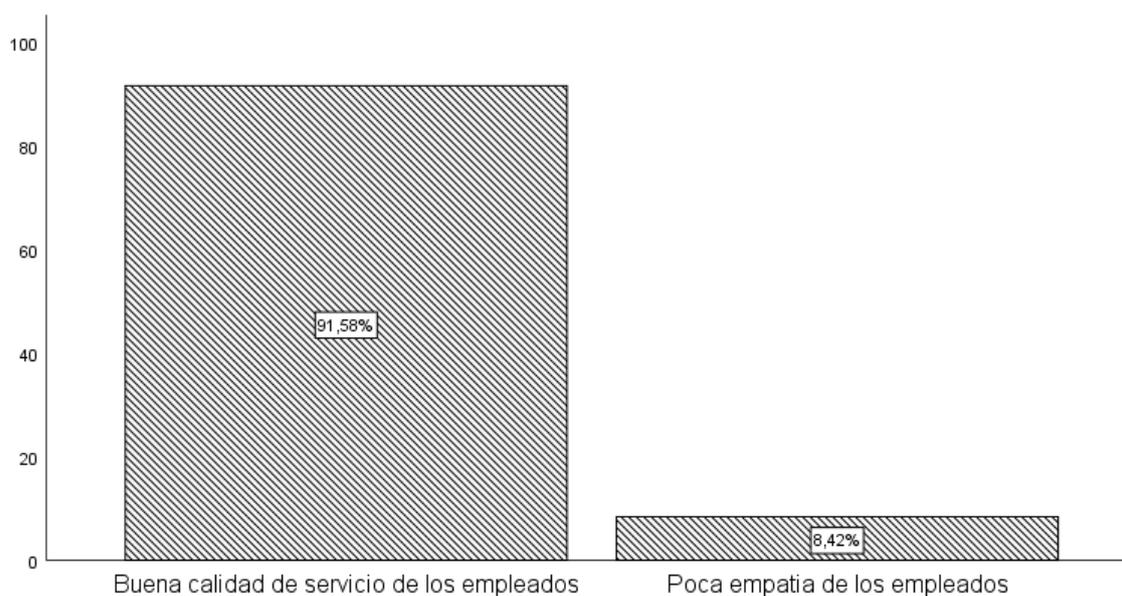
La razón por la cual los clientes calificaron del 1 al 5 la calidad del servicio de la postventa de la panadería Belgravia.

En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué califico de esa manera la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Buena calidad de servicio de los empleados	185	91,6	91,6
	Poca empatía de los empleados	17	8,4	100,0
	Total	202	100,0	

Figura 39

La razón por la cual los clientes calificaron del 1 al 5 la calidad del servicio de la postventa de la panadería Belgravia.



Los resultados obtenidos a la pregunta formulada: La razón por la cual los clientes calificaron del 1 al 5 la calidad del servicio de la postventa de la panadería Belgravia, fueron los siguientes: el 91.58% indicó la buena calidad de servicio de los empleados y el 8.42%

indicó que la poca empatía de los empleados. Por lo tanto, se pudo obtener que la mayoría indicó que la buena calidad del servicio de los empleados.

2. Análisis de Resultados:

Hipótesis General:

- Hipótesis Planteada: La calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- Hipótesis Nula: La calidad de servicio no se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.

Tabla 32

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	122,993	4	,000
Razón de verosimilitud	100,347	4	,000
Asociación lineal por lineal	72,271	1	,000
N de casos válidos	202		

Nota: Leyva (2023)

Tabla 33

Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	,615	,000
N de casos válidos		202	

Nota: Leyva (2023)

Interpretación: En la prueba de hipótesis realizada se puede observar que el valor de sig. $0.000 < 0.050$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.

Hipótesis Específica 1:

- Hipótesis Planteada: La fiabilidad como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería
- Hipótesis Nula: La fiabilidad como parte de la calidad del servicio no se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería

Tabla 34

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	125,680	4	,000
Razón de verosimilitud	58,129	4	,000
Asociación lineal por lineal	44,704	1	,000
N de casos válidos	202		

Nota: Leyva (2023)

Tabla 35

Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coficiente de contingencia	,619	,000
N de casos válidos		202	

Nota: Leyva (2023)

Interpretación: En la prueba de hipótesis realizada se puede observar que el valor de sig. $0.000 < 0.050$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que la fiabilidad como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería.

Hipótesis Específica 2:

- Hipótesis Planteada: La empatía como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- Hipótesis Nula: La empatía como parte de la calidad del servicio no se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.

Tabla 36*Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	130,167	4	,000
Razón de verosimilitud	92,284	4	,000
Asociación lineal por lineal	63,216	1	,000
N de casos válidos	202		

Nota: Leyva (2023)

Tabla 37*Medidas simétricas*

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coficiente de contingencia	,626	,000
N de casos válidos		202	

Nota: Leyva (2023)

Interpretación: En la prueba de hipótesis realizada se puede observar que el valor de sig. $0.000 < 0.050$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que la empatía como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.

Hipótesis Especifica 3:

- Hipótesis Planteada: La seguridad como parte de la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- Hipótesis Nula: La seguridad como parte de la calidad de servicio no se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.

Tabla 38*Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	83,791	4	,000
Razón de verosimilitud	66,280	4	,000
Asociación lineal por lineal	46,540	1	,000
N de casos válidos	202		

Nota: Leyva (2023)

Tabla 39*Medidas simétricas*

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	,541	,000
N de casos válidos		202	

Nota: Leyva (2023)

Interpretación: En la prueba de hipótesis realizada se puede observar que el valor de sig. $0.000 < 0.050$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que la seguridad como parte de la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.

Hipótesis Especifica 4:

- Hipótesis Planteada: Los elementos tangibles como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- Hipótesis Nula: Los elementos tangibles como parte de la calidad del servicio no se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.

Tabla 40*Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	62,935	4	,000
Razón de verosimilitud	58,401	4	,000
Asociación lineal por lineal	47,457	1	,000
N de casos válidos		202	

Nota: Leyva (2023)

Tabla 41*Medidas simétricas*

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	,487	,000
N de casos válidos		202	

Nota: Leyva (2023)

Interpretación: En la prueba de hipótesis realizada se puede observar que el valor de sig. $0.000 < 0.050$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que

los elementos tangibles como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.

Hipótesis Específica 5:

- Hipótesis Planteada: La capacidad de respuesta como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.
- Hipótesis Nula: La capacidad de respuesta como parte de la calidad del servicio no se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.

Tabla 42

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	85,713	4	,000
Razón de verosimilitud	90,122	4	,000
Asociación lineal por lineal	65,696	1	,000
N de casos válidos	202		

Nota: Leyva (2023)

Tabla 43

Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	,546	,000
N de casos válidos		202	

Nota: Leyva (2023)

Interpretación: En la prueba de hipótesis realizada se puede observar que el valor de sig. $0.000 < 0.050$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que la capacidad de respuesta como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.

3. Discusión de Resultados

Respecto al objetivo general de la presente investigación fue determinar de qué manera la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022. se observó que la prueba de hipótesis general realizada, el valor de sig. $0.000 < 0.050$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022. El resultado que se obtuvo guarda relación con lo que menciona Cutipa (2019) debido a que la satisfacción del cliente en la Panadería Deli es muy baja por que la calidad de atención al cliente que brindan es pésima.

Siguiendo la revisión de los resultados de acuerdo al objetivo específico 1, que fue determinar de qué manera la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022, se observó que la prueba de hipótesis específica 1, realizada, se puede observar que el valor de sig. $0.000 < 0.050$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que la fiabilidad como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería. Estos resultados guardan relación con lo mencionado por Chávez (2019) debido a que la fiabilidad vino a ser un factor importante para los clientes de Cinemark porque ellos se sentían muy cómodos con los servicios brindados, pero no tenían la confianza con la empresa para poder darles a conocer algunos problemas que presentaron en la visita a su establecimiento porque su tiempo de resolución a esos problemas son demasiado largos. Por ello, no tienen una satisfacción total con el servicio que brindan.

Según el objetivo específico 2, que es determinar de qué manera la empatía como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022 se observó que la prueba de hipótesis específica 2, realizada, el valor de sig. $0.000 < 0.050$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir

que la empatía como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022. Estos resultados guardan relación con lo que sostiene *García (2019)* pues señala que si hay una correlación directa significativa de la empatía con la satisfacción del cliente en la tienda TOPITOP de Real Plaza en Juliaca. Estando el 20,4% de los clientes de acuerdo que la empatía es un punto clave dentro de la satisfacción que ellos sientan.

Según el objetivo específico 3, determinar de qué manera la seguridad como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022 se observó que la prueba de hipótesis específica 3, se puede observar que el valor de sig. $0.000 < 0.050$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que la seguridad como parte de la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022. Estos resultados guardan relación con lo que sostienen *Lescano (2020)* pues señala que si existe una relación positiva moderada entre las dimensiones de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Calzature Gianella debido a que ellos con el tiempo han mejorado aspectos de seguridad dentro de la empresa lo cual ha permitido que sus clientes se sientan más satisfechos con la atención brindada.

Según el objetivo específico 4, que es determinar de qué manera los elementos tangibles de compra impacta en la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022, se observó que la prueba de hipótesis específica 4, el valor de sig. $0.000 < 0.050$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que los elementos tangibles como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022. Estos resultados guardan relación con lo que menciona *Lescano (2020)* puesto que señala que si existe una relación positiva moderada entre las dimensiones de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Calzature

Gianella porque realizaron productos con mayor calidad y aspecto lo cual hizo que los clientes clasifiquen a la empresa de una manera mas alta en calidad y su satisfacción con la empresa mejore y ya no sea tan baja como lo era antes.

Según el objetivo específico 5, que es determinar de qué manera la capacidad de respuesta como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022, se observó que la prueba de hipótesis específica 5, el valor de sig. $0.000 < 0.050$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que la capacidad de respuesta como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022. Los resultados guardan relación con lo que menciona *García (2019)* debido a que la capacidad de respuesta si se relaciona con la satisfacción del cliente en la tienda TOPITOP de Real Plaza en Juliaca. Estando el 43,8% de los clientes de acuerdo que la capacidad de respuesta es un punto clave dentro de la satisfacción que sienten en la empresa.

Según el objetivo específico 6, determinar que la calidad del servicio de la panadería Belgravia se relaciona en el nivel de recomendación como parte de la satisfacción de los clientes, se observó que la prueba de hipótesis específica 6, según los resultados encontrados en la investigación, se puede aceptar la hipótesis que dice que la razón de la recomendación influye como parte de la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022. Estos resultados guardan relación con *Espinoza (2019)*, debido a que el nivel de recomendación de los servicios educativos de los estudiantes de la Escuela Nacional de Estadística es muy alto, los estudiantes están satisfechos con la escuela nacional, sin embargo, no todos lo recomendarían por el precio.

Según el objetivo específico 7, determinar que la calidad del servicio de la panadería Belgravia se relaciona la razón de la recomendación como parte de la satisfacción de los clientes. se observó que la prueba de hipótesis específica 7, según los resultados encontrados

en la investigación, se puede aceptar la hipótesis que dice que la razón de la recomendación influye como parte de la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022. Estos resultados guardan relación con Espinoza (2019) debido a que la razón de recomendación de los servicios educativos de los estudiantes de la Escuela Nacional de Estadística fue buena, las razones que dieron los clientes es que la enseñanza es buena sin embargo ellos consideran que el precio es relativamente alto.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones

- Según el estudio realizado se puede decir que la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, van relacionadas debido a que, en los resultados estadísticos se demuestra que los clientes se encuentran satisfechos y de acuerdo con los servicios brindados por la Panadería Belgravia, muchos de ellos ya son clientes antiguos y se mantienen fieles a la panadería, porque el sabor y el trato que dan, no ha cambiado con los años.
- Debido al estudio realizado y las opiniones que han dado los clientes se puede concluir que, la empatía que tiene la empresa con sus clientes no es muy buena, cuando tienen un problema, ellos demoran mucho en solucionarlo. Al momento de la atención, el trato que les dan al cliente no es el mejor, suelen atenderlos de mala gana, son desatentos con ellos y es por ello que, los hace sentir incómodos a los clientes cuando realizan su compra.
- Según las opiniones que han dado los clientes y los resultados estadísticos se puede decir que la empresa conoce por completo todos los productos que ofrece, dan una atención estándar a todos sus clientes, sin embargo, ellos esperan una atención un poco más personalizada hacia ellos, que si tienen algún problema con su producto sean más atentos y los solucionen en el momento.
- Se ha podido notar que a la Panadería Belgravia le falta implementar una atención personalizada mediante su e-commerce debido a que no todos sus clientes están satisfechos con ello, sienten que se demoran aún mucho en responder y a veces no cuentan con todos los productos que están publicados.
- Los trabajadores de la panadería Belgravia, muchos de ellos son personas que están desde que inició la empresa, tienen ya años trabajando ahí y los clientes recurrentes

suelen conocerlos y tienen un buen trato con ellos, sin embargo, hay un poco de incomodidad con el trato que hay en la caja, los cajeros no suelen tener un trato amigable con los clientes, lo que hace que ellos se sientan incómodos.

- La panadería Belgravia aún mantiene un aspecto de antaño en su local, lo cual, para algunos clientes, piensan que deberían modernizarse y hacerlo más atractivo. Su maquinaria que tienen a la vista del público está en buenas condiciones y las vitrinas donde se encuentran los productos están en óptimas condiciones y no hay problemas con la limpieza del local, debido a que la misma empresa tiene mucho cuidado con ello.
- El nivel de satisfacción que tienen los clientes con la panadería Belgravia es alto y la recomendarían a sus amigos y familiares por la calidad que han mantenido con el tiempo de sus productos.

2. Recomendaciones

- La empresa Belgravia debería realizar una encuesta postventa para saber el nivel de satisfacción que tienen los clientes con la compra realizada y según lo que mencione el cliente pueden ver la manera de cómo mejorar el tiempo de entrega de pedido o si hubo algún inconveniente al momento de la entrega del producto.
- En la dimensión de empatía, los clientes tuvieron muchas observaciones debido a que ellos perciben que la atención que le brindan los trabajadores en la tienda es mala porque no hay empatía con ellos cuando tienen algún problema con la compra o en la manera en que les atienden en caja es poco amigable, para ello, una recomendación sería que, el gerente de tienda pueda realizar un feedback semanal para mejorar en la atención como también, sería bueno cada 6 meses contratar un coach para mejorar las habilidades blandas de los trabajadores y así puedan dar una mejor atención.

- La panadería Belgravia debería generar mucha más seguridad en las ventas que realiza mediante sus redes sociales y tener todos los productos disponibles que ofrecen en tienda debido a que ha habido comentarios que cuando piden algún producto que ven por redes sociales les dicen que ya no tienen stock, entonces ello causa molestias al cliente. Mediante sus ventas por WhatsApp, deben atender más rápido y al momento de realizar el pago darle la confianza al cliente que la transferencia es segura y no habría problemas. Recordar que a pesar que se está en una época en que la mayoría de personas realizan compras por internet, hay una gran parte de la población especialmente peruana que aun desconfía de ello, y hay que tenerles paciencia y de a pocos darles la confianza que la venta es segura y se cumple los plazos establecidos con las entregas.
- La empresa, debido a que tiene un solo local y la maquinaria de panadería mayormente está expuesta a que los clientes puedan verla, se debe tenerla en óptimas condiciones y limpias para que las personas se sientan seguras a la hora de realizar su compra. También los uniformes de los trabajadores deben estar presentables, especialmente de los que atienden al público como los cajeros y las personas que despachan los productos.
- Algunos comentarios que tuvieron los clientes es que debe mejorar un poco el ambiente del local, porque se ve muy antiguo y no muy atractivo. Cabe decir, que la Panadería Belgravia es una panadería de antaño, clásica, pero se debe hacer que se vea un poco más atractiva visualmente, para que pueda atraer más clientes.
- Se debe mejorar el e-commerce para realizar las ventas de una manera más efectiva y rápida. Para lo que el delivery se debe avisar al cliente el momento cuando el producto sale de tienda, cuando está en camino a su domicilio y cuando se va entregar. Estas 3 cosas son las que se necesita para fidelizar al cliente que llega a

través de las redes sociales, este cliente es mucho más difícil de satisfacer porque no es un cliente que conozca la empresa desde hace años, sino que solo la conoce por publicaciones que ha visto mediante Instagram o Facebook. Para que la atención por WhatsApp sea rápida se debe automatizar las respuestas mediante bots como añadir un asistente virtual que apoye a los clientes con sus compras.

- Según los resultados que se ha podido obtener con la investigación, dice que los clientes recomendarían la panadería Belgravia porque tienen una buena atención y sus productos son de calidad, para poder seguir manteniendo esta tendencia de recomendación, se debe realizar la postventa de manera diaria, para que el cliente sienta que se preocupan por él y que, si hubiera alguna falla, siempre están muy pendientes para poder solucionarlo al momento.

Referencias

- Agrawal, S. (2020). *Mind The Gap: La importancia de cumplir con la promesa de marca en Latinoamérica*. Ipsos: <https://www.ipsos.com/es-pe/mind-gap-la-importancia-de-cumplir-con-la-promesa-de-marca-en-latinoamerica-0>
- Aquino, J. (2009). *Medición de la calidad del servicio, apuntes*. El Cid Editor.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/28850?page=18>
- Carrera, J. (2017). *Una experiencia de cliente memorable (o la inesperada virtud de cumplir nuestra promesa de marca)*.
https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-02/La_Inesperada_Virtud_de_Cumplir_Nuestra_Promesa_de_Marca.pdf
- Chávez, R. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en CINEMARK Huánuco, 2018*. Obtenido de <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3084997>
- Cubas, O., & Mendo, J. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la Panadería Pimentel, Chepén 2020*. Universidad Cesar Vallejo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/72152>
- Cutipa, Z. (2019). *Evaluación de la calidad de servicio mediante el nivel de satisfacción del cliente de la Pastelería y Panadería Deli EIRL en la ciudad de Tarapoto periodo 2017*. Universidad Nacional de San Martín-Tarapoto.
<http://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/3257>
- Directo, M. (s.f.). *Servicio postventa*. Recuperado el 5 de mayo de 2022, de <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/servicio-postventa>
- Espinoza, Z. (2019). *Satisfacción de los servicios educativos mediante el Net Promoter Score en los estudiantes de la Escuela Nacional De Estadística e Informática*,

Arequipa – Perú. Recuperado el 3 de mayo de 2022, de

<https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/752/1/ESPINOZA%20NIETO%20ZORAYA%20YHONNY.pdf>

García, G. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción al cliente en la tienda TOPITOP de Real Plaza Juliaca, 2019*. Tesis de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, Universidad Peruana Unión, Facultad de Ciencias Empresariales, Juliaca.

https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/2963/Gaby_Tesis_Licenciatura_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y

García, M., & Romero, M. (2018). *Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones*. Facultad de Administración y Negocios. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf>

Gonzales, L., & Huanca, E. (2020). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018*. Tesis de Licenciado en Administración y Marketing, Arequipa – Perú. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/3031>

Huamani, F. (2019). *Calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la Imprenta Niko E.I.R.L., Ventanilla 2019*. Universidad Cesar Vallejo.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/46414>

Jahmani, A., Bourini, I., & Jawabreh, O. (2020). The relationship between service quality, client satisfaction, perceived value and client loyalty: A case study of Fly Emirates. *Cuadernos de Turismo*, 45, 219-238. <https://doi.org/10.6018/turismo.426101>

Lewis, C., & Mehmet, M. (2020). Does the NPS® reflect consumer sentiment? A qualitative examination of the NPS using a sentiment analysis approach.

International Journal of Market Research, 62(1), 9-17.

<https://doi.org/10.1177/1470785319863623>

Lezcano, A., & Novoa, E. (2020). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Calzature Gianella, en la ciudad de Trujillo 2019.

https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23299/Novoa%20Sanchez_Lezcano%20Cruz.pdf?sequence=7&isAll

Marketing Directo. (5 de mayo de 2022). *Benchmarking*.

<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/benchmarking>

Marketing Directo. (s.f.). *Calidad*. Diccionario LID de Marketing Digital e Interactivo.

Recuperado el 5 de mayo de 2022, de

<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/calidad-2>

Marketing Directo. (s.f.). *Calidad percibida*. 5 de mayo de 2022, de

<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/calidad-percibida-2>

Marketing Directo. (s.f.). *Customer satisfaction*. 5 de mayo de 2022, de

<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/customer-satisfaction>

Marketing Directo. (s.f.). *Datos cualitativos*. 5 de mayo de 2022, de

<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/datos-cualitativos>

Marketing Directo. (s.f.). *Diccionarios archivo*. 5 de mayo de 2022, de

<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias>

- Marketing Directo. (s.f.). *Diferenciación*. 5 de mayo de 2022, de
<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/diferenciacion>
- Marketing Directo. (s.f.). *Encuesta*. 22 de mayo de 2022, de
<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/encuesta-2>
- Marketing Directo. (s.f.). *Encuesta personal*. 5 de mayo de 2022, de
<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/encuesta-personal>
- Marketing Directo. (s.f.). *Encuesta telefónica*. 5 de mayo de 2022, de
<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/encuesta-telefonica>
- Marketing Directo. (s.f.). *Entrevista en profundidad*. 5 de mayo de 2022, de
<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/entrevista-en-profundidad>
- Marketing Directo. (s.f.). *Óptica hacia el cliente*. 5 de mayo de 2022, de
<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/optica-hacia-el-cliente>
- Marketing Directo. (s.f.). *Retroalimentación*. 5 de mayo de 2022, de
<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/retroalimentacion>
- Marketing Directo. (s. f.). *Brand Loyalty*. 5 de mayo de 2022 , de
<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/brand-loyalty>

Marketing Directo. (s.f). *Atención al cliente*.

<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/atencion-al-cliente>

Marketing Directo. (s.f.). *Consumidor*. 5 de mayo de 2022, de

<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/consumidor>

Marketing Directo. (s.f.). *Servicio al cliente*. 5 de mayo de 2022, de

<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/servicios-al-cliente>

Marketing Directo. (s.f.). *Servicios*. 5 de mayo de 2022, de

<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/servicios>

Markey, R., & Reichheld, F. (2012). *La pregunta decisiva 2.0*. LID Editorial. lid.

<https://www.lideditorial.com/libros/la-pregunta-decisiva-20>

Mateos, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. COMM002PO. IC

Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/124251>

Osejos, A., & Alava, W. (2021). *Promoter Score como herramienta de medición de la satisfacción de cliente para la asociación de Producción Textil Jelmake*.

Universidad Estatal del Sur de Manabi.

<http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/3261>

Prats, P. (2011). *Métodos para medir la satisfacción del cliente*. AENOR - Asociación

Española de Normalización y Certificación. :

<https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/53565>

Trujillo, P., Tech, A., & Oliveira, R. (2019). Satisfacción del cliente: Estudio desde las metodologías de calidad. Caso Black Mouth. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1290-1303.

Van Nispen, J. (2012). *Diccionario LID. Marketing directo e interactivo*. Madrid. España: LID Editorial.

Yuan, O., Rendón , J., & Torres , A. (2020). *Recalculando la escala de valores*. Ipsos. https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-06/ipsos_talk_5.pdf

Apéndice

Cuestionario para medir la calidad y Satisfacción de los clientes de la Panadería

Belgravia.

Sección 1 de 8

Encuesta para medir la calidad y satisfacción de los clientes de la Panadería Belgravia.

Sus sugerencias nos ayudaran a ofrecerle un mejor servicio

Nombre y Apellido del encuestado  Respuesta corta

Texto de respuesta breve

Fiabilidad

Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.

La panadería Belgravia cumple con lo prometido y ofrecido en el reparto de los productos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

La panadería Belgravia muestra interés en poder resolver algún problema que haya con la entrega de productos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

La panadería Belgravia realiza bien su servicio desde la primera vez que realizó su compra. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

La panadería Belgravia cumple con el tiempo promedio de entrega del delivery. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

La panadería Belgravia cumple con brindar la información clara y precisa de sus productos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Empatía

Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.

Los cajeros de la panadería Belgravia ofrecen atención individualizada en el servicio brindado. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

La panadería Belgravia tiene los horarios convenientes de atención al cliente. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención personalizada hacia los clientes. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Los empleados de la panadería Belgravia comprenden las necesidades del cliente. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

La panadería Belgravia se preocupa por la atención brindada a sus clientes. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Seguridad

Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.

La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

La panadería Belgravia les brinda seguridad a sus clientes a la hora de realizar ^{*} sus compras por delivery. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

La panadería Belgravia tiene sus empleados amables. Califique del 1 al 5, siendo ^{*} que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Los empleados de la panadería Belgravia tienen conocimiento amplio de los ^{*} productos en venta. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

La panadería Belgravia tiene empaques de sus productos atractivos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Capacidad de Respuesta

Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.

Los empleados de la panadería Belgravia comunican cuando se realizará la entrega del producto. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención rápida en el local. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Los empleados de la panadería Belgravia siempre están dispuestos a poder ayudar a los clientes en cualquier momento. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo" *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Los empleados de la panadería Belgravia nunca están demasiado ocupados para ayudar a los clientes. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo". *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Nivel de Recomendación

¿Qué tan probable es que usted recomiende los productos de la panadería Belgravia? Califique del 1 al 10, siendo que 1 es "Nunca lo recomendaría" y 10 "Totalmente recomendado". *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nunca lo recomendaría	<input type="radio"/>	Totalmente recomendado									

En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué calificó de esa manera los productos de la panadería Belgravia?

.....

¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o whastapp? Califique del 1 al 10, siendo que 1 es "Nunca lo recomendaría" y 10 "Totalmente recomendado". *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nunca lo recomendaría	<input type="radio"/>	Totalmente recomendado									

En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué califico de esa manera la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o WhatsApp?

.....

¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia? Califique del 1 al 10, siendo que 1 es "Nunca lo recomendaría" y 5 "Totalmente recomendado". *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca lo recomendaría Totalmente recomendado

En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué califico de esa manera la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia?

.....

¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia? Califique del 1 al 10, siendo que 1 es "Nunca lo recomendaría" y 10 "Totalmente recomendado". *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nunca lo recomendaría Totalmente recomendado

En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué califico de esa manera la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia?

.....

Validación de Encuesta por expertos

FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO: ESCALA DE CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN

Estimado(a) Juez experto(a),

Reciba mi más cordial saludo, el motivo de este documento es comentarle que se realizando la validez de mi cuestionario destinado a medir la Calidad y Satisfacción que se produce en los clientes. Su ayuda identificando posibles fallas en la escala u otras me permitirá mejorar mi instrumento y por ello, mencionaré su nombre en mi tesis.

I. Breve explicación del constructo para el juez experto(a)

La Calidad de servicio se medirá utilizando SERVQUAL (de Parasuramán), esta se compone de 05 dimensiones: Fiabilidad, Elementos Tangibles, Seguridad, Empatía, Capacidad de respuesta. La Satisfacción, se medirá utilizando el modelo NPS de (Fred Reichheld) consta de 02 dimensiones: Nivel de recomendación y Razon de recomendación. Para medir ambos criterios se utilizarán escalas de Lickert.

Vuestra calificación debe centrarse en los siguientes criterios:

II. Criterios de calificación para el juez experto(a)

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante, por ello, debe ser incluido para evaluar la calidad de servicio, se determinará una calificación que varía de 0 a 2. El ítem "Nada relevante" tiene puntaje 0, "Regular relevante" tiene puntaje 1, "Muy relevante" tiene puntaje 2.

Nada relevante	Regularmente relevante	Totalmente relevante
0	1	2

b. Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que se está midiendo. Su calificación varía de 0 a 2. El ítem "Nada relevante" tiene puntaje 0, "Regular relevante" tiene puntaje 1, "Muy relevante" tiene puntaje 2.

Nada coherente	Regularmente coherente	Totalmente coherente
0	1	2

b. Claridad

El grado en que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de: "Nada relevante" tiene puntaje 0, "Regular relevante" tiene puntaje 1, "Muy relevante" tiene puntaje 2.

Nada claro	Regularmente claro	Totalmente claro
0	1	2

INSTRUCCIONES PARA EL JUEZ: Dentro del siguiente cuestionario, califique los ítems entre 0 al 2 y si desea brinde sugerencias en las casillas del color de fondo de esta instrucción:

QUESTIONARIO SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA PANADERÍA BELGRAVIA

Instrucciones para el feligrés: Responda a las preguntas calificando entre 1 a 5, considerando que 1 es "muy bajo o muy malo" y 5 es "muy alto o muy bueno", sobre los siguientes temas:

~~QUESTIONARIO SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA PANADERÍA BELGRAVIA~~

Instrucciones para el feligrés: Responda a las preguntas calificando entre 1 a 5, considerando que 1 es "muy bajo o muy malo" y 5 es "muy alto o muy bueno", sobre los siguientes temas:

PARTE I. SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO				
Item	Dimensiones	Criterio	Calificación	Sugerencias del juez experto(a)
	FIABILIDAD: La capacidad de llevar a cabo el servicio prometido de manera confiable y precisa			
1	La panadería Belgravia cumple con lo prometido y ofrecido en el reparto de los productos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
2	La panadería Belgravia muestra interés en poder resolver algún problema que haya con la entrega de productos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
3	La panadería Belgravia realiza bien su servicio desde la primera vez que realizó su compra. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
4	La panadería Belgravia cumple con el tiempo promedio de entrega del delivery. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
5	La panadería Belgravia cumple con brindar la información clara y precisa de sus productos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			

SEGURIDAD: El conocimiento y la cortesía de los empleados, y su capacidad de transmitir confianza y seguridad				
10	La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
11	La panadería Belgravia les brinda seguridad a sus clientes a la hora de realizar sus compras por delivery. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
12	La panadería Belgravia tiene sus empleados amables. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
13	Los empleados de la panadería Belgravia tienen conocimiento amplio de los productos en venta. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
EMPATÍA: La disposición de atender a los clientes de manera cuidadosa e individual.				
14	Los cajeros de la panadería Belgravia ofrecen atención individualizada en el servicio brindado. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
15	La panadería Belgravia tiene los horarios convenientes de atención al cliente. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
16	Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención personalizada hacia los clientes. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
17	Los empleados de la panadería Belgravia comprenden las necesidades del cliente. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
18	La panadería Belgravia se preocupa por la atención brindada a sus clientes. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
CAPACIDAD DE RESPUESTA: La disposición a ayudar a los clientes y proveerles un servicio puntual				
19	Los empleados de la panadería Belgravia comunican cuando se realizará la entrega del producto. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
20	Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención rápida en el local. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
21	Los empleados de la panadería Belgravia siempre están dispuestos a poder ayudar a los clientes en cualquier momento. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
22	Los empleados de la panadería Belgravia nunca están demasiado ocupados para ayudar a los clientes. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			

TANGIBILIDAD: La apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación				
6	La panadería Belgravia presenta un equipo moderno para la elaboración de pastelería. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
7	El local de la panadería Belgravia es visualmente atractivo. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
8	Los empleados de la panadería Belgravia tienen una vestimenta pulcra. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
9	La panadería Belgravia tiene empaques de sus productos atractivos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1/2/3/4/5			
PARTE II. SOBRE LA SATISFACCIÓN				
Item	Dimensiones	Criterio	Calificación	Sugerencias del juez experto(a)
NIVEL DE RECOMENDACIÓN: Recomendación por el servicio brindado por parte de la empresa				
23	¿Qué tan probable es que usted recomiende los productos de la panadería Belgravia? Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Nunca lo recomendaría" y 5 "Totalmente recomendado".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	0/1/2/3/4/5/6/7/8/9/10			
24	¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o whatsapp? Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Nunca lo recomendaría" y 5 "Totalmente recomendado".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	0/1/2/3/4/5/6/7/8/9/10			
25	¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia? Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Nunca lo recomendaría" y 5 "Totalmente recomendado".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	0/1/2/3/4/5/6/7/8/9/10			
26	¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia? Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Nunca lo recomendaría" y 5 "Totalmente recomendado".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	0/1/2/3/4/5/6/7/8/9/10			
RAZÓN DE RECOMENDACIÓN: Razon del cliente para la recomendación del servicio brindado por la empresa				
29	En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué calificó de esa manera los productos de la panadería Belgravia?	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	Respuesta abierta			
30	En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué califico de esa manera la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o WhatsApp?	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	Respuesta abierta			
31	En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué califico de esa manera la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia?	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	Respuesta abierta			
32	En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué califico de esa manera la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia?	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	Respuesta abierta			

CUESTIONARIO SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA PANADERÍA BELGRAVIA

Instrucciones para el feligrés: Responda a las preguntas calificando entre 1 a 5, considerando que 1 es "muy bajo o muy malo" y 5 es "muy alto o muy bueno", sobre los siguientes temas:

PARTE I. SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO				
Item	Dimensiones	Criterio	Calificación	Sugerencias del juez experto(a)
	FIABILIDAD: La capacidad de llevar a cabo el servicio prometido de manera confiable y precisa			
1	La panadería Belgravia cumple con lo prometido y ofrecido en el reparto de los productos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
2	La panadería Belgravia muestra interés en poder resolver algún problema que haya con la entrega de productos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
3	La panadería Belgravia realiza bien su servicio desde la primera vez que realizó su compra. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
4	La panadería Belgravia cumple con el tiempo promedio de entrega del delivery. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
5	La panadería Belgravia cumple con brindar la información clara y precisa de sus productos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			

SEGURIDAD: El conocimiento y la cortesía de los empleados, y su capacidad de transmitir confianza y seguridad				
10	La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables. Califíquese del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
11	La panadería Belgravia les brinda seguridad a sus clientes a la hora de realizar sus compras por delivery. Califíquese del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
12	La panadería Belgravia tiene sus empleados amables. Califíquese del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
13	Los empleados de la panadería Belgravia tienen conocimiento amplio de los productos en venta. Califíquese del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
EMPATÍA: La disposición de atender a los clientes de manera cuidadosa e individual.				
14	Los cajeros de la panadería Belgravia ofrecen atención individualizada en el servicio brindado. Califíquese del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
15	La panadería Belgravia tiene los horarios convenientes de atención al cliente. Califíquese del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
16	Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención personalizada hacia los clientes. Califíquese del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
17	Los empleados de la panadería Belgravia comprenden las necesidades del cliente. Califíquese del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
18	La panadería Belgravia se preocupa por la atención brindada a sus clientes. Califíquese del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
CAPACIDAD DE RESPUESTA: La disposición a ayudar a los clientes y proveerles un servicio puntual				
19	Los empleados de la panadería Belgravia comunican cuando se realizará la entrega del producto. Califíquese del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
20	Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención rápida en el local. Califíquese del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
21	Los empleados de la panadería Belgravia siempre están dispuestos a poder ayudar a los clientes en cualquier momento. Califíquese del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
22	Los empleados de la panadería Belgravia nunca están demasiado ocupados para ayudar a los clientes. Califíquese del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			

SEGURIDAD: El conocimiento y la cortesía de los empleados, y su capacidad de transmitir confianza y seguridad				
10	La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables. Califíque del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
11	La panadería Belgravia les brinda seguridad a sus clientes a la hora de realizar sus compras por delivery. Califíque del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
12	La panadería Belgravia tiene sus empleados amables. Califíque del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
13	Los empleados de la panadería Belgravia tienen conocimiento amplio de los productos en venta. Califíque del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
EMPATÍA: La disposición de atender a los clientes de manera cuidadosa e individual.				
14	Los cajeros de la panadería Belgravia ofrecen atención individualizada en el servicio brindado. Califíque del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
15	La panadería Belgravia tiene los horarios convenientes de atención al cliente. Califíque del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
16	Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención personalizada hacia los clientes. Califíque del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
17	Los empleados de la panadería Belgravia comprenden las necesidades del cliente. Califíque del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
18	La panadería Belgravia se preocupa por la atención brindada a sus clientes. Califíque del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			

CAPACIDAD DE RESPUESTA: La disposición a ayudar a los clientes y proveerles un servicio puntual				
19	Los empleados de la panadería Belgravia comunican cuando se realizará la entrega del producto. Califíque del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
20	Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención rápida en el local. Califíque del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
21	Los empleados de la panadería Belgravia siempre están dispuestos a poder ayudar a los clientes en cualquier momento. Califíque del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			
22	Los empleados de la panadería Belgravia nunca están demasiado ocupados para ayudar a los clientes. Califíque del 1 al 5, siendo que 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo".	Relevancia	2	
		Coherencia	2	
		Claridad	2	
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5			

Matriz de Operacionalización

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensiones	Indicadores
¿De qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente en la panadería Belgravia el año 2022?	Determinar de qué manera la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.	<p>HI: La calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p> <p>H0: La calidad de servicio no se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>			
Sistematización	Objetivos Específicos	Hipótesis Especifica			
¿De qué manera la fiabilidad como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente en la panadería	Determinar de qué manera la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.	HI: La fiabilidad como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.	Independiente	X1= Fiabilidad	<p>X11= La panadería Belgravia cumple con lo prometido y ofrecido en el reparto de los productos.</p> <p>X12= La panadería Belgravia muestra interés en poder resolver algún problema que haya con la entrega de productos.</p>

Belgravia el año 2022?			X: Calidad del Servicio		<p>X13= La panadería Belgravia realiza bien su servicio desde la primera vez.</p> <p>X14= La panadería Belgravia cumple con el tiempo promedio de entrega del delivery.</p> <p>X15= La panadería Belgravia cumple con brindar la información clara y precisa de sus productos.</p>
¿De qué manera la empatía como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022?	Determinar de qué manera la empatía como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.	HI: La empatía como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.		X2= Empatía	<p>X21= Los cajeros de la panadería Belgravia ofrecen atención individualizada en el servicio brindado.</p> <p>X22= La panadería Belgravia tiene los horarios convenientes de atención al cliente.</p> <p>X23= Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención personalizada hacia los clientes.</p> <p>X24= Los empleados de la panadería Belgravia comprenden las necesidades del cliente.</p> <p>X25= La panadería Belgravia se preocupa por los clientes.</p>

<p>¿De qué manera la seguridad como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022?</p>	<p>Determinar de qué manera la seguridad como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022</p>	<p>HI: La seguridad como parte de la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>		<p>X3= Seguridad</p>	<p>X31= La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables.</p> <p>X32= La panadería Belgravia les brinda seguridad a sus clientes a la hora de realizar sus compras por delivery.</p> <p>X33= La panadería Belgravia tiene empleados amables.</p> <p>X34= Los empleados de la panadería Belgravia tiene conocimiento amplio de los productos en venta.</p>
<p>¿De qué manera los elementos tangibles como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022?</p>	<p>Determinar de qué manera los elementos tangibles como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>	<p>HI: Los elementos tangibles como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>		<p>X4= Elementos Tangibles</p>	<p>X41= La panadería Belgravia presenta un equipo moderno elaboración de pastelería.</p> <p>X42= El local de la panadería Belgravia es visualmente atractivo.</p> <p>X43= Los empleados de la panadería Belgravia tienen una vestimenta pulcra.</p> <p>X44= La panadería Belgravia tiene empaques de sus productos atractivos.</p>

<p>¿De qué manera la capacidad de respuesta como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022?</p>	<p>Determinar de qué manera la capacidad de respuesta como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>	<p>H1: La capacidad de respuesta como parte de la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de la panadería Belgravia el año 2022.</p>		<p>X5= Capacidad de Respuesta</p>	<p>X51= Los empleados de la panadería Belgravia comunican cuando se realizara la entrega del producto.</p> <p>X52= Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención rápida en el local.</p> <p>X53= Los empleados de la panadería Belgravia siempre están dispuesto a poder ayudar a los clientes en cualquier momento.</p> <p>X54= Los empleados de la panadería Belgravia nunca están demasiado ocupados para ayudar a los clientes.</p>
<p>¿De qué manera la calidad del servicio de la panadería Belgravia influye en el nivel recomendación como parte de la satisfacción de los clientes?</p>	<p>Determinar que la calidad del servicio de la panadería Belgravia influye en el nivel de recomendación como parte de la satisfacción de los clientes.</p>	<p>H1: La calidad del servicio de la panadería Belgravia influye en el nivel recomendación como parte de la satisfacción de los clientes.</p>	<p>Dependiente Y: Satisfacción del Cliente (NPS)</p>	<p>Y1= Nivel de Recomendación</p>	<p>Y11= ¿Qué tan probable es que usted recomiende los productos de la panadería Belgravia?</p> <p>Y12= ¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o whastapp?</p> <p>Y13= ¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia?</p>

					Y14= ¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia?
¿De qué manera la calidad del servicio de la panadería Belgravia influye la razón de la recomendación como parte de la satisfacción de los clientes?	Determinar que la calidad del servicio de la panadería Belgravia influye la razón de la recomendación como parte de la satisfacción de los clientes.	H1: La calidad del servicio de la panadería Belgravia influye la razón de la recomendación como parte de la satisfacción de los clientes como parte de la satisfacción de los clientes.		Y2= Razón de Recomendación	<p>Y21= ¿Por qué califico de esa manera los productos de la panadería Belgravia?</p> <p>Y22= ¿Por qué califico de esa manera la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o WhatsApp?</p> <p>Y23= ¿Por qué califico de esa manera la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia?</p> <p>Y24= ¿Por qué califico de esa manera la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia?</p>

Autorización de la Empresa

Yo **Jose Carlos Vallejo Tuccio** con el cargo de Gerente General doy autorización a la Srta. Valerya Maria Emilia Leyva Ochoa identificada con DNI **73051100** para que pueda hacer uso de la empresa **Belgravia S.A** para realizar su tesis de Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la Panadería Belgravia, año 2022.

Lima, 21 de Setiembre del 2023.



JOSE C. VALLEJO TUCCIO
GERENTE COMERCIAL

Formato comparativo de encuestas piloto para determinar cuestionario final

Ítem	Dimensiones	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	Dimensiones
	FIABILIDAD: La capacidad de llevar a cabo el servicio prometido de manera confiable y precisa													FIABILIDAD: La capacidad de llevar a cabo el servicio prometido de manera confiable y precisa
1	La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5													1 / 2 / 3 / 4 / 5
2	La panadería Belgravia muestra interés en poder resolver algún problema que haya con la entrega de productos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	La panadería Belgravia muestra interés en poder resolver algún problema que haya con la entrega de productos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5													1 / 2 / 3 / 4 / 5
3	La panadería Belgravia realiza bien su servicio desde la primera vez. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Es mu y am big ua la pre gun ta	Se ent end ió	La panadería Belgravia realiza bien su servicio desde la primera vez que realizó su compra. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.							
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5													1 / 2 / 3 / 4 / 5
4	La panadería Belgravia cumple con el tiempo promedio de entrega del delivery. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	Se ent end ió	La panadería Belgravia cumple con el tiempo promedio de entrega del delivery. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5													1 / 2 / 3 / 4 / 5
5	La panadería Belgravia cumple con brindar la información clara y precisa de sus productos.	Se ent	Se ent	Se ent	Se ent	Se ent	Se ent	Se ent	Se ent	Se ent				La panadería Belgravia cumple con brindar la información clara y precisa de sus productos.

	Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	end ió	ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.							
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5													1 / 2 / 3 / 4 / 5
	Empatía: Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.													Empatía: Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.
6	Los cajeros de la panadería Belgravia ofrecen atención individualizada en el servicio brindado. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	Se ente ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	Los cajeros de la panadería Belgravia ofrecen atención individualizada en el servicio brindado. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.							
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5													1 / 2 / 3 / 4 / 5
7	La panadería Belgravia tiene los horarios convenientes de atención al cliente. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	Se ente ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	La panadería Belgravia tiene los horarios convenientes de atención al cliente. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.							
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5													1 / 2 / 3 / 4 / 5
8	Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención personalizada hacia los clientes. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	Se ente ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención personalizada hacia los clientes. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.							
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5													1 / 2 / 3 / 4 / 5
9	Los empleados de la panadería Belgravia comprenden las necesidades del cliente. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	Se ente ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	Los empleados de la panadería Belgravia comprenden las necesidades del cliente. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.							
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5													1 / 2 / 3 / 4 / 5
10		Se ent	De que				La panadería Belgravia se preocupa por la atención brindada a sus clientes. Califique del 1 al 5, siendo							

	La panadería Belgravia se preocupa por los clientes. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	end ió	ma ner a se pre ocu pa por sus clie ntes	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.							
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5													1 / 2 / 3 / 4 / 5
	Seguridad: Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.													Seguridad: Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.
11	La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	Se ente ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	La panadería Belgravia cuenta con empleados confiables. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.							
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5													1 / 2 / 3 / 4 / 5
12	La panadería Belgravia les brinda seguridad a sus clientes a la hora de realizar sus compras por delivery. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	Se ente ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	La panadería Belgravia les brinda seguridad a sus clientes a la hora de realizar sus compras por delivery. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.							
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5													1 / 2 / 3 / 4 / 5
13	La panadería Belgravia tiene sus empleados amables. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	Se ente ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	La panadería Belgravia tiene sus empleados amables. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.							
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5													1 / 2 / 3 / 4 / 5
14	Los empleados de la panadería Belgravia tienen conocimiento amplio de los productos en venta. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	Se ente ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	Los empleados de la panadería Belgravia tienen conocimiento amplio de los productos en venta. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.							

Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5														1 / 2 / 3 / 4 / 5
	Elementos Tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.														Elementos Tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
15	La panadería Belgravia presenta un equipo moderno para la elaboración de pastelería. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	La panadería Belgravia presenta un equipo moderno para la elaboración de pastelería. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.												
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5														1 / 2 / 3 / 4 / 5
16	El local de la panadería Belgravia es visualmente atractivo. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	El local de la panadería Belgravia es visualmente atractivo. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.												
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5														1 / 2 / 3 / 4 / 5
17	Los empleados de la panadería Belgravia tienen una vestimenta pulcra. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	Los empleados de la panadería Belgravia tienen una vestimenta pulcra. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.												
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5														1 / 2 / 3 / 4 / 5
18	La panadería Belgravia tiene empaques de sus productos atractivos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent end ió	La panadería Belgravia tiene empaques de sus productos atractivos. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.												
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5														1 / 2 / 3 / 4 / 5
	Capacidad de Respuesta: Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.														Capacidad de Respuesta: Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.

19	Los empleados de la panadería Belgravia comunican cuando se realizará la entrega del producto. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent dió	Los empleados de la panadería Belgravia comunican cuando se realizará la entrega del producto. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.												
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5														1 / 2 / 3 / 4 / 5
20	Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención rápida en el local. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent dió	Los empleados de la panadería Belgravia ofrecen una atención rápida en el local. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.												
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5														1 / 2 / 3 / 4 / 5
21	Los empleados de la panadería Belgravia siempre están dispuestos a poder ayudar a los clientes en cualquier momento. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”	Se ent dió	Los empleados de la panadería Belgravia siempre están dispuestos a poder ayudar a los clientes en cualquier momento. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”												
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5														1 / 2 / 3 / 4 / 5
22	Los empleados de la panadería Belgravia nunca están demasiado ocupados para ayudar a los clientes. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.	Se ent dió	Los empleados de la panadería Belgravia nunca están demasiado ocupados para ayudar a los clientes. Califique del 1 al 5, siendo que 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”.												
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5														1 / 2 / 3 / 4 / 5
	Nivel de Recomendación														Nivel de Recomendación
23	¿Qué tan probable es que usted recomiende los productos de la panadería Belgravia? Califique del 1 al 10, siendo que 1 es “Nunca lo recomendaría” y 10 “Totalmente recomendado”.	Se ent dió	¿Qué tan probable es que usted recomiende los productos de la panadería Belgravia? Califique del 1 al 10, siendo que 1 es “Nunca lo recomendaría” y 10 “Totalmente recomendado”.												
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10														1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10
24		Se ent													

	En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué calificó de esa manera los productos de la panadería Belgravia?	end ió	ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué calificó de esa manera los productos de la panadería Belgravia?							
Rpta.-														
25	¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o WhatsApp? Califique del 1 al 10, siendo que 1 es “Nunca lo recomendaría” y 10 “Totalmente recomendado”.	Se ent end ió	Se ente ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o WhatsApp? Califique del 1 al 10, siendo que 1 es “Nunca lo recomendaría” y 10 “Totalmente recomendado”.							
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10													1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10
26	En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué califico de esa manera la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o WhatsApp?	Se ent end ió	Se ente ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué califico de esa manera la calidad del servicio de los empleados de la panadería Belgravia al contactarlos por Instagram o WhatsApp?							
Rpta.-														
27	¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia? Califique del 1 al 10, siendo que 1 es “Nunca lo recomendaría” y 5 “Totalmente recomendado”.	Se ent end ió	Se ente ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia? Califique del 1 al 10, siendo que 1 es “Nunca lo recomendaría” y 5 “Totalmente recomendado”.							
Rpta.-	1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10													1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10
28	En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué califico de esa manera la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia?	Se ent end ió	Se ente ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	En caso de haber marcado del 1 al 5, ¿Por qué califico de esa manera la calidad de servicio de los empleados de delivery de la panadería Belgravia?							
Rpta.-														
29	¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia? Califique del 1 al 10, siendo	Se ent end ió	Se ente ndi ó	Se ente ndió	Se enten dió	Se enten dió	¿Qué tan probable es que usted recomiende la calidad de servicio de los empleados en postventa de la panadería Belgravia? Califique del 1 al 10, siendo							

Diagnóstico de los Problemas del Empresario- Cliente

Como paso previo para luego hacer un diagnóstico más completo, se pudo entrevistar a vuestros clientes que completen el Cuestionario a continuación.

Cuestionario para Directivos

Instrucciones: Buscando ser lo más sincero posible a fin que esto pueda servir para detectar posibles debilidades o fortalezas, siendo que significa: “0 No aplica”, “1 Definitivamente no”, “2. Posiblemente No”, “3. Ni sí ni no”, “4. Posiblemente Si” y “5 Definitivamente Si”, para cada uno de los siguientes puntos:

Diagnóstico de los problemas empresario – cliente

a) Productos/servicios, precios y rentabilidad	0NA	1DN	2PN	3NS	4PS	5DS
1. ¿Considero plenamente adecuados al mercado sus productos y servicios? BASE, SATISFACCION.						X
2. ¿Considero, en su conjunto, acertada nuestra política de precios, conforme a mercado? PRECIOS					X	
3. ¿Es absolutamente atractiva nuestra política de descuentos y bonificaciones? SATISFACCION – PROMOCION						X
4. Vuestro sistema de financiación, ¿satisface suficientemente, en general, a los clientes? SATISFACCION – PRECIO			X			
5. ¿Estoy totalmente satisfecho, en general, «con la rentabilidad de mi negocio»? PLAN DE MARKETING, AUDITORIA COMERCIAL (VENTAS Y MARKETING)			X			
6. ¿Conozco cuál es el nivel de ventas a partir del que comienzan los beneficios? AUDITORIA COMERCIAL				X		
7. Dicho nivel, ¿lo desgloso según productos, líneas, zonas y otras unidades de gestión? AUDITORIA COMERCIAL	X					
8. ¿Es mi contabilidad suficientemente efectiva a la hora de controlar mi negocio? AUDITORIA COMERCIAL				X		
9. ¿Dispongo de un eficiente control de objetivos/resultados esperados? PLAN DE MARKETING, AUDITORIA COMERCIAL				X		
10. sus directivos, ¿disponen de precisos sistemas de control sobre su trabajo? AUDITORIA COMERCIAL					X	
11. ¿Tengo establecido algún buen sistema de auditoría de gestión permanente? AUDITORIA COMERCIAL					X	

12. ¿Presentan sus productos/servicios claras ventajas competitivas? BRAND EQUITY, POSICIONAMIENTO, BENCHMARKING					X	
13. ¿Dentro de su diversidad de productos, habrá algún «producto estrella de ventas»? AUDITORIA COMERCIAL, POSICIONAMIENTO, BRAND EQUITY					X	
14. ¿Todos sus productos o servicios son rentables? AUDITORIA COMERCIAL				X		

b) Marca, imagen y servicio	ONA	1DN	2PN	3NS	4PS	5DS
1. ¿Qué grado de efectividad estimo que alcanza nuestra actitud de servicio al cliente? SATISFACCION - SERVICIO (PRODUCTO)						X
2. ¿Cuál es el grado de eficacia alcanzado en vuestro servicio de preventa? SATISFACCION - PREVENTA				X		
3. ¿Valora con objetividad la calidad de vuestro servicio postventa, en su conjunto? SATISFACCION - POSTVENTA					X	
4. ¿Hasta qué punto es excelente la atención prestada a las reclamaciones? SATISFACCION - PRE Y POST VENTA					X	
5. ¿Está definitivamente satisfecho con vuestro sistema de garantías? SATISFACCION POSTVENTA						X
6. Vuestros envases, ¿son óptimamente atractivos y «vendedores»? PRUEBAS DE ENVASE, SATISFACCION DEL PRODUCTO (BENEFICIOS)	X					
7. ¿Facilitamos al máximo el buen uso y aplicaciones de vuestros productos/ servicios? ESTUDIO DE USOS Y APLICACIONES					X	
8. El nombre y el «logo» de nuestra marca, ¿creo que es el más adecuado y positivo? ESTUDIO DE DISEÑO DE MARCA					X	
9. ¿Los nombres y «logos» de vuestros productos o servicios son los más adecuados? SATISFACCION - MARCA	X					
10. ¿Tenemos establecida en mi empresa una línea corporativa de calidad? BRAND EQUITY	X					
11. ¿Creo que mi marca es suficientemente conocida por el mercado potencial? POSICIONAMIENTO					X	

12. ¿Tenemos bien claro cuál es la imagen de marca que el público objetivo nos atribuye? IMAGEN Y POSICIONAMIENTO					X	
13. ¿Le satisface totalmente nuestra situación en el mercado? POSICIONAMIENTO				X		
14. ¿Practica su empresa una buena política integral de relaciones públicas? MEDIOS					X	

c) Dirección y organización de las ventas	0NA	1DN	2PN	3NS	4PS	5DS
1. ¿Dispone de un plan de ventas bien diseñado, con programas de acción eficaces? PLAN DE MARKETING					X	
2. ¿En qué grado alcanzo los objetivos de venta previstos en el plan? AUDITORIA				X		
3. ¿Dispone de un equipo comercial bien organizado y productivo? AUDITORIA COMERCIAL - MARKETING				X		
4. Algunos vendedores tienden a marcharse de la empresa, ¿tengo resuelto este problema? AUDITORIA			X			
5. ¿Cree que el sistema actual de remuneración es el más rentable y efectivo puro la empresa? AUDITORIA					X	
6. ¿Cree que es el mejor en opinión de sus vendedores? AUDITORIA DE VENTAS				X		
7. ¿Es óptimo mi actual sistema de reclutamiento y selección del equipo comercial? AUDITORIA DE VENTAS				X		
8. ¿Estoy absolutamente seguro de que sus vendedores argumentan a la perfección? COMPRA OCULTA				X		
9. ¿Es perfecto su actual sistema de comunicación con el equipo de ventas? COMPRA OCULTA					X	
10. ¿Qué valoración merece el sistema actual de control de la acción de ventas? COMPRA OCULTA (MISTERY SHOPPING)				X		
11. ¿Presta su empresa todo el apoyo promocional que precisan los vendedores? AUDITORIA DE VENTAS						X
12. Concretamente, ¿es completa y útil la información que aportan sus vendedores? AUDITORIA COMERCIAL						X

13. ¿Son suficientes y eficientes las reuniones con sus vendedores? AUDITORIA VENTAS					X	
14. ¿Hasta qué punto está contento con su actual distribución por zonas? ESTUDIO DE DISTRIBUCION	X					
15. ¿Dispone de información completa de sus clientes actuales? AUDITORIA DE VENTAS						X
16. ¿Dispongo de una buena base de datos de clientes potenciales? AUDITORIA DE VENTAS Y MARKETING					X	
17. Mi plan de rutas, ¿es el más adecuado a sus necesidades de cobertura? ESTUDIO DE DISTRIBUCION Y VENTAS	X					
18. ¿Qué opinión merece las actuales <u>meta de</u> visitas de venta? AUDITORIA DE VENTAS			X			
19. ¿Visitan con la debida frecuencia sus vendedores a sus clientes? AUDITORIA DE VENTAS	X					
20. ¿Es bueno mi actual sistema de formación y reciclaje de vendedores? AUDITORIA DE VENTAS					X	
21. ¿Cuál es el grado de colaboración efectiva que me prestan sus vendedores en actividades distintas a las ventas en sí? AUDITORIA DE VENTAS			X			
22. ¿Hasta qué punto procuro mantener personalmente una relación directa con aquellos clientes que revisten importancia? FIDELIZACION, BRANDING - SATISFACCION DE CLIENTE SOBRE EL SERVICIO					X	
23. ¿Estoy plenamente satisfecho con nuestra política de seguimiento de clientes? FIDELIZACION, BRANDING - SATISFACCION DE CLIENTE SOBRE EL SERVICIO					X	
24. ¿Hasta qué punto consigo renovar mi cartera de clientes? ESTUDIO BASE (PROSPECTO DE CLIENTES)						X
25. ¿Aplico algún sistema para incentivar la calidad en las relaciones con los clientes? SATISFACCION - CALIDAD DEL SERVICIO						X
26. ¿Impulso preferentemente aquellas ventas que me producen mayor rentabilidad, sin limitarme a estimular sólo su volumen? AUDITORIA DE VENTAS			X			

27. ¿Vigila evitar la tendencia a excederse en proponer descuentos, etc., para vender? AUDITORIA DE VENTAS					X	
28. ¿Tengo establecida una clasificación de clientes "A- B- C" u otra similar, según categorías? FIDELIZACION	X					

d) Distribución-logística	0NA	1DN	2PN	3NS	4PS	5DS
1. ¿Disfrutan vuestros sistemas de distribución de la agilidad precisa? ESTUDIO DE DISTRIBUCION, SATISFACCION	X					
2. ¿Cuál es su valoración acerca de vuestra gestión de stocks? AUDITORIA COMERCIAL	X					
3. ¿Considera que es óptima, en cuanto a plazos de entrega, vuestra política distributiva? SATISFACCION	X					
4. ¿Se preocupo por reducir vuestros costos de almacenaje? AUDITORIA	X					
5. ¿Estima que son adecuados vuestros costos de transporte y envío? AUDITORIA	X					
6. ¿Se preocupa de bajar la incidencia de los costos de distribución en el costo final? AUDITORIA	X					
7. ¿Le parece óptima vuestra habilidad de negociación con los clientes? SATISFACCION	X					
8. ¿Ha pensado, intentado o puesto en marcha circuitos de distribución y ventas más directas, efectivas y económicas? ESTUDIO DE DISTRIBUCION	X					
9. ¿Como valora la intervención de sus concesionarios, agentes libres o representantes? AUDITORIA	X					
10. ¿Prestó a los distribuidores el apoyo promocional y publicitario preciso? AUDITORIA	X					
11. Las condiciones de pago que brinda a los intermediarios y distribuidores ¿Le son del todo rentables? AUDITORIA DE VENTAS	X					
12. ¿Hago ganar dinero a los distribuidores ventajosamente en comparación a mi competencia? SATISFACCION	X					

e) Imagen, publicidad y promoción	0NA	1DN	2PN	3NS	4PS	5DS
1. Su marca, mi empresa y sus productos, ¿se diferencian clara y positivamente? BRAND EQUITY, POSICIONAMIENTO						X
2. La diferenciación, ¿se debe a ventajas reales de calidad o servicio y no sólo de precio? BRAND EQUITY, BENCHMKT						X
3. ¿Procura, antes que nada, como prioridad, cuidar el buen servicio y hacerlo saber? SATISFACCION						X
4. ¿Está satisfecho con el nombre y logotipo de nuestra/s marca/s? IMAGEN, POSICIONAMIENTO, SATISFACCION				X		
5. El diseño, el envase y otros elementos visuales, ¿mantienen una misma línea corporativa? IDENTIDAD CORPORATIVA	X					
6. ¿Desarrolla una buena política de relaciones públicas? SATISFACCION, ESTUDIO DE MEDIOS					X	
7. Vuestro plan y presupuesto de publicidad y de promoción, ¿están ajustados y bien concebidos? AUDITORIA COMERCIAL			X			
8. ¿Dispone de una lista o base de direcciones completa, bien datada y actualizada? FIDELIZACION					X	
9. ¿Maneja con habilidad y eficacia nuestras campañas de mailing? ESTUDIO DE MEDIOS	X					
10. ¿Dispone de un sistema de telemarketing bien organizado? ESTUDIO DE MEDIOS	X					
11. El control de resultados de vuestra publicidad y promoción ¿es perfecto? AUDITORIA COMERCIAL						X
12. ¿Sus campañas están debidamente coordinadas entre sí y con la acción de ventas? AUDITORIA COMERCIAL					X	

Conteo de estudios identificados después de la entrevista

- Satisfacción: 3
- Posicionamiento: 2
- Imagen: 1