



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA  
INDUSTRIAL**

Propuesta de mejora en calidad de servicio al cliente en la empresa Sigdelo SA.  
Pizza Hut -La Marina- Lima, 2019

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**  
Bachiller en Ingeniería Industrial

**AUTORES:**

Almonte Grados, Alejandro Arturo (ORCID: 0000-0001-6972-6035)  
Ángeles Saavedra, Diego Raúl (ORCID: 0000-0003-0391-5954)

**ASESOR:**

Linares Sánchez, Guillermo Gilberto (ORCID: 0000-0003-2810-658X)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Sistema de Gestión de la Calidad y Seguridad

**CALLAO – PERÚ**

**2019**

## DEDICATORIA

A Dios y a nuestros padres, por guiarnos por el camino correcto, por estar presente cuando más lo necesitamos, por darnos esa fuerza necesaria para seguir luchando por nuestros sueños, objetivos y metas, y adonde queremos llegar.

## AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro agradecimiento en primer lugar a la empresa Sigdelo SA. Pizza Hut -La Marina- Lima, 2019 por ser parte de nuestra investigación, gracias por esta oportunidad que nos han brindado para poder desarrollarnos profesionalmente.

Mg. Linares Sánchez, Guillermo Gilberto por ser nuestro asesor, por corregirnos y exigirnos durante la investigación, para así poder ganar más confianza en nosotros mismos, y ser perseverantes en la vida cotidiana.

## Índice

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página de jurado .....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Índice.....	vii
Resumen .....	vii
Abstract .....	viii
I Introducción .....	1
1.1 Realidad de la Problemática .....	1
1.2 Antecedentes .....	1
1.2.1 Nacional.....	2
1.2.1 Internacional.....	3
1.3 Teorías Relacionadas al tema .....	3
1.4 Formulación del Problema.....	6
1.4.1 Problema General.....	8
1.4.2 Problema Específico .....	8
1.5 Justificación de la Investigación .....	8
1.5.1 Justificación Social.....	8
1.5.2 Justificación Económica .....	9
1.5.3 Justificación Teórica.....	9
1.6 Hipótesis .....	9
1.6.1 Hipótesis General .....	9
1.6.2 Hipótesis Específica .....	9
1.7 Objetivos.....	9
1.7.1 Objetivo General .....	9
1.7.2 Objetivo Específico .....	9
II Método .....	9
2.1 Tipo de estudio.....	9
2.2 Operacionalización de Variables .....	10
2.3 Población, muestra .....	17
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	18
2.5 Método de análisis de datos.....	18

2.6 Aspectos éticos.....	18
III Resultados.....	19
3.1 Antecedentes de la empresa.....	19
3.2 Diagnóstico de la empresa.....	21
3.3 Diagnóstico y análisis de la situación actual.....	22
3.4 Análisis de la matriz FODA.....	24
3.5 Acciones o medida de mejoras.....	25
3.6 Planeación y organización del proyecto del PHVA.....	31
3.7 Impacto de la implementación del PHVA.....	31
3.8 Evaluación económica.....	31
IV Discusión.....	33
V Conclusiones.....	34
VI Recomendaciones.....	34
Referencias.....	35
Anexos.....	36

## Índice de Tablas

Tabla N°1 Modelo de Pareto .....	7
Tabla N°2 Matriz de Operacionalización .....	10
Tabla N°3 Encuesta.....	15
Tabla N°4 Población y muestra de la empresa N=37, n=37.....	17
Tabla N°5 Detalles Sociales de la empresa .....	20
Tabla N°6 Principales proveedores .....	20
Tabla N°7 Fiabilidad .....	26
Tabla N°8 Sensibilidad.....	27
Tabla N°9 Seguridad .....	28
Tabla N°10 Empatía .....	29
Tabla N°11 Elementos tangibles .....	30
Tabla N°12 Evaluación de costos .....	32

## Índice de Figuras

Figura N°1 Modelo de Ishikawa .....	6
Figura N°2 Diagrama Pareto.....	8
Figura N°3 Organigrama de la Empresa Sigdelo SA. Pizza Hut.....	21
Figura N°4 Diagrama de Flujo (pedidos para llevar).....	23
Figura N°5 Diagrama de Flujo (pedido en el restaurant) .....	24
Figura N°6 Fiabilidad.....	26
Figura N°7 Sensibilidad .....	27
Figura N°8 Seguridad.....	28
Figura N°9 Empatía.....	29
Figura N°10 Elementos tangibles .....	30

## Resumen

Esta presente investigación se llevó a cabo debido al desorden que se generaba por las malas estrategias dadas para la calidad de la atención al cliente, con esta investigación logramos visualizar la falta de comunicación de los colaboradores hacia el cliente. Según Tigani, Daniel (2006), pág. 9, señala que el camino hacia la excelencia sólo es posible cuando la empresa se da cuenta puede desarrollarse hacia su máximo potencial. Antes de conocer que aspectos son fundamentales para la satisfacción a las demandas de los clientes, debemos preguntarnos: ¿Cuánto de lo que un cliente compra es producto y cuanto es servicio? Con esta pregunta no llegamos a una respuesta simple, por ejemplo, ¿Qué compra la gente en Mc Donald's? el pan, la carne, la gaseosa y todo ellos se puede conseguir libremente en cualquier tienda, pero lo que marca la diferencia es que nadie lo sirve como ellos. La rapidez, limpieza, sonrisas y un si para nuestro pedido es lo que hace que paguemos con gusto. ¿Qué conclusión sacamos de esto? No es solo un pan con hamburguesa, es la atención que te brindan. Respecto al tipo de investigación es de carácter: Descriptiva e inductiva, no experimental y transversal como se especifica en el punto 2.1 de la presente investigación. Con lo que respecta a nuestra población de la empresa está constituida por 37 colaboradores y la muestra está constituida por 37 personas esto debido a que nuestros colaboradores son menos a 50 y por ello se toma a todos de muestra. Dada toda la evaluación decidimos proponer la implementación de la herramienta del PHVA, porque gracias a esta herramienta tenemos la oportunidad de combatir los problemas que se han presentado en el área del servicio al cliente; ya que lo que se tiene por objetivo es poder darle una verdadera atención de calidad del servicio brindado al cliente, y a su vez que este sea cómplice de nuestra mejora continua.

En la actual investigación realizada, de la calidad de servicio al cliente dado por la empresa Sigdelo SA. Pizza Hut -La Marina- Lima, 2019 llegamos a la siguiente conclusión: Encontramos que había demasiado desorden en el tema de la atención al cliente, y esto generaba una extensión del tiempo promedio dado por la empresa, a su vez existía mucha distracción de los colaboradores encargados de la atención y mucho desconocimiento de los platos de la carta. Luego de evaluar las distintas herramientas que se podían usar para mejorar la calidad de atención al cliente se propuso el PHVA el cual nos ayudara a identificar el desorden que existe en las actividades.

**Palabras clave:** Calidad del Servicio, Fiabilidad, Sensibilidad, Seguridad, Empatía.

## Abstract

This present investigation was carried out due to the disorder that was generated by the bad strategies given for the quality of customer service, with this investigation we managed to visualize the lack of communication of the collaborators towards the client. According to Tigani, Daniel (2006), page 9, points out that the path to excellence is only possible when the company realizes it can develop towards its maximum potential. Before knowing what aspects are essential for satisfying customer demands, we must ask ourselves: ¿How much of what a customer buys is a product and how much is a service? With this question we don't come up with a simple answer, for example, what do people buy at Mc Donald's? Bread, meat, soda and all of them can be freely obtained in any store, but what makes the difference is that nobody serves it like them. The speed, cleanliness, smiles and a yes for our order is what makes us pay with pleasure. What conclusion do we draw from this? It's not just a bread with a hamburger, it's the attention they give you. Regarding the type of research it is of a character: Descriptive and inductive, non-experimental and transversal as specified in section 2.1 of the present investigation. With regard to our population of the company is constituted by 37 collaborators and the sample is constituted by 37 people this because our collaborators are less than 50 and for that reason everyone is taken from the sample. Given all the evaluation we decided to propose the implementation of the PHVA tool, because thanks to this tool we have the opportunity to combat the problems that have arisen in the area of customer service; Since what is intended is to be able to give a true attention to the quality of the service provided to the client, and in turn that this is complicit in our continuous improvement.

In the current investigation, of the quality of customer service given by the company Sigdelo SA. Pizza Hut -La Marina- Lima, 2019 we reached the following conclusion: We found that there was too much disorder in the subject of customer service, and this generated an extension of the average time given by the company, in turn there was much distraction from the employees in charge of the attention and much ignorance of the dishes of the menu. After evaluating the different tools that could be used to improve the quality of customer service, the PHVA was proposed, which will help us identify the disorder that exists in the activities given by the collaborators.

Keywords: Service Quality, Reliability, Sensitivity, Security, Empathy.

## **I. Introducción**

### **1.1 Realidad de la Problemática**

Actualmente es muy difícil hablar de calidad de servicio al cliente, mayormente las organizaciones no le dan la importancia debida al cliente. ¿Es de gran importancia ofrecer un excelente servicio? Claro que sí. Es importante ofrecer un buen servicio, porque puede hacer la diferencia en cualquier empresa u organización. Es la razón por la cual el cliente se incline hacia tu empresa u negocio, teniendo así cantidad de competidores.

Según Tigani, Daniel (2006), pág. 9, señala que el camino hacia la excelencia sólo es posible cuando la empresa se da cuenta puede desarrollarse hacia su máximo potencial. Antes de conocer que aspectos son fundamentales para la satisfacción a las demandas de los clientes, debemos preguntarnos: ¿Cuánto de lo que un cliente compra es producto y cuanto es servicio? Con esta pregunta no llegamos a una respuesta simple, por ejemplo, ¿Qué compra la gente en Mc Donald's? el pan, la carne, la gaseosa y todo ellos se puede conseguir libremente en cualquier tienda, pero lo que marca la diferencia es que nadie lo sirve como ellos. La rapidez, limpieza, sonrisas y un sí para nuestro pedido es lo que hace que paguemos con gusto. ¿Qué conclusión sacamos de esto? No es solo un pan con hamburguesa, es la atención que te brindan.

Entonces, debemos tomar en cuenta la adopción de medidas que apoyen no solo a mantener la satisfacción si no a mejorarla constantemente. Un cliente satisfecho es un cliente seguro, y este a la vez se genera como un ente comunicador de la marca, promoviendo a otros lugares, de esta manera indirectamente vas dando acogida a ser una marca o negocio líder en el rubro.

### **1.2 Antecedentes**

En estudios anteriores al presente proyecto, hemos hallado temas similares al estudiado. A continuación, se citan algunos casos relacionados, que resaltan la importancia que tiene las empresas de servicios, el desarrollo de sus colaboradores,

y desenvolvimiento en servicio al cliente para lograr mejorar en base a la calidad de servicio.

### **1.2.1 Nacional**

**Regalado Pezúa, Otto (2015)**, nos dice si el cliente se encuentra acostumbrado a que lo atiendan bien, y sin querer este cliente se convierte en un auditor de este servicio, como también puede ser un crítico. Este cliente, ahora, que cada vez sea atendido, recordará sus anteriores experiencias y la comparará en ese momento.

Ahora como el cliente sin querer se vuelve un auditor, como se había mencionado anteriormente, este cliente exigirá que el nivel del servicio supere sus expectativas. Por eso es muy importante cuidar la interacción con el cliente, porque es el primer impacto que refleja el cliente de la organización.

**Mesones y Saldaña (2014)**, utilizo como un instrumento la encuesta para así evaluar la calidad de servicio brindada a lo largo de las relaciones comerciales, mediante 5 dimensiones importante la Capacidad de respuesta, Tangibilidad, Garantía de Seguridad Patrimonial, Empatía y Fiabilidad en servicio brindado. Para así comprender si el cliente está satisfecho con la prestación de servicio que se brindó.

**Vela y Zavalete (2014)**, explican que la calidad de servicio es definida como un gran aporte entre las necesidad y expectativas de los clientes y si se logra cumplir con este contrato elaborado por ambas partes, se lograra así un gran desempeño en las instalaciones. ya que es un punto clave en el servicio que se brinda.

**Castañeda, Yasmil y Echeverria, José (2018)**, nos comenta que la fiabilidad brindada a sus clientes es primordial porque influye principalmente en calidad de servicio en un restaurante. Los elementos tangibles como también las instalaciones, la vestimenta de los colaboradores y los materiales de buena calidad, encontrarse en buen estado. La demora en la atención afecta la calidad de servicio, la seguridad también es muy importante para que se sientan cómodos y tranquilos los clientes. La empatía afecta significativamente en la calidad de servicio mediante la atención del

colaborador, cuando las expectativas del cliente se cumplen logramos una buena recomendación.

### **1.2.2 Internacional**

**Tigani, D (2006)**, nos dice si las empresas u organizaciones no consiguen liderar en innovación y los costos de los colaboradores no compiten con los de otras empresas, se tiene que crear un plan estratégico para mejorar el servicio y generar mayor demandad en satisfacción y fidelización al cliente.

**Reyes (2014)**, manifiesta que la calidad de servicio se obtiene cuando se cumple con las expectativas del cliente. Dando así una rentabilidad estable y una captación de clientes moderada, de acuerdo con los planes y estrategias para facilitar calidad de servicio eficiente.

**Tigani, D (2006)**, nos dice, ¿Cree usted que el autoservicio sea un servicio excelente?, no es cierto, porque el auto-servicio tiene buena excusa para no atender al público y optimizar el personal.

**Abad y Pincay (2014)**, define calidad de servicio brindada, es el punto principal en la satisfacción del cliente, ya que al momento de brindar una calidad de servicio eficiente a los clientes externos e internos se tendrá resultados de acuerdo con las metas trazadas en el contrato realizado por la empresa.

**Tigani, D (2006)**, nos dice, ¿Se puede obtener un excelente servicio?, si se puede siempre y cuando hayamos superado las expectativas del cliente, esto se logra cuando los colaboradores se encuentran bien capacitados y con muy buena actitud para desempeñarse en el servicio.

### **1.3 Teorías Relacionadas al tema**

Quintero Morantes, Johana Paola (2016), nos habla sobre la Teoría Jesús Alberto Viveros Pérez: Jesús Viveros nos habla de 13 principios de la calidad, con estos principios él plantea una pauta para saber si se otorga calidad en los productos o servicios que se ofertan. Muchas personas en distintas ocasiones piensan que no se le ofrece un servicio o productos de buena calidad y no es así es por ello por lo que Viveros no señala ello en sus 13 principios.

#### **Principios de Jesús Viveros:**

- Hacer bien las cosas desde la primera vez

- Cumplir las necesidades del cliente
- Buscar soluciones y no justificar errores
- Optimista
- Comunicación efectiva
- Ser oportuno en el cumplimiento de las tareas
- Puntualidad
- Colaborar con amabilidad con sus compañeros de equipo de trabajo
- Aprender a reconocer nuestros errores y procurar enmendarlos
- Ser humilde para aprender y enseñar a otros
- Ordenado y organizado con las herramientas y el equipo de trabajo
- Responsable y generar confianza en los demás
- Minimizar lo complicado, desburocratizando procesos

Sejzer, Raul (2015), nos habla sobre Trilogía de Joseph Juran: El experto en calidad Joseph Juran propuso un correcto manejo de la gestión de calidad basada en trilogía de procesos, hoy en día es una de las más usada por la industria.

#### **Trilogía de Juran:**

- a) La Planificación de Calidad: La planificación se basa en realizar lo que el cliente precisa, de acuerdo a un producto o al servicio.
- b) Control de Calidad: Es quien suministra los estándares de calidad que se utilizarán para la inspección.
- c) Mejora de la Calidad: Generalmente se origina con la detección de errores. Captar anomalías y revelar su origen, permite encontrar una oportunidad de mejora del proceso.

Matsumoto Nishizawa, Reina; (2014), nos habla sobre el modelo Servqual, el cual reúne 5 dimensiones para evaluar la calidad de servicio:

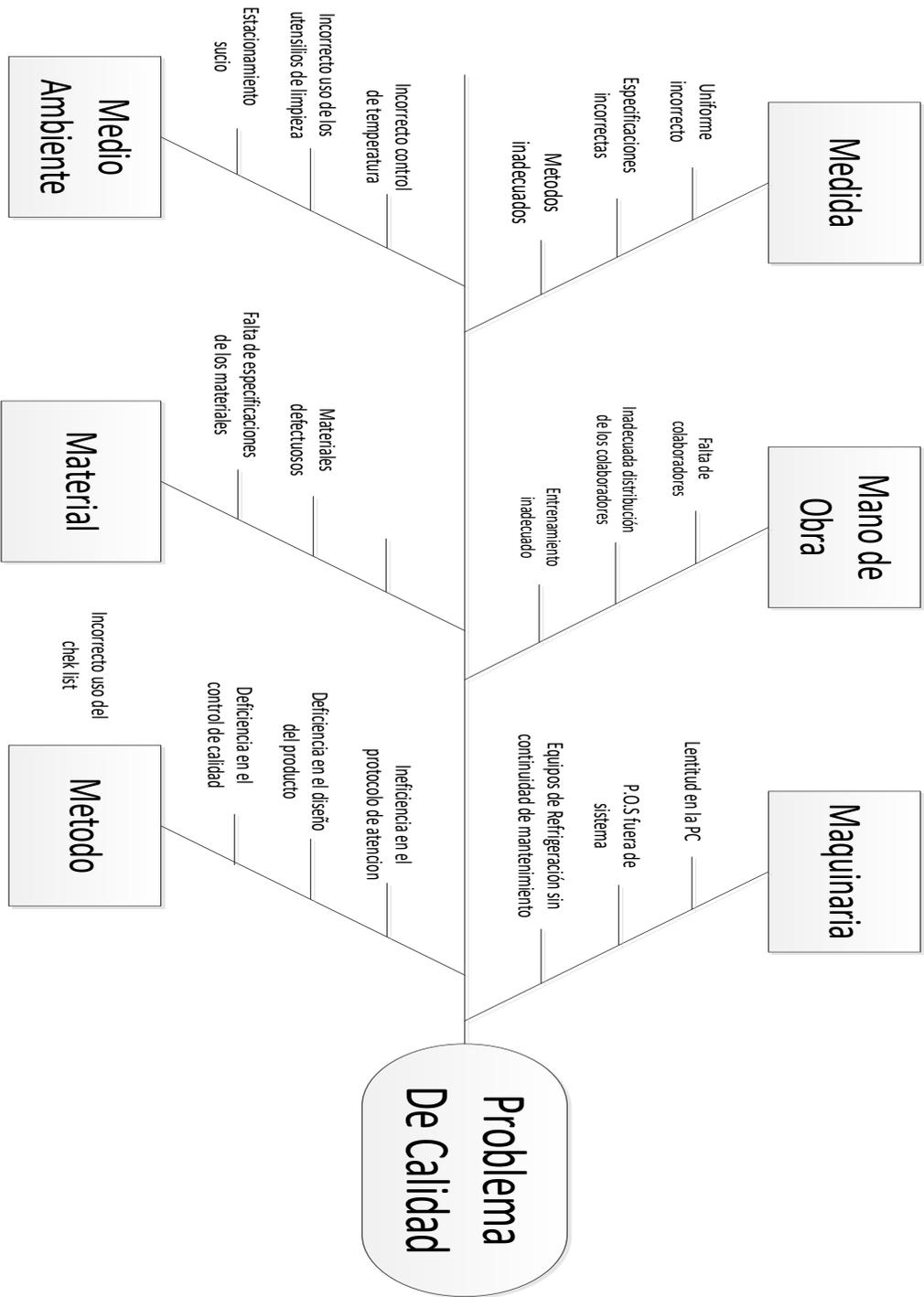
- 1. Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con lo propuesto, sobre entregas, suministro del servicio, solución de anomalías y colocación de precios.
- 2. Sensibilidad:** Facilidad para apoyar al usuario y prestarles un servicio efectivo y adecuado. Va dirigido a la atención y prontitud al resolver las solicitudes, responder inquietudes y reclamos de clientes, y solucionar problemas.

3. **Seguridad:** Conocimiento, seguridad de los empleados y habilidades para inspirar confianza y/o credibilidad.
4. **Empatía:** Atención individualizada que brindan las organizaciones a sus clientes. Se debe dar a conocer por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente.
5. **Elementos tangibles:** Estructura e instalaciones físicas (infraestructura, equipos, materiales y personal).

# 1.4 Formulación del Problema

Modelo Ishikawa

Figura N°1 Modelo de Ishikawa

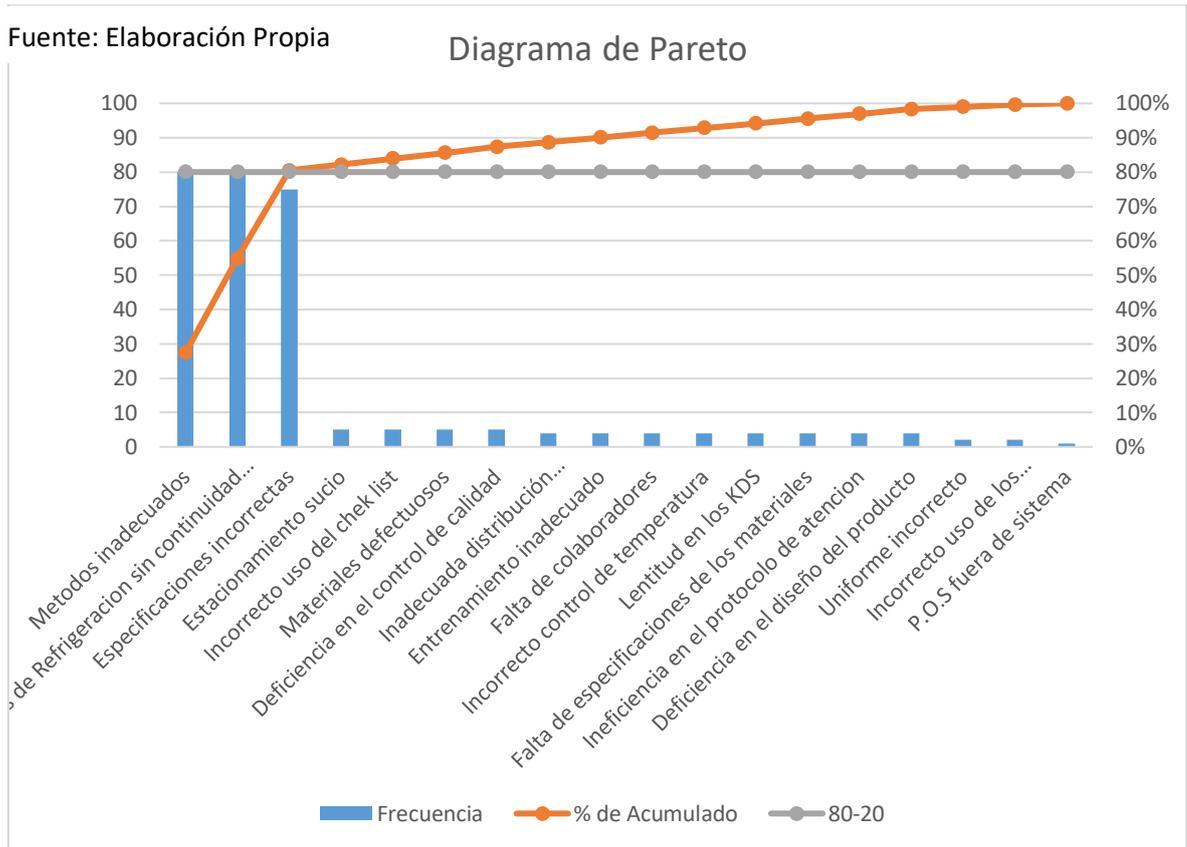


## Pareto

Tabla N°1: Modelo de Pareto

Causas	Frecuencia	Acumulado	% Acumulado
Métodos inadecuados	80	80	27%
Equipos de Refrigeración sin continuidad de mantenimiento	80	160	55%
Especificaciones incorrectas	75	235	80%
Estacionamiento sucio	5	240	82%
Incorrecto uso del chek list	5	245	84%
Materiales defectuosos	5	250	86%
Deficiencia en el control de calidad	5	255	87%
Inadecuada distribución de los colaboradores	4	259	89%
Entrenamiento inadecuado	4	263	90%
Falta de colaboradores	4	267	91%
Incorrecto control de temperatura	4	271	93%
Lentitud en los KDS	4	275	94%
Falta de especificaciones de los materiales	4	279	96%
Ineficiencia en el protocolo de atención	4	283	97%
Deficiencia en el diseño del producto	4	287	98%
Uniforme incorrecto	2	289	99%
Incorrecto uso de los utensilios de limpieza	2	291	100%
P.O.S fuera de sistema	1	292	100%

Figura N°2 Diagrama de Pareto



Interpretación de la figura N°2: Este diagrama fue utilizado para poder identificar las causas con mayor índice de frecuencia, y de esta manera enfocarnos en ellas.

#### 1.4.1 Problema General

¿Cómo la propuesta del PHVA mejora la calidad de Servicio al cliente en la empresa Sigdelo SA. Pizza Hut -La Marina- Lima, 2019?

#### 1.4.2 Problema Especifico

¿Cómo la propuesta del modelo de Servqual mejora la calidad de Servicio al cliente en la empresa Sigdelo Sigdelo SA. Pizza Hut -La Marina- Lima, 2019?

### 1.5 Justificación de la investigación

#### 1.5.1 Justificación Social

Este Trabajo de Investigación tendrá un impacto social positivo en el sector de restaurantes los resultados permitirán a la empresa Sigdelo SA. Pizza Hut -La Marina- Lima, 2019 mejorar sus niveles de ventas y establecer una mejor cultura de

trabajo la cual generará un crecimiento acelerado de la misma y a su vez dará pie a la generación de más puestos de trabajo.

#### 1.5.2 Justificación Económica

El proyecto de investigación tiene como finalidad de mejorar su nivel de venta y calidad de servicio al cliente.

#### 1.5.3 Justificación Teórica

El presente estudio de investigación se tomó como bases de investigación de otros autores de la misma temática, por lo que servirá como antecedentes para otras posibles investigaciones relacionadas con el tema o referidos a la misma.

### **1.6 Hipótesis**

#### 1.6.1 Hipótesis General

La propuesta del PHVA mejorara la calidad de Servicio al cliente en la empresa Sigdelo SA. Pizza Hut -La Marina- Lima, 2019.

#### 1.6.2 Hipótesis Especifica

La propuesta del modelo de Servqual mejorara la calidad de Servicio al cliente en la empresa Sigdelo SA. Pizza Hut -La Marina- Lima, 2019.

### **1.7 Objetivos**

#### 1.7.1 General

Describir la propuesta del PHVA para mejorar la calidad de Servicio al cliente en la empresa Sigdelo SA. Pizza Hut -La Marina- Lima, 2019.

#### 1.7.2 Especifica

Analizar la propuesta del modelo de Servqual para mejorar la calidad de Servicio al cliente en la empresa Sigdelo SA. Pizza Hut -La Marina- Lima, 2019.

## **II Método**

### **2.1. Tipo de Estudio**

Respecto al tipo de investigación es:

- **Descriptiva:** Se definió y se describió el proceder de la variable que está relacionada con expectativas y captaciones de los clientes en la empresa. Esta investigación nos permitió comprobar características de la variable, los fenómenos estudiados, las causas y sus efectos.
- **Inductiva:** Ya obteniendo estos resultados en el cuestionario, estudió la situación del nivel de calidad del servicio, se ha propuesto mejoras.

Esta investigación es tipo:

**No experimental**

No experimental, porque se basa fundamentalmente en la observación. Se observan todas las situaciones y sucesos de las diferentes variables que no son controladas.

**Transversal**

De tipo transversal, porque se fija en comparar determinadas situaciones y características en distintos sujetos en el momento establecido. Se utilizan para analizar la información obtenida mediante las encuestas que se realizan.

**2.2. Operacionalización de las variables**

Tabla N°2 Matriz de Operacionalización

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Preguntas	Instrumento
Calidad de Servicio al cliente	<p><b>Castañeda, Yasmil y Echeverria, José (2018)</b>, nos comenta que la fiabilidad brindada a sus clientes es primordial porque influye principalmente en la calidad de servicio de un restaurante.</p>	Fiabilidad	Interés	Cuando el cliente tiene un problema, muestras un sincero interés en resolverlo	Encuesta Observación
			Cumple	La empresa cumple con las normas establecidas	
			Insiste	La empresa insiste en los registros	

				libres de error	
			Cumple	La empresa cumple con el protocolo con los colaboradores nuevos	
			Cumple	La empresa cumple con el mantenimiento del local	
		Sensibilidad	Contribuye	La empresa contribuye en proporcionar la información que solicita el cliente	Encuesta Observación
			Ofrece	La empresa ofrece un servicio rápido y de calidad	
			Cumplen	Los colaboradores de la empresa cumplen el protocolo al existir un libro de reclamación	
			Pendiente	Los colaboradores deben estar constantemente pendiente al cliente	

			Respaldo	El colaborador de la empresa cuenta con un respaldo en el caso de su ausencia	
		Seguridad	Señales	Existen Señales de Evacuación en el restaurante	Encuesta Observación
			Seguridad	Se cuenta con un miembro de seguridad para la tranquilidad del cliente	
			Accidente	Ocurren accidentes con frecuencia	
			Cumple	La empresa cumple con la capacitación total de los colaboradores en casos de sismos	
			Interviene	En caso de un sismo, interviene de forma proactiva para la evacuación de los clientes	
		Empatía	Atención	Realizas una atención	Encuesta Observación

				personaliza da a los clientes	
			Motivación	Interactúas con el cliente para motivarlo a mejorar su estado de animo	
			Empático	Eres empático con el cliente y compañeros	
			Seguimiento	Das un seguimiento al pedido para una mejor satisfacción del cliente	
			Cumple	La empresa cumple con un horario factible para cualquier tipo de cliente (Niños, Adolescentes o Adultos)	
		Elementos Tangibles	Renueva	La empresa renueva las maquinarias para una mejor atención al cliente	Encuesta Observación

			Cuenta	La empresa cuenta con el mensaje necesario para los clientes	
			Encuentra	El mensaje se encuentra en buen estado	
			Cumple	La empresa cumple con mantener limpio el estacionamiento	
			Cumple	La empresa cumple con el horario de llegada de los proveedores	

Interpretación de la Tabla N°2: Esta tabla nos ayuda a identificar nuestra variable, dimensiones, preguntas e instrumentos utilizados en la investigación.

Este modelo Servqual une 5 dimensiones para evaluar la calidad del servicio (ZEITHAML, BITNER y GREMLER, 2009):

**Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con lo propuesto, sobre entregas, suministro del servicio, solución de anomalías y colocación de precios.

**Sensibilidad:** Facilidad para apoyar al usuario y prestarles un servicio efectivo y adecuado. Va dirigido a la atención y prontitud al resolver las solicitudes, responder inquietudes y reclamos de clientes, y solucionar problemas.

**Seguridad:** Conocimiento, seguridad de los empleados y habilidades para inspirar confianza y/o credibilidad.

Empatía: Atención individualizada que brindan las organizaciones a sus clientes. Se debe dar a conocer por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente.

Elementos tangibles: Estructura e instalaciones físicas (infraestructura, equipos, materiales y personal).

### CUESTIONARIO

Estimado Colaborador:

Este cuestionario tiene como finalidad recepcionar las apreciaciones de acuerdo al Servicio en esta labor pedagógica. Esto nos permitirá proponer sugerencias para apoyar a solucionar las dificultades sin respuestas en su centro laboral. Le agradecemos de antemano su gentil colaboración, respondiendo **las preguntas** del cuestionario con una **X** o un **✓**

### ESCALA VALORATIVA

CÓDIGO	CATEGORÍA
S	Siempre
Cs	Casi siempre
Av	A veces
Cn	Casi nunca
N	Nunca

Tabla N°3 Encuesta

V <sub>1</sub> : Calidad de Servicio al Cliente						
N°	Fiabilidad	S	Cs	Av	Cn	N
1	Cuando el cliente tiene un problema, muestras un sincero interés en resolverlo					
2	La empresa cumple con las normas establecidas					
3	La empresa insiste en los registros libres de error					

4	La empresa cumple con el protocolo con los colaboradores nuevos					
5	La empresa cumple con el mantenimiento del local					
<b>Sensibilidad</b>		<b>S</b>	<b>Cs</b>	<b>Av</b>	<b>Cn</b>	<b>N</b>
6	La empresa contribuye en proporcionar la información que solicita el cliente					
7	La empresa ofrece un servicio rápido y de calidad					
8	Los colaboradores de la empresa cumplen el protocolo al existir un libro de reclamación					
9	Los colaboradores deben estar constantemente pendiente al cliente					
10	El colaborador de la empresa cuenta con un respaldo en el caso de su ausencia					
<b>Seguridad</b>		<b>S</b>	<b>Cs</b>	<b>Av</b>	<b>Cn</b>	<b>N</b>
11	Existen Señales de Evacuación en el restaurante					
12	Se cuenta con un miembro de seguridad para la tranquilidad del cliente					
13	Ocurren accidentes con frecuencia					
14	La empresa cumple con la capacitación total de los colaboradores en casos de sismos					
15	En caso de un sismo, intervienes de forma proactiva para la evacuación de los clientes					
<b>Empatía</b>		<b>S</b>	<b>Cs</b>	<b>Av</b>	<b>Cn</b>	<b>N</b>
16	Realizas una atención personalizada a los clientes					
17	Interactúas con el cliente para motivarlo a mejorar su estado de animo					

18	Eres empático con el cliente y compañeros					
19	Das un seguimiento al pedido para una mejor satisfacción del cliente					
20	La empresa cumple con un horario factible para cualquier tipo de cliente (Niños, Adolescentes o Adultos)					
<b>Elementos Tangibles</b>		<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>AV</b>	<b>CN</b>	<b>N</b>
21	La empresa renueva las maquinarias para una mejor atención al cliente					
22	La empresa cuenta con el menaje necesario para los clientes					
23	El menaje se encuentra en buen estado					
24	La empresa cumple con mantener limpio el estacionamiento					
25	La empresa cumple con el horario de llegada de los proveedores					

Interpretación Tabla N°3: En esta tabla podemos visualizar las preguntas realizadas a los colaboradores en base a las 5 dimensiones.

### 2.3. Población, muestra

Según Suarez Gil, Patricio (2011), señala a la población como grupo de “individuos”, se refiere nuestra incógnita de estudio o respecto a lo que se pretende terminar algo. Y la muestra es una parte de dicha población que sirve para obtener la parte de una realidad que debe examinarse para hacer inferencias sobre lo que procede. La población de la empresa está constituida por 37 colaboradores y la muestra está constituida por 37 personas según el detalle mostrado en los siguientes cuadros:

Tabla N°4 Población y muestra de la empresa N=37, n=37

<b>Tienda</b>	<b>Total</b>
Gerente de Tienda	1
Asistente Gerencial	2
Entrenador	3
Miembro de Equipo	2

Part-time experto	29
Total	37

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°4: En esta tabla se detalla la población de la tienda, la población de la tienda está constituida por N=37, con respecto a la muestra se tomó toda la población debido a que la población es menor a 50 personas por lo que nuestra muestra es de n=37.

#### **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Las técnicas para utilizar en la investigación fueron las encuestas, la guía de observación y nuestra muestra no probabilística por conveniencia.

##### **Encuesta:**

En esta investigación se utilizará la técnica de acuerdo a preguntas que se aplicarán en colaboradores con el cual se va a desarrollar el estudio con la finalidad de obtener datos estadísticos de las opiniones que tienen sobre el servicio de calidad que brinda la empresa. En este estudio la técnica operada para dar un valor agregado a calidad que se le brinda utilizamos la escala de Likert, nos permitirá clasificar los hechos de un elemento con el otro, en función a los criterios.

##### **Guía de observación:**

En la investigación se desarrollará esta técnica que permite la ejecución del manual del área de servicio para analizar diferentes procesos en Sigdelo SA. Pizza Hut -La Marina- Lima, 2019.

#### **2.5. Métodos de análisis de datos.**

Con la finalidad de revelar y extraer información para esta investigación con el objeto de estudio, utilizarán como instrumentos las entrevistas y observación. Las técnicas empleadas servirán para complementar el estudio asegurando la investigación completa y detallada. Estas herramientas serán explicadas brevemente con la finalidad de tener una visión más amplia del funcionamiento de los instrumentos.

**Entrevista:**

Estas tienen como propósito conocer la visión de cada colaborador al realizar la operación. Esta se realiza de forma personal con el fin de alcanzar la información lo más detallada, así mismo se tomará en consideración esta variable en estudio.

**Observación:**

A través de esta observación se analizará los procesos llevados a cabo en las instalaciones, como también se observarán detalladamente los procedimientos realizados por el colaborador operativo. ¿El fin de este instrumento es determinar el que?, ¿cómo?, ¿quién?, ¿dónde?, ¿cuándo? y por qué se hacen determinadas operaciones.

**2.6. Aspectos éticos**

Los investigadores se comprometen a respetar la veracidad de los resultados, respeto por la propiedad intelectual, respeto por las convicciones políticas, religiosas y morales; respeto por el medio ambiente y la biodiversidad; responsabilidad social, política, jurídica y ética; respeto por la privacidad; proteger la identidad de los colaboradores que participan en el estudio; honestidad, etc.

**III Resultados****3.1. Antecedentes de la empresa**

La organización donde se desarrolló el estudio está enmarcada en el rubro de comida rápida (Fast Food), cuya actividad principal es la realización de pizzas, pastas, postres y bebidas. Sus principales competidores en el rubro son Papa Jhon's, Dominos, Pizza Raúl entre otros.

**Reseña Histórica**

Pizza Hut inició en 1958, por los estudiantes de Wichita (Kansas), los hermanos Dan y Frank Carney y su amigo John Bender colocaron su propio restaurante. En 1983 se abre el primer Pizza Hut en el Perú teniendo una gran acogida es por ello por lo que en 1992 se abre el primer Pizza Hut Delivery en el Perú.

Después de haberse posicionado en el mercado de una manera significativa en el año 2002 se abre Pizza Hut en provincias de esta manera se expandió la marca por casi todo el Perú,

Actualmente cuenta con 89 locales en Perú en completo funcionamiento y con más de 150000 restaurantes a nivel mundial.

Tabla N°5 Detalles Sociales de la empresa

RUC	20153045021
Razón Social	Sigdelo SA
Tipo de Empresa	Sociedad Anónima
Condición	Activo
Dirección	Avenida la Marina 2201- San Miguel
Dpto.	Lima
Prov.	Lima
Dist.	San Miguel

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación de la Tabla N°5: En esta tabla se detalla todo registro público de la empresa Sigdelo SA.

### Principales Proveedores

Para llevar a cabo una buena relación con variados de sus clientes la empresa debe tener en cuenta los proveedores confiables que cumplan con los objetivo y metas de la empresa. Se presenta una lista de proveedores.

Tabla N°6 Principales Proveedores

Proveedores	Productos.
<b>Trupal</b>	Cajas.
<b>Phoenix</b>	Frutas y Verduras.
<b>Palmosa</b>	Vasos Descartables.
<b>Alicorp</b>	Harina.
<b>Backus</b>	Cervezas.
<b>Diversey</b>	Químicos.
<b>Bread</b>	Salchicha Alemana.
<b>Cerdeña</b>	Jamón y Tocino.
<b>Frutero</b>	Pulpas.

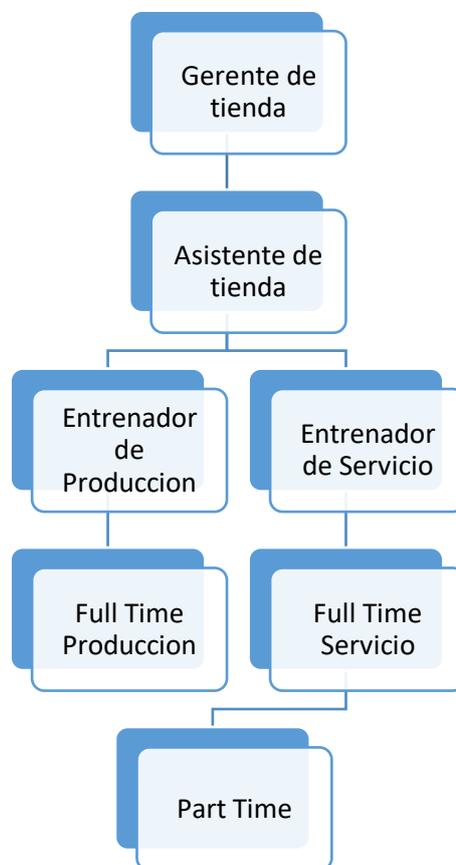
<b>Cocina Central (Ransa Fabrica)</b>	Salsas, Azúcar y Pepperoni.
<b>Naturale</b>	Chicha
<b>Campo</b>	Azúcar Blanca
<b>Elite</b>	Servilletas
<b>Bakery</b>	Pan al Ajo
<b>Cocinero</b>	Aceite
<b>Lindley</b>	Jarabes, Gaseosa, Agua y Dispensadores
<b>Intipalca</b>	Vino

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°6, en esta tabla detallamos los principales proveedores y los productos que abastece a la empresa.

### 3.2. Diagnóstico de la empresa

Figura N°3 Organigrama Funcional de la Empresa Sigdelo SA. Pizza Hut -La Marina- Lima, 2019



Interpretación de la Figura N°3: En esta figura se puede ver la línea de carrera de la empresa (Organigrama).

### **Funciones del Área de Servicio**

Esta área está destinada para tener contacto directo con el invitado, ya que se encarga de tomarle sus datos, mostrarle las distintas variedades de pizzas, pastas, bebidas que quiera consumir como de igual manera informar de las promociones con las que cuenta el establecimiento y de esta manera hacer pasar un grato momento a los invitados alrededor de una mesa.

### **Entrenador de Servicio**

Tiene la responsabilidad de observar y capacitar a los colaboradores para un excelente desenvolvimiento ante el invita, de tal manera realizar las actividades con las precauciones debidas ya que manejan objetos de vidrio y punzocortantes.

### **Gerente de Tienda**

Tiene la responsabilidad de supervisar las labores de todos los colaboradores y de ser necesario ayudar a desarrollar las actividades para mejorar la atención en la estadía del invitado.

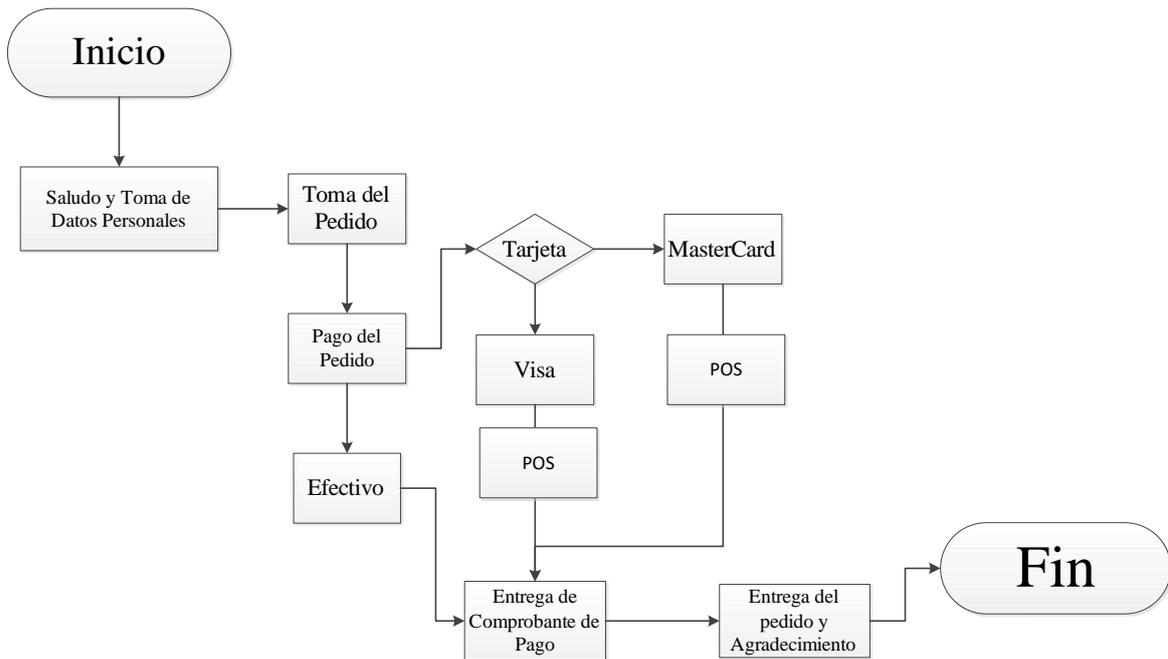
## **3.3. Diagnóstico y Análisis de la Situación Actual**

Se explicarán procesos que se llevan a cabo para la recepción del pedido del cliente, a continuación, le detallaremos los pasos para desarrollar la actividad:

### **Descripción del proceso para realizar un pedido para llevar**

Se le da la bienvenida al cliente al establecimiento y lo invitamos a acercarse a la caja para la obtención de los datos, seguidamente se le muestra la carta de los pedidos para llevar, inmediatamente se codifica su pedido en el sistema y se le cobra y se le consulta si cancelara en efectivo o con tarjeta, en el caso de ser tarjeta se le consulta si lo hará con Visa o MasterCard y en caso de ser en efectivo se procede con el cobro correspondiente, se le entrega su boleta o factura de pago y se le informa al cliente que hay un tiempo de espera (12 minutos) para la realización de su pedido, al salir el pedido se le llama por su nombre se le pide la boleta de compra para la corroboración de la orden, finalmente se le consulta si deseara orégano y ají se le proporciona y se le agradece por su preferencia.

Figura N°4 Diagrama de Flujo (Pedidos para llevar)



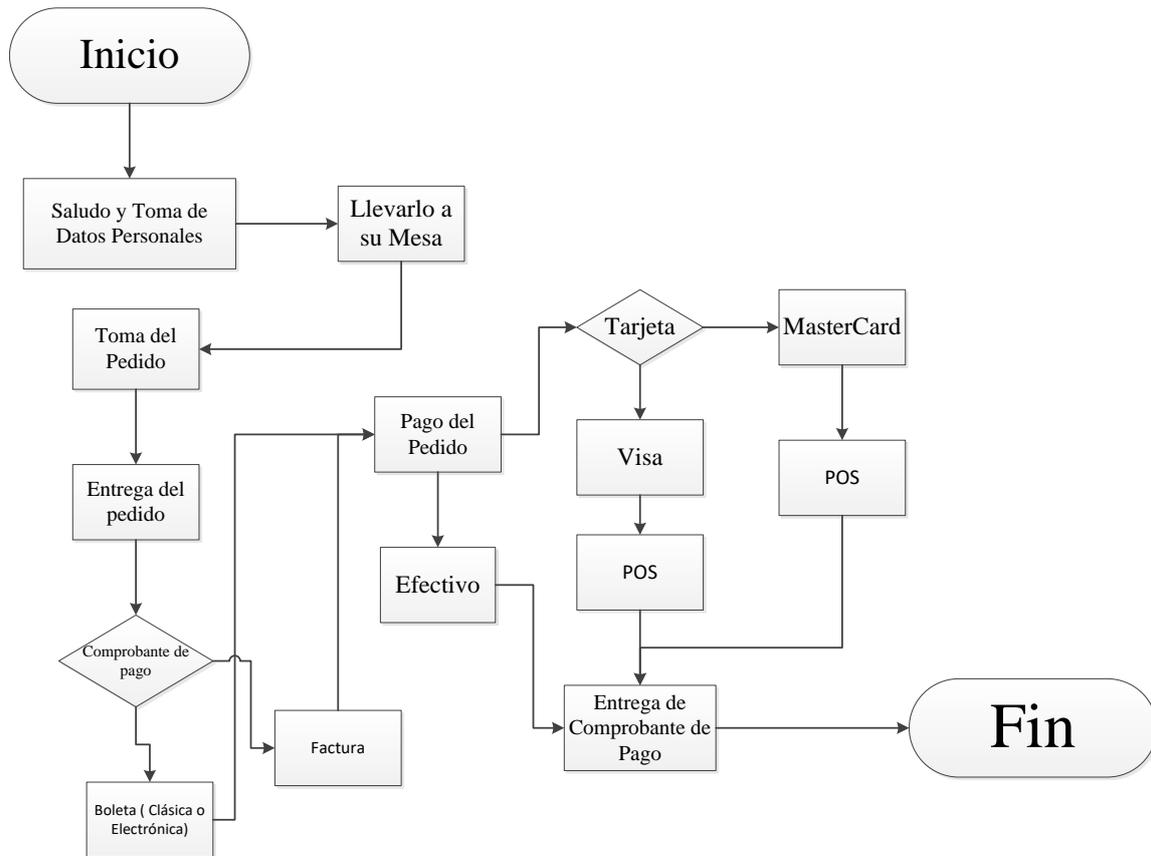
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación de la Figura N°4: En esta figura se visualiza como la empresa Recepciona una orden del pedido para llevar.

### Descripción del proceso para realizar un pedido y comer en el restaurante

Se le da la bienvenida al cliente al establecimiento y lo invitamos a acercarse a la caja para la obtención de los datos personales, seguidamente se le consulta mesa para cuantas personas desea y se le invita a pasar al área del restaurante sugiriéndole una mesa para su mayor comodidad, se le asigna un mesero para una atención personalizada el cual se encargara de tomarle el pedido y de resolver sus dudas, después de haber tomado el pedido se le informa al cliente que hay un tiempo de espera (12 minutos aproximadamente) para la realización de su pedido, al salir el pedido se les invita a disfrutar del plato y si es necesarios dar pequeñas indicaciones (Pastas Calientes) para una buena estadía, finalmente al pedido de la cuenta se le lleva la cuenta y se le pregunta al cliente si desea boleta o factura en el caso que desee boleta se le consulta si la desea clásica o electrónica de ser electrónica se le pide su documento nacional de identidad (DNI) y de ser factura se le pide los datos de la persona con la que será emitida la factura y RUC de la empresa, inmediatamente después se le consulta si cancelara en efectivo o con tarjeta, en el caso de ser tarjeta se le consulta si lo hará con Visa o MasterCard y en caso de ser en efectivo se procede con el cobro correspondiente y se le agradece por su preferencia.

Figura N°5 Diagrama de Flujo (Pedido en el Restaurante)



Interpretación de la Figura N°5: En esta figura se visualiza como la empresa decepciona una orden del pedido en el restaurante.

### 3.4. Análisis de la matriz FODA

#### 3.4.1 Fortaleza

- Marca Transnacional, muy reconocida en nuestro país.
- Cuenta con un gran equipo de trabajo, a los cuales se les capacita constantemente.
- Esta tienda está ubicada en una zona factible a la vista ya que se encuentra en la Avenida La Marina.
- Excelente local de acogida.
- Buenas promociones.
- Cuenta con un estacionamiento amplio.

#### 3.4.2 Oportunidades

- Cuentan con muy buenos convenios para las distintas promociones (Movistar Prix)
- Cuenta con tiendas aledañas a la zona.

- Cuenta con seguridad en todo el horario de atención (Agencia G4S)

#### 3.4.3 Debilidades

- Retraso en la preparación del pedido.
- Mal uso de utensilios para los pedidos del To go.
- Demora en la limpieza de las mesas.

#### 3.4.4 Amenazas

- Presencia de otras trasnacionales como Papa Jhon´s, Domino´s Pizza y las demás pizzerías locales como la Pizza Raúl, Telepizza, La Romana., distritos de Pueblo Libre y San Miguel.
- Existencias en otros locales de comida rápida, como Bambos, Mc Donald´s, Chili´s, Pollerías, entre otros.
- La crisis financiera, optimiza el poder adquisitivo de los consumidores.

### **3.5. Acciones o Medidas de Mejora.**

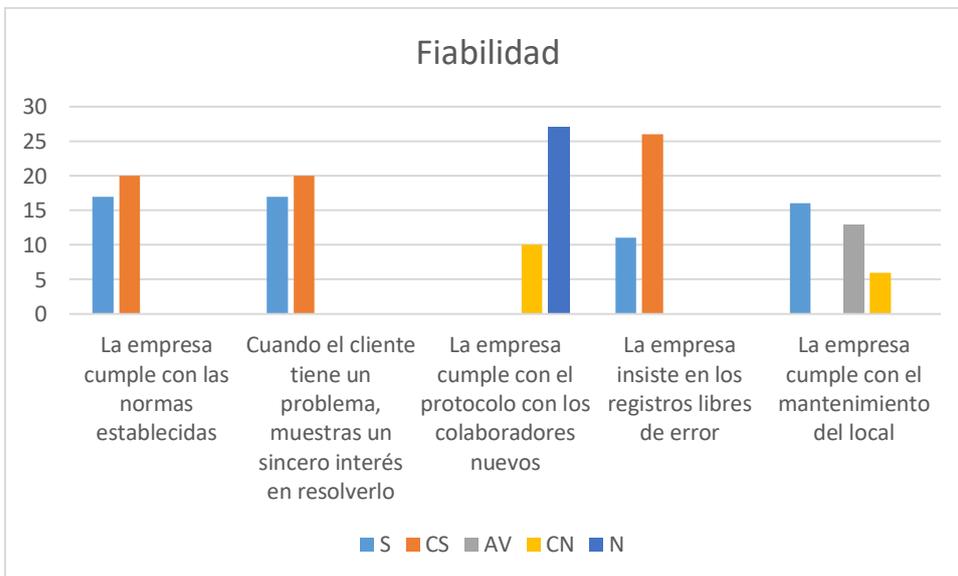
- Capacitación permanente al personal nuevo u antiguo, para mejorar el servicio.
- Mejorar infraestructura del local, hacerlo más llamativo.
- Crear nuevas ofertas para el público en general.
- Mejorar los tiempos para la elaboración y entrega de los pedidos mediante la herramienta del PHVA.

## Resultados de la encuesta

Tabla N°7 Fiabilidad

N°	Fiabilidad	S	CS	AV	CN	N
1	La empresa cumple con las normas establecidas	17	20			
2	Cuando el cliente tiene un problema, muestras un sincero interés en resolverlo	17	20			
3	La empresa cumple con el protocolo con los colaboradores nuevos				10	27
4	La empresa insiste en los registros libres de error	11	26			
5	La empresa cumple con el mantenimiento del local	16		13	6	

Figura N°6 Fiabilidad

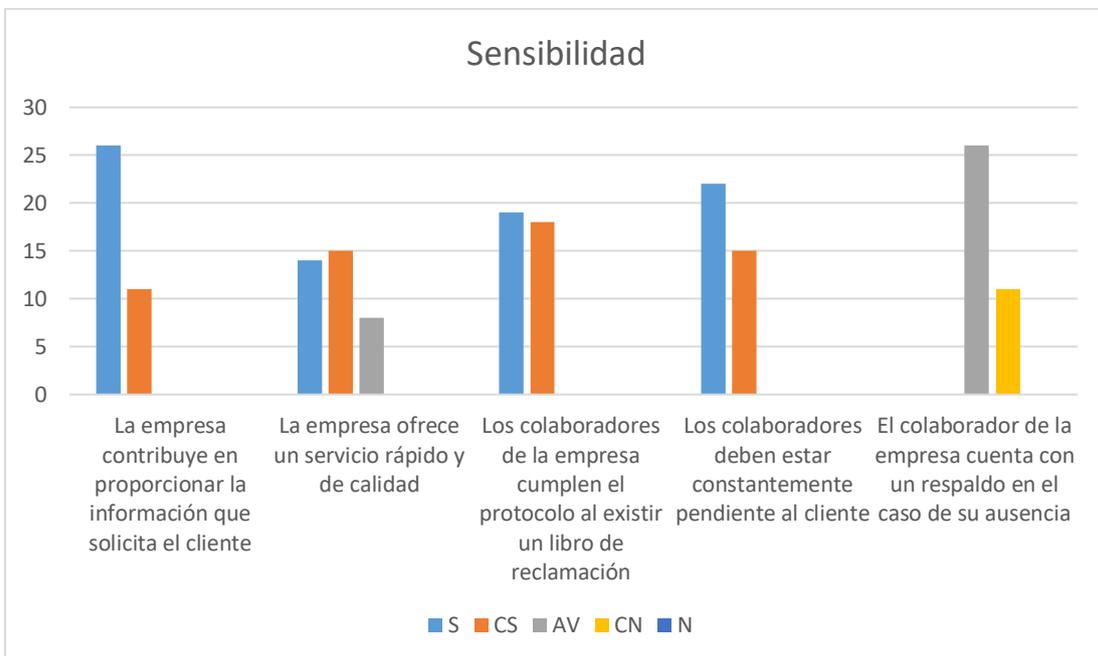


Interpretación de la Figura N°6: En la figura se detallan los resultados en base a la encuesta realizada.

Tabla N°8 Sensibilidad

N°	Sensibilidad	S	CS	AV	CN	N
6	La empresa contribuye en proporcionar la información que solicita el cliente	26	11			
7	La empresa ofrece un servicio rápido y de calidad	14	15	8		
8	Los colaboradores de la empresa cumplen el protocolo al existir un libro de reclamación	19	18			
9	Los colaboradores deben estar constantemente pendiente al cliente	22	15			
10	El colaborador de la empresa cuenta con un respaldo en el caso de su ausencia			26	11	

Figura N°7 Sensibilidad

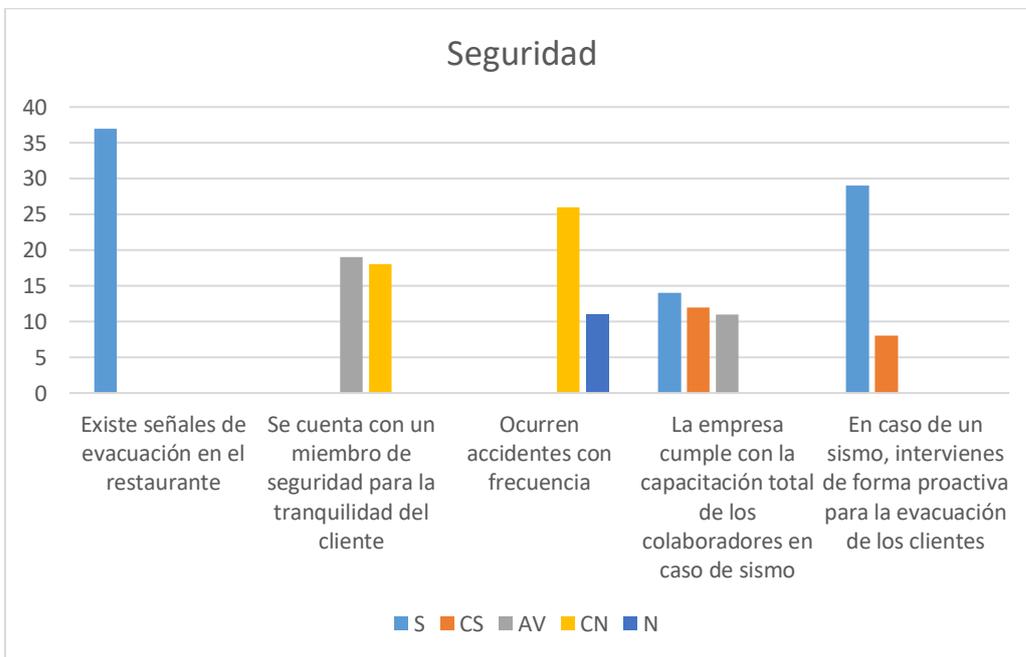


Interpretación de la Figura N°7: En la figura se pueden ver los resultados en base a encuesta realizada.

Tabla N°9 Seguridad

N°	Seguridad	S	CS	AV	CN	N
11	Existe señales de evacuación en el restaurante	37				
12	Se cuenta con un miembro de seguridad para la tranquilidad del cliente			19	18	
13	Ocurren accidentes con frecuencia				26	11
14	La empresa cumple con la capacitación total de los colaboradores en caso de sismo	14	12	11		
15	En caso de un sismo, intervienes de forma proactiva para la evacuación de los clientes	29	8			

Figura N°8 Seguridad

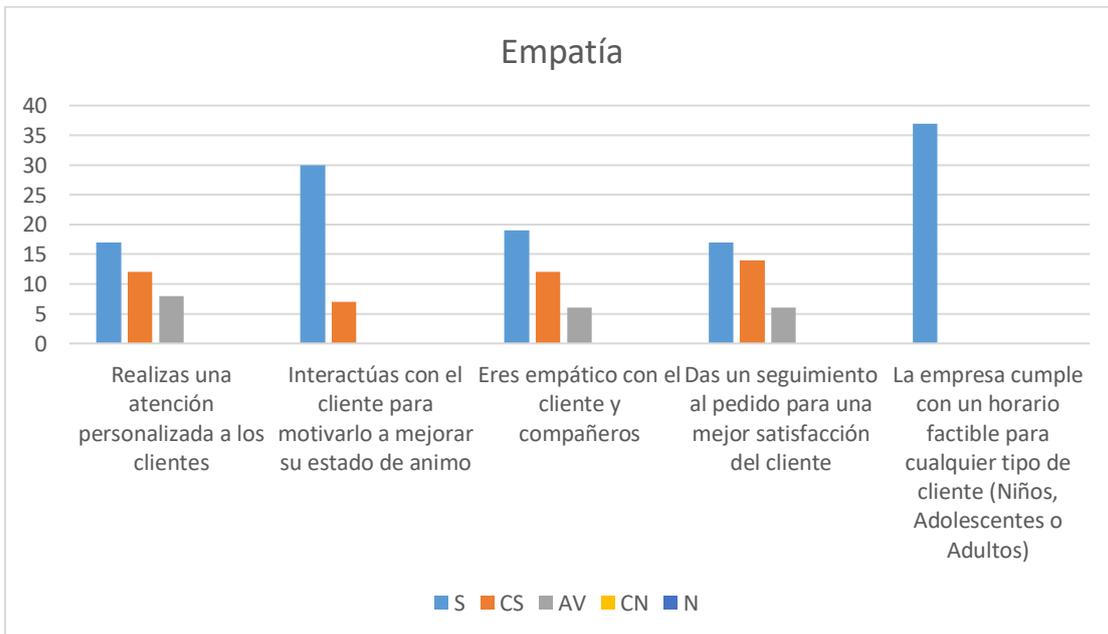


Interpretación de la Figura N°8: En la figura se presentan los resultados en base a la encuesta realizada.

Tabla N°10 Empatía

N°	Empatía	S	CS	AV	CN	N
16	Realizas una atención personalizada a los clientes	17	12	8		
17	Interactúas con el cliente para motivarlo a mejorar su estado de animo	30	7			
18	Eres empático con el cliente y compañeros	19	12	6		
19	Das un seguimiento al pedido para una mejor satisfacción del cliente	17	14	6		
20	La empresa cumple con un horario factible para cualquier tipo de cliente (Niños, Adolescentes o Adultos)	37				

Figura N°9 Empatía

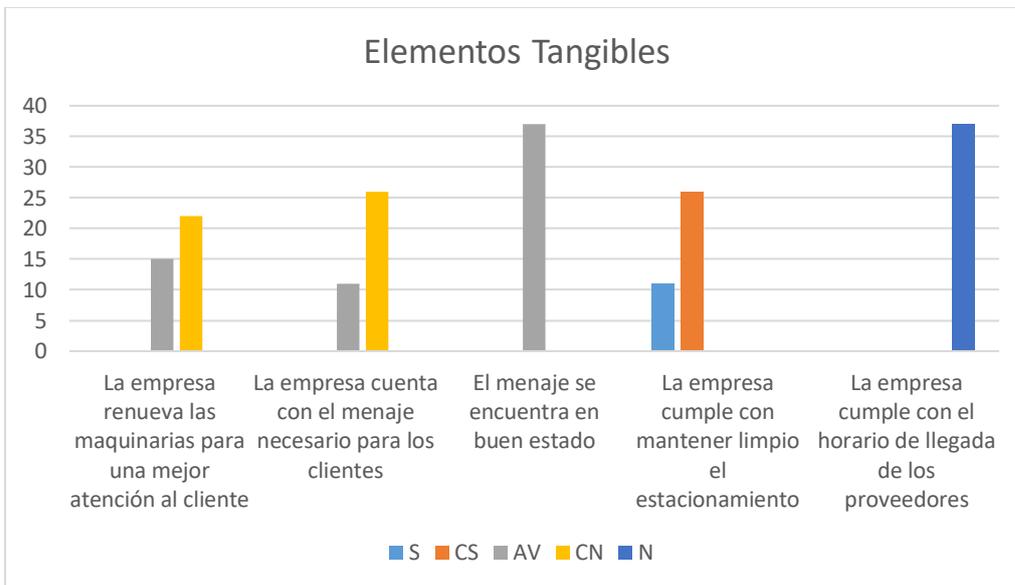


Interpretación de la Figura N°9: En la figura se detallan los resultados en base a la encuesta realizada.

Tabla N°11 Elementos Tangibles

N°	Elementos Tangibles	S	CS	AV	CN	N
21	La empresa renueva las maquinarias para una mejor atención al cliente			15	22	
22	La empresa cuenta con el menaje necesario para los clientes			11	26	
23	El menaje se encuentra en buen estado			37		
24	La empresa cumple con mantener limpio el estacionamiento	11	26			
25	La empresa cumple con el horario de llegada de los proveedores					37

Figura N°10 Elementos Tangibles



Interpretación de la Figura N°10: En la figura se detallan los resultados en base a encuesta realizada.

### **3.6. Planeación y organización del proyecto del PHVA y Modelo de Servqual**

Esta etapa comienza en definir las áreas a implementar, las fases y tareas a desarrollar, como el tiempo, los responsables y los recursos necesarios para el desarrollo de la herramienta. Para implementar esta herramienta fue necesario incluir con el apoyo y compromiso del gerente de tienda, el gerente de área. El área donde se dio la propuesta es la de servicio al cliente. Para desarrollar la herramienta de PHVA, primero se deberá concientizar a los colaboradores sobre lo importante y útil que es esta herramienta, luego garantizar la mejora del servicio al cliente, finalmente se deberá definir las responsabilidades específicas de cada colaborador para una mejor satisfacción, de igual manera el modelo de Servqual nos ayuda a definir los objetivos que nos queremos plantear de acuerdo a sus dimensiones.

### **3.7. Impacto de la propuesta de implementación del PHVA y Modelo de Servqual**

Con la implementación de la herramienta del PHVA, tenemos la oportunidad de combatir los problemas que se han presentado en el área del servicio al cliente, ya que lo que se tiene por objetivo es poder darle una verdadera atención de calidad del servicio brindado al invitado, y a su vez que este sea cómplice de nuestra mejora continua, de igual manera el modelo de Servqual definió nuestras dimensiones para obtener las preguntas de la encuesta la cual sirve para dar validez a la implementación de la herramienta. Ya implementada la herramienta tenemos por objetivo hacer las mejoras, parte de su protocolo de la empresa y de esta manera implementarlas a su manual de atención al cliente, al mismo tiempo mejorar el entrenamiento de los colaboradores nuevos y de esta manera poder optimizar el tiempo de aprendizaje.

### **3.8. Evaluación Económica**

Esta es la parte más importante del proyecto y es de definir los costos de la implementación de esta herramienta, sin embargo, esta propuesta también tiene resultados económicos positivos, así como la empresa y sus colaboradores.

Tabla N°12 Evaluación de Costos

			Realización de la infraestructura y del material inductivo.	Implementación del PHVA	Seguimiento de la Implementación		
ETAP A	TIPO DE GASTO	ACTIVIDAD	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	TOTAL
	Administrativo	Implementación de un ambiente para las capacitaciones	S/1000	-	-	-	S/1000
	Capacitación	Concientización del PHVA	-	S/55	S/60	S/65	S/180
	Implementación	Publicación	-	-	-	S/100	S/100
	Sub total		S/1000	S/55	S/60	S/165	S/1280
			Total	S/1280			

Costo de la implementación			
Colaboradores participantes	Horas de capacitación	Cantidad	Costo total
11 colaboradores	2 hora	4 meses	S/.1280

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°12: En esta tabla detallamos nuestra propuesta para la implementación del PHVA.

#### **IV. Discusión**

**Regalado Pezúa, Otto (2015)**, nos dice si el cliente se encuentra acostumbrado a que lo atiendan bien, y sin querer este cliente se convierte en un auditor de este servicio, como también puede ser un crítico. Este cliente, ahora, que cada vez sea atendido, recordará sus anteriores experiencias y la comparará en ese momento.

Ahora como el cliente sin querer se vuelve un auditor, como se había mencionado anteriormente, este cliente exigirá que el nivel del servicio supere sus expectativas. Por eso es muy importante cuidar la interacción con el cliente, porque de gran importancia la impresión que capta el cliente.

- Por nuestra parte en base a la encuestas y entrevistas que se hicieron la empresa debe aplicar acciones de mejora continua en los colaboradores mediante nuestra herramienta propuesta (PHVA) y nuestro modelo de Servqual para que de esta manera se dé un excelente servicio de calidad al cliente.

**Tigani, D (2006)**, nos dice si las empresas u organizaciones no consiguen liderar en innovación y los costos de los colaboradores no compiten con los de otras empresas, se tiene que crear un plan estratégico para mejorar el servicio y generar mayor demanda en satisfacción y fidelización al cliente.

- Por nuestra parte con la herramienta del PHVA lograremos hacer una planificación nueva y tomar medidas preventivas para no incurrir en los mismos errores de esta manera se podrá generar un mejor ámbito laboral y mejorará la trata hacia el cliente como también se incrementará los niveles de venta.

**Vela y Zavalete (2014)**, explican que la calidad de servicio es definida como un gran aporte entre las necesidad y expectativas de los clientes, y si se logra cumplir con este contrato elaborado por ambas partes, se lograra así un gran desempeño en las instalaciones. ya que es un punto clave en el servicio que se brinda.

- Por nuestra parte con el modelo de Servqual nos ayudó a poder concientizar a los colaboradores de la importancia que tiene poder fidelizar a un cliente, ya que gracias a ello la empresa genera más puestos de trabajo, ganancias y fidelidad del cliente.

## **V. Conclusiones**

Esta investigación realizada, de calidad de servicio al cliente dado por la empresa Sigdelo SA. Pizza Hut -La Marina- Lima, 2019 llegamos a la siguiente conclusión:

Primero:

Encontramos que había demasiado desorden en el tema de la atención al cliente, y esto generaba una extensión del tiempo promedio dado por la empresa, a su vez existía mucha distracción de los colaboradores encargados de la atención y mucho desconocimiento de los platos de la carta por lo que se utilizó el modelo de Servqual para analizar las causas.

Segundo:

Luego de evaluar las distintas herramientas que se podían usar para mejorar en calidad de atención al cliente se propuso ciclo PHVA, nos ayudará a mejorar el desorden que existe en las actividades dadas por los colaboradores.

## **VI. Recomendaciones**

Reconocimientos que el investigador considera necesario:

Luego del diagnóstico realizado gracias al modelo de Servqual, recomendamos contar con un ambiente para la realización de capacitaciones de los colaboradores, esto ayudará a los colaboradores a brindar un excelente servicio de calidad al cliente. También, se identificarán las inconformidades en menor tiempo mejorando la agilidad y fluidez en los pedidos, finalmente, evaluara de manera genérica el área de producción para agilizar las labores en cuanto al pedido del cliente. Se recomienda utilizar la herramienta del PHVA, con respecto a la facilidad con la que se desarrolló, como también, por el bajo costo que representa su uso. Además, apoya al colaborador a identificarse con la organización participando desde la etapa inicial hasta la innovación. También, se puede desarrollar en otras áreas de la empresa y en otras tiendas.

## Referencias

- TIGANI, Daniel (2006), “Excelencia en el Servicio”, Santiago de Chile
- REGALADO PEZUA, Otto (2015), “El Impacto del buen servicio”, Monterey
- CASTAÑEDA, Yasmil; ECHEVARRIA, José (2018), “Calidad de Servicio para mejorar la Satisfacción del cliente en el restaurante el cántaro- Lambayeque”, Perú
- Quintero Morantes, Johana Paola (2016), “Calidad de la empresa”
- Sejzer, Raul (2015), “Calidad Total”
- Matsumoto Nishizawa, Reina; (2014) “Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto”
- ZEITHAML, Valarie; BITNER, Mary Jo y GREMLER, Dwayne (2009), “Modelo de Servqual”
- SUAREZ GIL, Patricio (2011), Población de Estudio y Muestra
- BENITEZ M. (2016), Propuesta de una estrategia de calidad para la mejora del servicio de atención primaria en clínicas de salud, Arequipa
- GAUCHI RISSO, Verónica (2017), Estudio de los métodos de investigación y técnicas de recolección de datos utilizados en la bibliotecología y ciencia de la información, España
- ABAD, M. y Pincay D. Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de Gestión de calidad en una empresa de seguros GUAYAQUIL. Tesis (Título de Ingeniería Comercial Mención Marketing) Guayaquil, Universidad Politécnica Salesiana, 2014, 140 p.
  
- ARCINIEGAS, J. y MEJIAS, A. Percepción de la calidad de los servicios prestados por la universidad militar nueva granada con base escala Servqualing, con análisis factorial y análisis de regresión múltiple. SCIELO PERU [en línea], 2017, No.1.
- <[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2219-71682017000100003](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682017000100003)> [2019, 18 de septiembre]
  
- ARIAS, J., VILLASIS, MA. y MIRANDA, MG. El protocolo de investigación III: la población de estudio. REVISTA ALERGIA MEXICO [en línea], 2016, No.2.
- <<http://revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/view/181/309>> [2019, 22 de noviembre].
- ARRUE Flores, Jorge. Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de osiptel Loreto desde la percepción del usuario periodo junio a setiembre de 2014. San Juan Bautista. Tesis (Maestría en Gestión pública) Universidad Nacional de la Amazonia Peruana , 2014, 109 p.
- BASANTES Córdova, Silvia. Modelo de Gestión administrativa y de la calidad de servicio al cliente en el gobierno autónomo descentralizada municipalidad de Ambato. Tesis (Título de Ingeniería de empresas) Ambato, Universidad técnica de Ambato, 2014, 171 p.

## Anexos

### Anexo N°1 Instrumento de experto 1

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Calidad de Servicio al Cliente

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>Fiabilidad</b>							
1	La empresa cumple con las normas establecidas	✓		✓		✓		
2	Cuando el cliente tiene un problema, muestras un sincero interés en resolverlo	✓		✓		✓		
3	La empresa cumple con el protocolo con los colaboradores nuevos	✓		✓		✓		
4	La empresa insiste en los registros libres de error	✓		✓		✓		
5	La empresa cumple con el mantenimiento del local	✓		✓		✓		
	<b>Sensibilidad</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
6	La empresa contribuye en proporcionar la información que solicita el cliente	✓		✓		✓		
7	La empresa ofrece un servicio rápido y de calidad	✓		✓		✓		
8	Los colaboradores de la empresa cumplen el protocolo al existir un libro de reclamación	✓		✓		✓		
9	Los colaboradores deben estar constantemente pendiente al cliente	✓		✓		✓		
10	El colaborador de la empresa cuenta con un respaldo en el caso de su ausencia	✓		✓		✓		
	<b>Seguridad</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
11	Existe límites de confianza con el cliente	✓		✓		✓		
12	Se cuenta con un miembro de seguridad para la tranquilidad del cliente	✓		✓		✓		
13	Muestran cortesía al dirigirse con un cliente	✓		✓		✓		
14	La empresa cumple con la capacitación total de los colaboradores	✓		✓		✓		
15	En caso de un sismo, intervienes de forma proactiva para la evacuación de los clientes	✓		✓		✓		
	<b>Empatía</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
16	Realizas una atención personalizada a los clientes	✓		✓		✓		
17	Interactúas con el cliente para motivarlo a mejorar su estado de animo	✓		✓		✓		

Fuente: Elaboración propia

18	Eres empático con el cliente y compañeros	✓		✓		✓	
19	Das un seguimiento al pedido para una mejor satisfacción del cliente	✓		✓		✓	
20	La empresa cumple con un horario factible para cualquier tipo de cliente (Niños, Adolescentes o Adultos)	✓		✓		✓	
<b>Elementos Tangibles</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
21	La empresa renueva las maquinarias para una mejor atención al cliente	✓		✓		✓	
22	La empresa cuenta con el menaje necesario para los clientes	✓		✓		✓	
23	El menaje se encuentra en buen estado	✓		✓		✓	
24	La empresa cumple con mantener limpio el estacionamiento	✓		✓		✓	
25	La empresa cumple con el horario de llegada de los proveedores	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [X]**    **Aplicable después de corregir [ ]**    **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: Dr. Luis Alberto Valdivia Sanchez

Especialidad del validador: Ingeniero Industrial

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Fecha: 12/11/2019

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
Firma del Experto Informante.

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°2 Instrumento de experto 2

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Calidad de Servicio al Cliente

Nº	DIMENSIONES / items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>Fiabilidad</b>							
1	La empresa cumple con las normas establecidas	✓		✓		✓		
2	Cuando el cliente tiene un problema, muestras un sincero interés en resolverlo	✓		✓		✓		
3	La empresa cumple con el protocolo con los colaboradores nuevos	✓		✓		✓		
4	La empresa insiste en los registros libres de error	✓		✓		✓		
5	La empresa cumple con el mantenimiento del local	✓		✓		✓		
	<b>Sensibilidad</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
6	La empresa contribuye en proporcionar la información que solicita el cliente	✓		✓		✓		
7	La empresa ofrece un servicio rápido y de calidad	✓		✓		✓		
8	Los colaboradores de la empresa cumplen el protocolo al existir un libro de reclamación	✓		✓		✓		
9	Los colaboradores deben estar constantemente pendiente al cliente	✓		✓		✓		
10	El colaborador de la empresa cuenta con un respaldo en el caso de su ausencia	✓		✓		✓		
	<b>Seguridad</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
11	Existe límites de confianza con el cliente	✓		✓		✓		
12	Se cuenta con un miembro de seguridad para la tranquilidad del cliente	✓		✓		✓		
13	Muestran cortesía al dirigirse con un cliente	✓		✓		✓		
14	La empresa cumple con la capacitación total de los colaboradores	✓		✓		✓		
15	En caso de un sismo, intervienes de forma proactiva para la evacuación de los clientes	✓		✓		✓		
	<b>Empatía</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
16	Realizas una atención personalizada a los clientes	✓		✓		✓		
17	Interactúas con el cliente para motivarlo a mejorar su estado de animo	✓		✓		✓		

Fuente: Elaboración propia

18	Eres empático con el cliente y compañeros	✓		✓		✓	
19	Das un seguimiento al pedido para una mejor satisfacción del cliente	✓		✓		✓	
20	La empresa cumple con un horario factible para cualquier tipo de cliente (Niños, Adolescentes o Adultos)	✓		✓		✓	
<b>Elementos Tangibles</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
21	La empresa renueva las maquinarias para una mejor atención al cliente	✓		✓		✓	
22	La empresa cuenta con el menaje necesario para los clientes	✓		✓		✓	
23	El menaje se encuentra en buen estado	✓		✓		✓	
24	La empresa cumple con mantener limpio el estacionamiento	✓		✓		✓	
25	La empresa cumple con el horario de llegada de los proveedores	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [X]**    **Aplicable después de corregir [ ]**    **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador, Dr./ Mg: CORTEGA ZAVALA DANIEL

Especialidad del validador: INGENIERO INDUSTRIAL

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Fecha: 13/11/19

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
 Firma del Experto Informante.

Fuente: Elaboración propia

### Anexo N°3 Instrumento de experto 3

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Calidad de Servicio al Cliente								
Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Fiabilidad</b>								
1	La empresa cumple con las normas establecidas	✓		✓		✓		
2	Cuando el cliente tiene un problema, muestras un sincero interés en resolverlo	✓		✓		✓		
3	La empresa cumple con el protocolo con los colaboradores nuevos	✓		✓		✓		
4	La empresa insiste en los registros libres de error	✓		✓		✓		
5	La empresa cumple con el mantenimiento del local	✓		✓		✓		
<b>Sensibilidad</b>								
6	La empresa contribuye en proporcionar la información que solicita el cliente	✓		✓		✓		
7	La empresa ofrece un servicio rápido y de calidad	✓		✓		✓		
8	Los colaboradores de la empresa cumplen el protocolo al existir un libro de reclamación	✓		✓		✓		
9	Los colaboradores deben estar constantemente pendiente al cliente	✓		✓		✓		
10	El colaborador de la empresa cuenta con un respaldo en el caso de su ausencia	✓		✓		✓		
<b>Seguridad</b>								
11	Existe límites de confianza con el cliente	✓		✓		✓		
12	Se cuenta con un miembro de seguridad para la tranquilidad del cliente	✓		✓		✓		
13	Muestran cortesía al dirigirse con un cliente	✓		✓		✓		
14	La empresa cumple con la capacitación total de los colaboradores	✓		✓		✓		
15	En caso de un sismo, intervienes de forma proactiva para la evacuación de los clientes	✓		✓		✓		
<b>Empatía</b>								
16	Realizas una atención personalizada a los clientes	✓		✓		✓		
17	Interactúas con el cliente para motivarlo a mejorar su estado de animo	✓		✓		✓		

Fuente: Elaboración propia

18	Eres empático con el cliente y compañeros	✓		✓		✓	
19	Das un seguimiento al pedido para una mejor satisfacción del cliente	✓		✓		✓	
20	La empresa cumple con un horario factible para cualquier tipo de cliente (Niños, Adolescentes o Adultos)	✓		✓		✓	
<b>Elementos Tangibles</b>		SI	No	SI	No	SI	No
21	La empresa renueva las maquinarias para una mejor atención al cliente	✓		✓		✓	
22	La empresa cuenta con el menaje necesario para los clientes	✓		✓		✓	
23	El menaje se encuentra en buen estado	✓		✓		✓	
24	La empresa cumple con mantener limpio el estacionamiento	✓		✓		✓	
25	La empresa cumple con el horario de llegada de los proveedores	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable ]   Aplicable después de corregir [ ]   No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg: Linares Sanchez Guillermo Gilberto

Especialidad del validador: Ingeniero Administrativo

Fecha: 18/11/19

\*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

\*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

\*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
Firma del Experto informante.

Fuente: Elaboración propia

#### Anexo N°4 Encuesta

Se utilizó esta encuesta para evaluar a nuestra muestra de 37 colaboradores de la empresa Sigdelo SA. Pizza Hut – La Marina, en base a los aspectos de fiabilidad, sensibilidad, seguridad y empatía.

CÓDIGO	CATEGORÍA
S	Siempre
Cs	Casi siempre
Av	A veces
Cn	Casi nunca
N	Nunca

V1: Calidad de Servicio al Cliente						
N°	Fiabilidad	S	Cs	Av	Cn	N
1	Cuando el cliente tiene un problema, muestras un sincero interés en resolverlo					
2	La empresa cumple con las normas establecidas					
3	La empresa insiste en los registros libres de error					
4	La empresa cumple con el protocolo con los colaboradores nuevos					
5	La empresa cumple con el mantenimiento del local					

<b>Sensibilidad</b>		<b>S</b>	<b>Cs</b>	<b>Av</b>	<b>Cn</b>	<b>N</b>
6	La empresa contribuye en proporcionar la información que solicita el cliente					
7	La empresa ofrece un servicio rápido y de calidad					
8	Los colaboradores de la empresa cumplen el protocolo al existir un libro de reclamación					
9	Los colaboradores deben estar constantemente pendiente al cliente					
10	El colaborador de la empresa cuenta con un respaldo en el caso de su ausencia					
<b>Seguridad</b>		<b>S</b>	<b>Cs</b>	<b>Av</b>	<b>Cn</b>	<b>N</b>
11	Existen Señales de Evacuación en el restaurante					
12	Se cuenta con un miembro de seguridad para la tranquilidad del cliente					
13	Ocurren accidentes con frecuencia					
14	La empresa cumple con la capacitación total de los colaboradores en casos de sismos					
15	En caso de un sismo, intervienes de forma proactiva para la evacuación de los clientes					
<b>Empatía</b>		<b>S</b>	<b>Cs</b>	<b>Av</b>	<b>Cn</b>	<b>N</b>
16	Realizas una atención personalizada a los clientes					
17	Interactúas con el cliente para motivarlo a mejorar su estado de animo					
18	Eres empático con el cliente y compañeros					
19	Das un seguimiento al pedido para una mejor satisfacción del cliente					

20	La empresa cumple con un horario factible para cualquier tipo de cliente (Niños, Adolescentes o Adultos)					
<b>Elementos Tangibles</b>		<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>AV</b>	<b>CN</b>	<b>N</b>
21	La empresa renueva las maquinarias para una mejor atención al cliente					
22	La empresa cuenta con el menaje necesario para los clientes					
23	El menaje se encuentra en buen estado					
24	La empresa cumple con mantener limpio el estacionamiento					
25	La empresa cumple con el horario de llegada de los proveedores					

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°5 Evidencia del área de servicio



Fuente: Sigdelo SA.



Fuente: Sigdelo SA.

## Anexo N°6 Evidencia del área de producción



Fuente: Sigdelo SA.

Esas son las imagines de la tienda donde se realizó las investigaciones con una previa autorización de la empresa.

## Anexo N°8 Constancia de autorización del trabajo



Pizza Hut PH027- LA MARINA

21 de Octubre del 2019

Ante la solicitud presentada con anticipación y autorización nuestra:  
Yo Vallejos Palacios, Cinthia Gerenta de Tienda, por medio del presente documento les doy la autorización al Sr. Ángeles Saavedra, Diego y al Sr. Almonte Grados, Alejandro alumnos de la Universidad Cesar Vallejo Sede-Callao, a realizar las investigaciones que sean necesarias y de igual manera poder brindarles información de la empresa para su trabajo de investigación si es necesario.



Cinthia Vallejos Palacios  
Gerenta de Tienda



Cinthia Vallejos Palacios  
Gerente de tienda  
Av. La Marina 2201 PH 27 San Miguel  
Ip: 6033  
RPC : 963 760 505  
Movil : 982 091 003  
[ph27@franquiciasperu.com](mailto:ph27@franquiciasperu.com)



Fuente: Sigdelo SA.