



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Plan de mejora en el área de atención al cliente para aumentar la  
satisfacción del cliente de la cebichería San Gregorio**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**INGENIERO INDUSTRIAL**

**AUTORES:**

**Breas Carranza, Lionel Carlos (ORCID: 0000-0003-4097-7580)**

**Castro Yesquén, Juan Carlos (ORCID: 0000-0002-4020-9066)**

**ASESOR:**

**Mg. Rodríguez Alegre, Lino Rolando (ORCID: 0000-0002-9993-8087)**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**GESTIÓN EMPRESARIAL Y PRODUCTIVA**

**TRUJILLO - PERÚ**

**2021**

## DEDICATORIA

A mis Padres: Lionel y Manuela por ser un ejemplo de superación, por sus consejos, enseñanzas y sobre todo por su incansable apoyo y motivación para poder cumplir todas las metas que me he trazado.

A mis hermanas: Diana y Linda por la fortaleza que me han brindado ante cada tropiezo que he tenido y por todo el cariño en cada etapa de mi vida.

Breas Carranza, Lionel Carlos.

A mi familia, mi esposa Katherine, mis hijos Carlos Manuel y Camila quien han creído en mí siempre dándome ese aliento y siendo el motivo para seguir adelante.

A mis Padres: Juan y Blanca por haber sido mis formadores para ser la persona que soy, también a mis hermanos Hernando, Wilmer, Jaqueline y Azucena quien siempre me inspiraron a seguir adelante.

Castro Yesquén, Juan Carlos.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, a Dios por mantenernos con salud y firmeza para poder cumplir nuestras metas y objetivos que nos hemos trazado.

A nuestro asesor Mg. Ing. Lino Rodríguez Alegre por su apoyo incondicional, enseñanzas y constante motivación para poder culminar satisfactoriamente nuestro Proyecto de Investigación.

Breas Carranza, Lionel Carlos.

Castro Yesquén, Juan Carlos.

## Índice de contenido

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenido .....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA .....	12
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	12
3.2 Variables y Operacionalización.....	13
3.3 Población, muestra y muestro.....	13
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	14
3.5 Procedimientos .....	15
3.6 Método análisis de datos .....	52
3.7 Aspectos Éticos .....	52
IV. RESULTADOS.....	53
V. DISCUSIÓN .....	67
VI. CONCLUSIONES .....	69
VII. RECOMENDACIONES .....	70
REFERENCIAS .....	71
ANEXOS.....	74

## Índice de tablas

Tabla 1. Matriz de correlación.....	2
Tabla 2. Ponderación de Puntajes .....	1
Tabla 3. Estratificación de causas por áreas.....	1
Tabla 4. Criterios de Evaluación.....	2
Tabla 5. Resumen del Indicador del Nivel de Satisfacción .....	20
Tabla 6. Resumen General de Encuesta inicial .....	21
Tabla 7. Dimensión - Fiabilidad Actual.....	22
Tabla 8. Dimensión - Elementos Tangibles Actual .....	23
Tabla 9. Dimensión - Capacidad de Respuesta.....	24
Tabla 10. Dimensión - Empatía Actual.....	25
Tabla 11. Dimensión - Seguridad Actual.....	26
Tabla 12. Resumen del Promedio de las dimensiones por Cada Pregunta.....	28
Tabla 13. Causas con mayor incidencia en la satisfacción.....	29
Tabla 14. Matriz de Mejoras Propuestas .....	30
Tabla 15. Cronograma de Actividades de mejoras .....	31
Tabla 16. Presupuesto estimado de mejoras .....	31
Tabla 17. Contenido de la Capacitación en Técnicas de Atención .....	35
Tabla 18. Contenido de Capacitación en Procedimiento .....	36
Tabla 19. Cronograma de Capacitación .....	36
Tabla 20. Criterios de evaluación de Software.....	40
Tabla 21. Cumplimiento del Procedimiento propuesto.....	41
Tabla 22. Resumen de Participación en Capacitación.....	42
Tabla 23. Tiempo tomado.....	45
Tabla 24. Cuadro de Precios de Software.....	46
Tabla 25. Evaluación del Software .....	47
Tabla 26. Resumen de Nivel Satisfacción posterior a la aplicación de mejoras.....	48
Tabla 27. Impacto de la satisfacción. Comparativo Pretest y postest.....	49
Tabla 28. Flujo de Caja.....	51
Tabla 29. Pretest y postest de la dimensión: Elementos Tangibles.....	54
Tabla 30. Prueba Z. Dimensión Elementos Tangibles .....	55
Tabla 31. Pretest y postest de la dimensión: Fiabilidad .....	56
Tabla 32. Prueba Z. Dimensión Fiabilidad.....	57
Tabla 33. Pretest y postest de la dimensión: Capacidad de Respuesta.....	59
Tabla 34. Prueba Z. Capacidad de respuesta.....	60
Tabla 35. Pretest y postest de la dimensión: Seguridad .....	61
Tabla 36. Prueba Z. Dimensión Seguridad.....	62
Tabla 37. Pretest y postest de la dimensión: Empatía .....	64
Tabla 38. Prueba Z. Dimensión Empatía.....	65

## Índice de figuras

Figura 1 Diagrama de Ishikawa Bajo Nivel de Satisfacción del Cliente.....	1
Figura 2 Diagrama de Pareto de las Causas.....	1
Figura 3 Diagrama Estratificado por Áreas.....	2
Figura 4 Círculo de Deming.....	7
Figura 5 Diagrama de Ishikawa.....	8
Figura 6 Diagrama de Análisis de Pareto.....	9
Figura 7 Dimensiones SERVQUAL.....	11
Figura 8 Organigrama de la empresa.....	18
Figura 9 Mapa de procesos de la Empresa.....	19
Figura 10 Encuesta aplicada a clientes.....	20
Figura 11 Resumen % por cada dimensión.....	22
Figura 12 Dimensión Fiabilidad Actual.....	23
Figura 13. Dimensión - Elementos Tangibles.....	24
Figura 14 Dimensión - Capacidad de Respuesta.....	25
Figura 15 Dimensión - Empatía.....	26
Figura 16. Dimensión Seguridad.....	27
Figura 17 Actividades para preparar Procedimiento.....	32
Figura 18 Flujo de Procedimiento de Atención al Cliente.....	34
Figura 19 Actividades para realizar Capacitación.....	34
Figura 20 Actividades para preparar DAP.....	37
Figura 21 DAP de Actividades.....	38
Figura 22 Actividades para proponer Software.....	39
Figura 23 Muestra de Software para restaurantes.....	40
Figura 24 Comparativo del % de Ejecución del Procedimiento Propuesto.....	41
Figura 25 Cumplimiento del Procedimiento.....	42
Figura 26 Resumen de Asistencia.....	43
Figura 27 Momentos de Capacitación.....	43
Figura 28 Control de Asistencia.....	44
Figura 29 DAP de Actividades Mejorado.....	45
Figura 30 Liquidación con POS.....	46
Figura 31 Preparando Liquidación.....	47
Figura 32. Mejora de nivel de satisfacción.....	49
Figura 33. Encuesta luego de mejoras.....	50
Figura 34. Impacto de la dimensión Elementos Tangibles.....	54
Figura 35. Región aceptación-rechazo. Dimensión elementos tangibles.....	55
Figura 36. Impacto de la dimensión Fiabilidad.....	57
Figura 37. Región aceptación/rechazo. Dimensión Fiabilidad.....	58
Figura 38 Impacto de la dimensión Capacidad de Respuesta.....	59
Figura 39. Región aceptación-rechazo. Dimensión Capacidad de Respuesta.....	60
Figura 40. Impacto de la dimensión Seguridad.....	62
Figura 41. Región aceptación-rechazo. Dimensión Seguridad.....	63
Figura 42. Impacto de la dimensión Empatía.....	65
Figura 43. Región de aceptación/rechazo. Dimensión Empatía.....	66

## RESUMEN

La presente tesis titulada plan de mejora en el área de atención para aumentar la satisfacción del cliente en la cebichería San Gregorio, se realizó a fin de mejorar el nivel de satisfacción de los clientes. Por ello el objetivo general de la investigación es proponer un plan de mejora en el área de atención para aumentar la satisfacción de los clientes en la cevichera San Gregorio. Con una investigación de tipo aplicada, a nivel explicativo, un diseño pre-experimental y con un enfoque cuantitativo. La población son los clientes que solicitan pedidos a la empresa, siendo la muestra 217 clientes, se empleó la técnica de la entrevista y como instrumento el cuestionario. Luego de la implementación del plan de mejoras propuesto, basado en la metodología del círculo de Deming, se llegó a obtener un incremento de 25.7%, pasando de 61.2% y llegando a 86.9%. Por lo tanto, se concluye que el Plan de mejora en el área de atención aumenta la satisfacción de los clientes en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020 en un 25.7%

Palabras clave: Plan de mejora, nivel de satisfacción, círculo de Deming.

## ABSTRACT

This thesis entitled improvement plan in the service area to increase customer satisfaction at the San Gregorio cebichería, was carried out in order to improve the level of customer satisfaction. Therefore, the general objective of the research is to propose an improvement plan in the service area to increase customer satisfaction at the San Gregorio cevichera. With an applied research type, at an explanatory level, a pre-experimental design and with a quantitative approach. The population consists of customers who request orders from the company, the sample being 217 customers, the interview technique was used and the questionnaire was used as an instrument. After the implementation of the proposed improvement plan, based on the Deming circle methodology, an increase of 25.7% was obtained, going from 61.2% and reaching 86.9%. Therefore, it is concluded that the Improvement Plan in the service area increases customer satisfaction at the San Gregorio, TRUJILLO 2020 cevichera by 25.7%

**Keywords:** Improvement plan, satisfaction level, Deming circle.

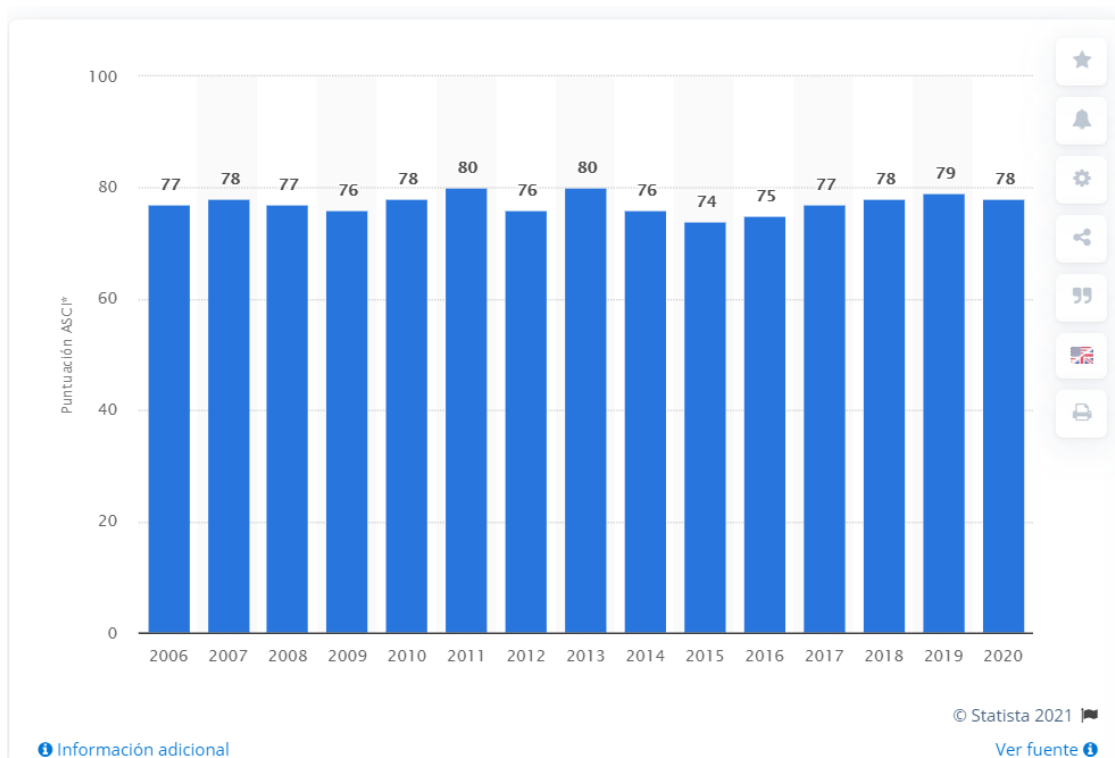


## I. INTRODUCCIÓN

Dentro de las actividades desarrolladas por las empresas, orientadas a la mejora constante de lo que ofrecen, estas se encuentran orientadas a buscar satisfacer las necesidades primordiales de sus clientes, y lograr aumentar su nivel de satisfacción, y por lo tanto continúen adquiriendo los productos que demanden.

En este contexto el sector gastronómico resalta por el deber que tiene, frente a sus clientes, de mantener satisfechos a sus clientes, como arma principal para asegurar una próxima visita y asegurar su crecimiento constante.

Así tenemos, que la cadena Starbucks, con sede en USA, reportó en un estudio de satisfacción de sus clientes, que demandan sus productos, un aproximado de 78% de satisfacción, del total de sus clientes encuestados (Estatista, 2021). En el gráfico siguiente puede observar el nivel de satisfacción desde el 2006



Fuente: (Estatista, 2021)

Es importante como esta empresa ha mantenido un nivel de satisfacción promedio y que le permite tener una clientela recurrente, que le asegura una recompra constante en el tiempo

En otro estudio realizado en la ciudad de Sonora, México, luego de aplicar encuestas en los diversos restaurantes del medio, obtuvieron un 79% de satisfacción promedio por parte de sus clientes (Cadena & Vega, 2017).

En nuestro país, según la Cámara de Comercio de Lima (CCL) el 43% de turistas llegan atraídos por la comida, sin embargo, el 50% de establecimientos que se inauguran en 3 meses cierran, porque no brindan un servicio de calidad que se adecúe al cliente. La calidad proviene desde la preparación, precio, cantidad servida en los platos, los tiempos de atención entre otros (Encinas, 2015)

Sin embargo, la gastronomía peruana enfrenta muchos retos para poder colocarla en la cima mundial, por ende, los retos se concentran en el cuidado en la manipulación de alimentos y la preservación de los recursos. (Sociedad Peruana de Gastronomía, 2013)

En la actualidad Cebichería San Gregorio, empresa dedicada al sector gastronómico, con más de 20 años en el mercado, afronta una serie de inconvenientes, que se han agudizado con la pandemia del COVID-19, entre los que podemos mencionar: los tiempos de atención de los pedidos que los clientes realizan en muchos casos se alargan; la atención que realiza el personal a los clientes, en ocasiones cuando se les pregunta por algún platillo en particular no pueden explicar en detalle el contenido, teniendo que llamar al especialista para que salve la situación. Así mismo cuando un pedido es efectuado por el cliente, este se anota en un papel, desde donde se actualiza cada vez que se requiere un platillo nuevo o cambiar algo en el pedido, al momento de liquidar, dado que toda la gestión de datos es manual, existen imprecisiones o demoras cuando esta es solicitada, ni existiendo un procedimiento documentado. Lo anteriormente indicado se agudiza en fines de semana y días festivos, en donde se tiene mayor afluencia de personas.

Los problemas detectados anteriormente definitivamente conllevan a que la satisfacción del cliente no sea de lo mejor, es por ello que aplicaremos diversas herramientas de calidad, el cual empleamos el diagrama de Ishikawa y Pareto.

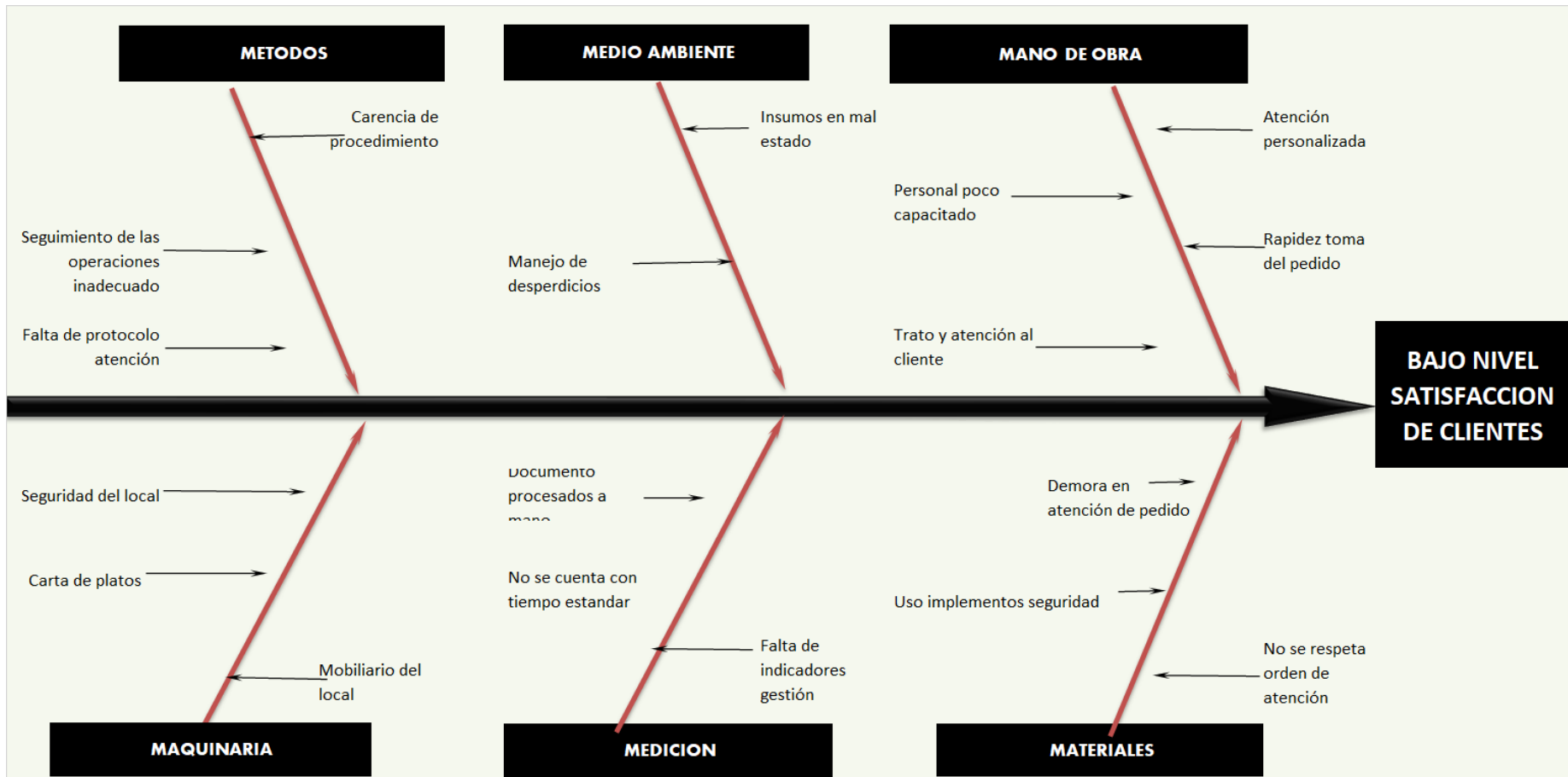


Figura 1 Diagrama de Ishikawa Bajo Nivel de Satisfacción del Cliente

Se aplicará, la técnica de Pareto, se usó la matriz de correlación que se describe a continuación.

Alta = 3, media = 2, baja = 1 y nula = 0 si no hay relación.

Tabla 1. Matriz de correlación.

Causas Bajo Nivel Satisfacción			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Total Activos	
c1	Atención personalizada	1		1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
c2	Personal nuevo sin capacitación	2	3		3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	1		44
c3	Trato y atención al cliente	3	1	0		0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	3
c4	Rapidez toma del pedido	4	0	0	0		1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4
c5	Demora en atención de pedido	5	3	2	3	3		3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	48
c6	No se respeta orden de atención	6	1	0	0	1	0		0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	5
c7	Uso implementos seguridad	7	0	0	0	0	1	0		1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4
c8	Carencia de procedimiento	8	3	3	3	3	3	3	3		3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
c9	Demora entrega Delivery	9	0	1	0	0	0	1	0	0		0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	5
c10	Falta de protocolo atención	10	0	2	0	0	1	0	0	0	0		0	1	0	0	0	0	0	0	0	4
c11	Seguridad del local	11	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0		0	0	0	0	0	0	1	0	2
c12	Carta de platos	12	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0		0	1	0	0	0	0	1	3
c13	Mobiliario del local	13	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		0	0	1	0	1		4
c14	Documento procesados a mano	14	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3		1	3	2	1		41
c15	Falta de indicadores gestión	15	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		0	0	0		2
c16	No se cuenta con tiempo estanda	16	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0		0	0		3
c17	Manejo de desperdicios	17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		0		1
c18	Insumos en mal estado	18	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0			2
			16	13	13	12	13	14	13	8	14	11	13	14	13	13	10	14	14	10		

Fuente: Elaboración propia.

Para mejorar el estudio aplicamos la técnica de Pareto, para ello realizamos la Matriz de priorización de causas, donde se entrevistó a los involucrados en el proceso.

Tabla 2. Ponderación de Puntajes

Causa	Descripción	Puntaje	%Puntaje	Acumulado	%Acumulado
c8	Carencia de procedimiento	50	21.9%	50	21.9%
c5	Demora en atención de pedido	48	21.1%	98	43.0%
c2	Personal nuevo sin capacitación	44	19.3%	142	62.3%
c14	Documentos procesados a mano	41	18.0%	183	80.3%
c6	No se respeta orden de atención	5	2.2%	188	82.5%
c9	Demora entrega Delivery	5	2.2%	193	84.6%
c4	Rapidez toma del pedido	4	1.8%	197	86.4%
c7	Uso implementos seguridad	4	1.8%	201	88.2%
c10	Falta de protocolo atención	4	1.8%	205	89.9%
c13	Mobiliario del local	4	1.8%	209	91.7%
c1	Atención personalizada	3	1.3%	212	93.0%
c3	Trato y atención al cliente	3	1.3%	215	94.3%
c12	Carta de platos	3	1.3%	218	95.6%
c16	No se cuenta con tiempo estándar	3	1.3%	221	96.9%
c11	Seguridad del local	2	0.9%	223	97.8%
c15	Falta de indicadores gestión	2	0.9%	225	98.7%
c18	Insumos en mal estado	2	0.9%	227	99.6%
c17	Manejo de desperdicios	1	0.4%	228	100.0%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestra resultados del porcentaje acumulado, y con ellos podemos elaborar el Pareto Ley 80/20, tenemos 4 causas que representan cerca del 80.3% del total de las causas. Esto se muestra en la figura 1

El diagrama de Pareto para (González, 2012), es conocido como diagrama 80%-20%, en define prioridades, deben definirse las causas que forman el problema y se definen las de mayor importancia.

Diagrama de Pareto

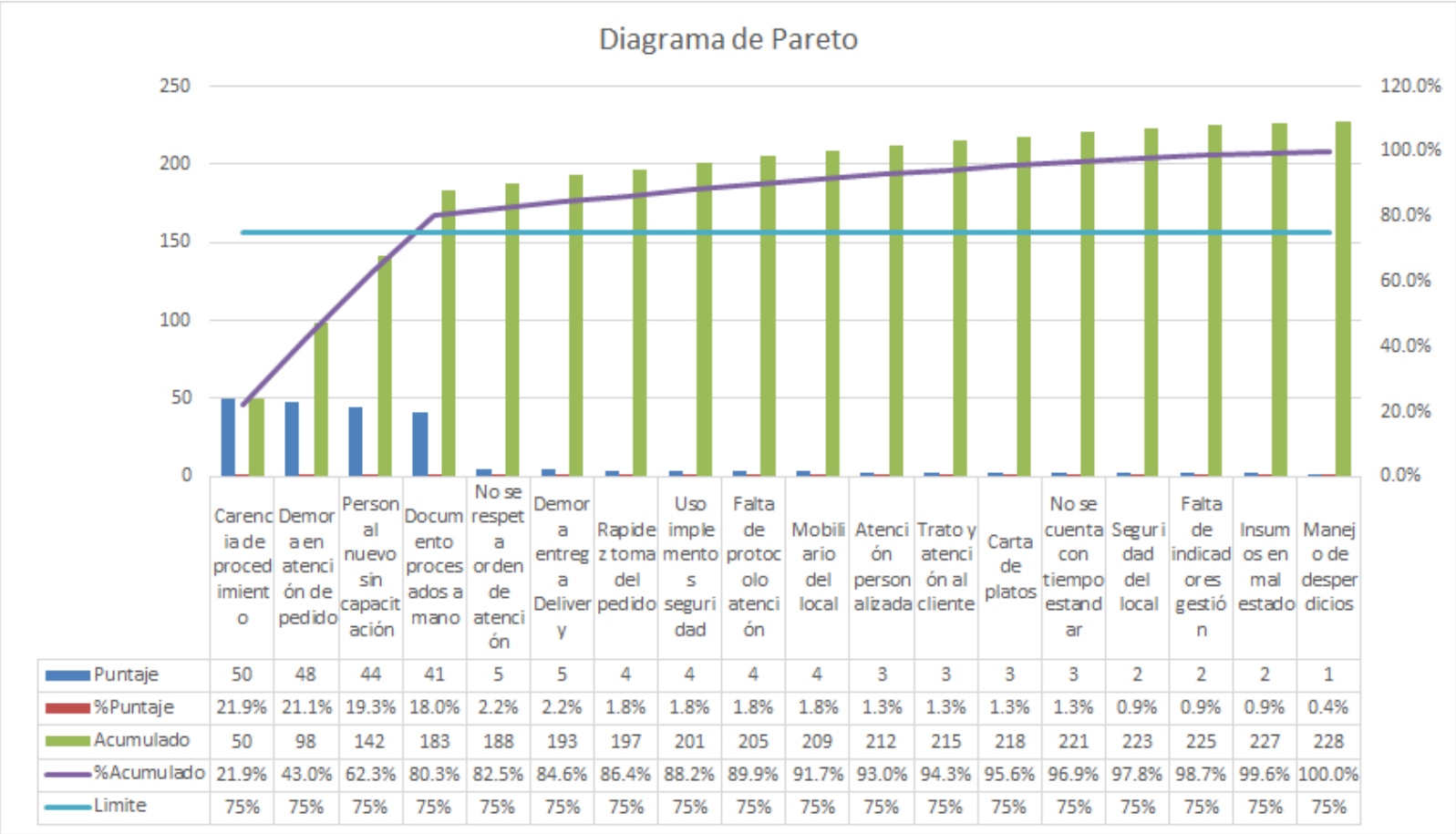


Figura 2 Diagrama de Pareto de las Causas

Fuente: Elaboración propia

La tabla siguiente muestra la estratificación de las causas por cada área. Esto permite conocer en qué área se generan los inconvenientes y reducir las causas que genera el problema existente.

Tabla 3. Estratificación de causas por áreas

Causa	Descripción	Valor	Area
c1	Atención personalizada	3	Salón
c2	Personal poco capacitado	44	
c3	Trato y atención al cliente	3	
c4	Rapidez toma del pedido	4	
c5	Demora en atención de pedido	48	
c6	No se respeta orden de atención	5	
c8	Carencia de procedimiento	50	
c9	Demora entrega Delivery	5	
c10	Falta de protocolo atención	4	
c11	Seguridad del local	2	
c12	Carta de platos	3	
c13	Mobiliario del local	4	
c14	Documento procesados a mano	41	
c15	Falta de indicadores gestión	2	
c16	No se cuenta con tiempo estandar	3	
c17	Manejo de desperdicios	1	
c18	Insumos en mal estado	2	
c7	Uso implementos seguridad	4	Recursos Humanos

Las causas mayores identificadas se encuentran en el área de atención al cliente. Veamos en forma gráfica:

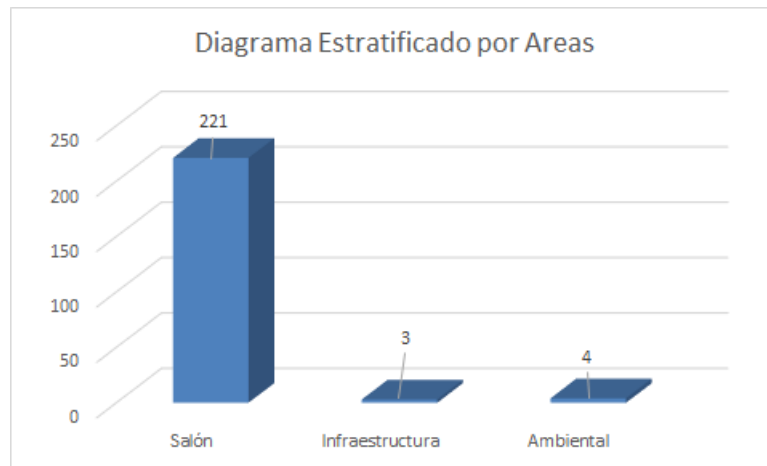


Figura 3 Diagrama Estratificado por Áreas

Fuente: Elaboración propia

La figura anterior muestra las áreas con mayor dominio y que vienen afectando directamente en la satisfacción del cliente. Como se puede apreciar las causas existentes en el área de atención.

Veamos la matriz de alternativas de solución:

Tabla 4. Criterios de Evaluación

Alternativas	Criterios de evaluación				Total
	Solución al problema	Costo de ejecución	Viabilidad	Sencillez de ejecución	
Plan de Mejora	3	2	3	3	11
Gestión de Residuos	2	2	2	2	8
Implementación de un Programa de Seguridad	1	1	2	2	6

Fuente: Elaboración propia

Se aplicaron diferentes criterios de evaluación a fin de elegir las alternativas de solución adecuada que ayudan a solucionar el problema. Se eligieron 3 alternativas: plan de mejora, gestión de residuos, programa de seguridad. Los valores para el cuadro fueron: (0=nada bueno, 1=bueno, 2=muy bueno y 3=excelente).



Finalmente se eligió al plan de mejora para solucionar el problema mencionado, que será la variable independiente de este estudio.

De acuerdo a la problemática anteriormente planteada, es necesario que la empresa, incluya una serie de mejoras a su proceso de atención a fin de mejorar el nivel de satisfacción de sus clientes, y pueda cubrir con sus diversas expectativas.

De acuerdo a todo lo anteriormente expresado, surge como problemática la siguiente pregunta. ¿Cómo el plan de mejora en el área de atención AUMENTARÁ el nivel de satisfacción de los clientes en la Cevichera San Gregorio?

En cuanto a los problemas específicos tenemos:

¿En qué medida el plan de mejora en el área de atención aumentará los elementos tangibles de la Cevichera San Gregorio?

¿En qué medida el plan de mejora en el área de atención aumentará la fiabilidad en la Cevichera San Gregorio?

¿En qué medida el plan de mejora en el área de atención aumentará la capacidad de respuesta en la Cevichera San Gregorio?

¿Cómo el plan de mejora en el área de atención aumentará la seguridad en la Cevichera San Gregorio?

¿Cómo el plan de mejora en el área de atención aumentará la empatía en la Cevichera San Gregorio?

En cuanto a la justificación del proyecto de investigación, este estará en beneficio para que diversas personas se ayuden a buscar las mejoras correspondientes que le servirán para mejorar sus empresas, también servirá de ayuda para el inicio de investigaciones con mayor profundidad, ya que empleará estudios más específicos enfocados en la mejorar de su productividad, así mismo servirá de mutua ayuda para que la empresa pueda seguir logrando sus objetivos aplicando diversos modelos y diseños. Tal es así que ayudará considerablemente a la mejora continua del establecimiento.

En tal aspecto se establece como objetivo general: proponer un plan de mejora en el área de atención para aumentar la satisfacción del cliente en la cevichera San Gregorio.

Los objetivos específicos son:

Proponer un plan de mejora en el área de atención para aumentar los elementos tangibles en la cevichera San Gregorio.

Proponer un plan de mejora en el área de atención para aumentar la fiabilidad en la cevichera San Gregorio.

Proponer el plan de mejora en el área de atención para aumentar la capacidad de respuesta en la cevichera San Gregorio.

Proponer el plan de mejora en el área de atención para aumentar la seguridad en la cevichera San Gregorio.

Proponer el plan de mejora en el área de atención para aumentar la empatía en la cevichera San Gregorio.

En cuanto a la hipótesis tenemos: El Plan de mejora en el área de atención aumenta la satisfacción de los clientes en la cevichera San Gregorio.

Tenemos las hipótesis específicas:

El Plan de mejora en el área de atención aumenta los elementos tangibles en la cevichera San Gregorio.

El Plan de mejora en el área de atención aumenta la fiabilidad en la cevichera San Gregorio.

El Plan de mejora en el área de atención aumenta la capacidad de respuesta en la cevichera San Gregorio.

El Plan de mejora en el área de atención aumenta la seguridad en la cevichera San Gregorio.

El Plan de mejora en el área de atención aumenta la empatía en la cevichera San Gregorio.

## II. MARCO TEÓRICO.

La investigación de (TINOCO, 2017) tu como objetivo relacionar a la empresa co el cliente mediante la calidad del servicio prestados. El tipo de investigación fue descriptiva, propositiva, y explicativa. El diseño de la investigación es no-experimental. Se aplicó el modelo de mejora continua basado en procesos y se diagnosticó el impacto en la calidad de los servicios que perciben los clientes, mediante una encuesta. Se trabajó con 263 clientes en 2 momentos uno previo a la aplicación del modelo y otro después de aplicar el modelo de mejora continua. En los resultados se observa una diferencia entre medias desde el post y el pre test de 14.85 en la satisfacción. Se concluye que la aplicación del modelo de Mejora Continua influyó de forma positiva en los niveles de la Calidad de los Servicios.

Esta investigación realizada por (Herrera, 2017) tuvo por objetivo proponer una mejora en la gestión de atención al cliente para mejorar la satisfacción del cliente. Se tomó inicialmente, el mes de octubre contando con 217 clientes. Se usó como diseño de investigación el pre-experimental. Como instrumento se utilizó la encuesta SERVQUAL; para priorizar las causas que afectan la satisfacción del cliente se aplicó el diagrama de Pareto. Las mejoras realizadas incluyen: nuevo procedimiento, capacitación, software para la gestión del servicio, entre otras. El nivel de satisfacción después de la propuesta de mejora en la gestión de atención al cliente fue del 65%, tuvo un incremento de +21% el primer mes después de su implementación.

También podemos apreciar la tesis (Sánchez, 2013). Qué buscó mejorar la calidad en la empresa Pasamanería del Ecuador. La investigación fue de tipo aplicada y descriptiva. Para ello aplicó las fases del ciclo de Deming. Por medio del diagrama de Ishikawa encontró 12 causas relevantes, por lo que propuso 5 mejoras al proceso. Estas herramientas son de fácil uso y cualquier trabajador que pertenece a la empresa las puede aplicar y gracias al análisis en el contexto de una mejora continua, brindar la solución a los problemas. Se evaluó la satisfacción del cliente antes de la mejora, con un 63.47%. Se aplicaron mejoras en capacitación al personal, evaluaciones y la implementación de manuales que permitieron un mejor desempeño del personal hacia los clientes. Luego de ello se aplicó la encuesta y

se obtuvo un 77.19%, con lo que se concluye una mejora en la calidad de la empresa.

Según (Cavalcante Costa, Santos Salazar, De oliveira Alves, & Oliveira Silva, 2018) en dicho artículo de investigación, se pone énfasis sobre la influencia que repercute el ambiente en relación a la satisfacción del cliente en los restaurantes de gastronomía, se aplica un estudio cuantitativo, de naturaleza descriptiva. Haciendo la recolección de datos mediante cuestionarios realizado a 198 clientes de un restaurante de la ciudad de Recife (Brasil). En el análisis de datos se aplicaron técnicas estadísticas descriptivas y multivariadas. Clasificando el ambiente en 4 dimensiones: a) ambiente social, b) ambiente físico, c) arquitectura, y d) menú. Teniendo como al “menú” como la dimensión significativa y la “arquitectura” como la dimensión que no presenta relación con la satisfacción. Sólo la dimensión ‘arquitectura’ no presentó una relación positiva con la satisfacción, y es así como se corrobora a la comida como el aspecto más importante para los consumidores de los diferentes tipos de restaurante. No obstante, los factores como la ‘cantidad’ y ‘sabor de los platos’ lograron las mejores puntuaciones, consolidando el concepto de baja gastronomía.

(Espinoza Requejo, 2018) nos muestra en su investigación la cual tuvo como objetivo determinar la satisfacción del cliente externo sobre la calidad de atención en la Escuela Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel. La investigación fue conformada por una población de 235 estudiantes del semestre académico 2015-II dicha escuela en mención, aplico la técnica del cuestionario con 32 ítems en la escala tipo Likert, teniendo cinco criterios de medición tanto la calidad de atención y para la satisfacción del cliente. Se utilizó la prueba del Alfa de Cron Bach, el cual sirve para determinar la validez del contenido y los resultados obtenidos de la satisfacción del cliente externo fueron del 58% ( $p=0.09$ ) y la calidad de atención fue de 61%. También se estudió para la satisfacción del cliente las siguientes dimensiones las cuales fueron capacidad de respuesta (57%), tangibilidad (62%), empatía (62%), seguridad (54%) y la fiabilidad (47%) y para la calidad de atención, se aplicó, calidad funcional (60%) y calidad técnica (61%). Dicha escuela tuvo como conclusión. Si existe correlación entre la

calidad de atención y la satisfacción del cliente, llegando a un nivel de 0.866 (p=0,09).

Veamos las teorías investigadas:

Un plan de mejora son actividades de cambio en una organización con el objetivo primordial de aumentar la eficiencia de las distintas operaciones que desarrollo en forma constante(Gobierno de Navarra, 2018).

Una metodología, que destaca tremendamente, para mejorar procesos es la de **Deming, que está compuesta por 4 etapas** bien definidas, las mismas que hacen un recorrido continuo. Inicia con la determinación de causas que inciden en forma negativa en la creación de un determinado inconveniente o problema en un área o proceso de la empresa, luego se proponen y ejecutan mejoras para reducir o eliminar las causas existentes y para finalizar se realizar una evaluación a las mejoras ejecutadas, a fin de realizar mejoras adicionales, que formarán parte de otro ciclo.



Figura 4 Círculo de Deming

Fuente: (metodoss.com, 2015)

La mejora continua son la base para el crecimiento de una organización, toda vez que siempre se está incluyendo mejoras a los procesos desarrollados. Lo cual implica una mejora en la calidad de los bienes que se producen o de los servicios que se brindan, mejorando el nivel de satisfacción de los clientes Se ayuda en tecnología y en los colaboradores, estandarización de procesos y procedimientos claramente establecidos.

**EL CÍRCULO DE DEMING** se compone de 4 etapas que ayudan a la mejora de la calidad; disminuyendo costos, productividad y por tanto ayuda a una organización a ser más rentable (Acosta, 2014). Estas son cada una de las cuatro etapas de la propuesta de Deming.

- **Plan (Planificar):** Se determinan el proceso a estudiar, así como que objetivos se espera lograr en el tiempo. Es necesario realizar un estudio detallado a fin de conocer la problemática y se pueda proponer las soluciones respectivas, basadas en un plan de mejoras.
- **Do (Hacer):** Se ejecuta el plan que se ha propuesto en la etapa inicial. Se establecen las actividades a ejecutar y se documenta cada una de las acciones que se aplican, a fin de poder ser evaluadas en el tiempo.
- **Check (Verificar):** Pasado un tiempo en la ejecución de las mejoras que se han aplicado, es altamente recomendable supervisar en qué medida se ha realizado la ejecución de las actividades desarrolladas. Es necesario indicar que actividades se cumplieron bien y cuáles no.
- **Act (Actuar):** en función al análisis de los resultados que se verificaron en la etapa anterior se definirán mejoras a realizar, o tal vez la incorporación de nuevas mejoras, lo cual dará nacimiento a un nuevo círculo, con lo que la mejora será permanente en la organización

Un diagrama causa-efecto, conocido como Ishikawa muestra las causas de un proceso y se usa frecuentemente en la industria y servicios para demostrar dónde pueden surgir las causas que afectar un problema y conocer recursos necesarios (Investopedia, 2018).

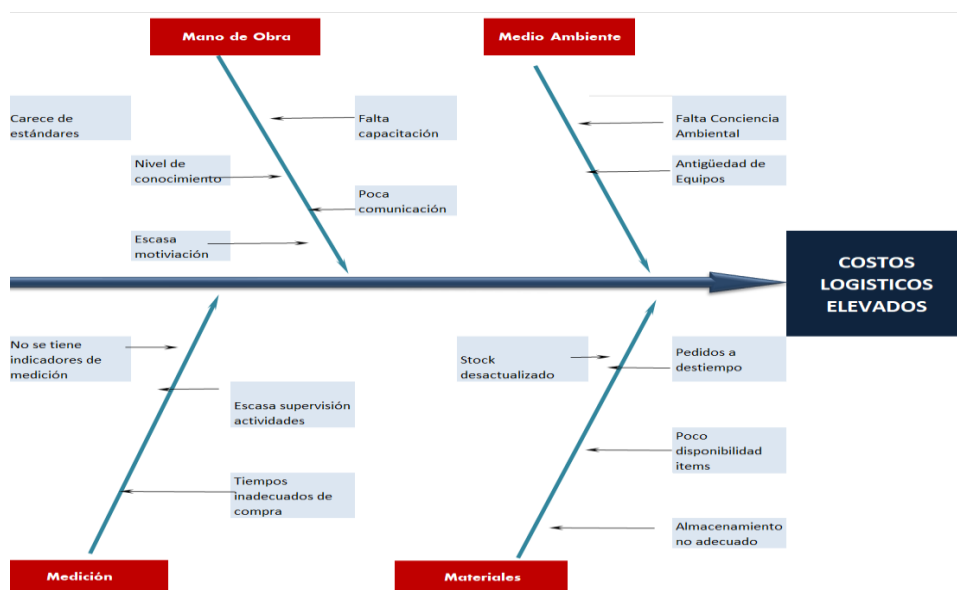


Figura 5 Diagrama de Ishikawa

Fuente (Pérez, 2015):

El diagrama de Pareto: se usa para el análisis con datos numéricos y sirven para la determinación y priorización de problemas, desde las causas iniciales que lo afectan. Tiene una alta aceptación dado que al identificar pocos elementos se puede establecer mejoras significativas. (Gutierrez Pulido, 2010).

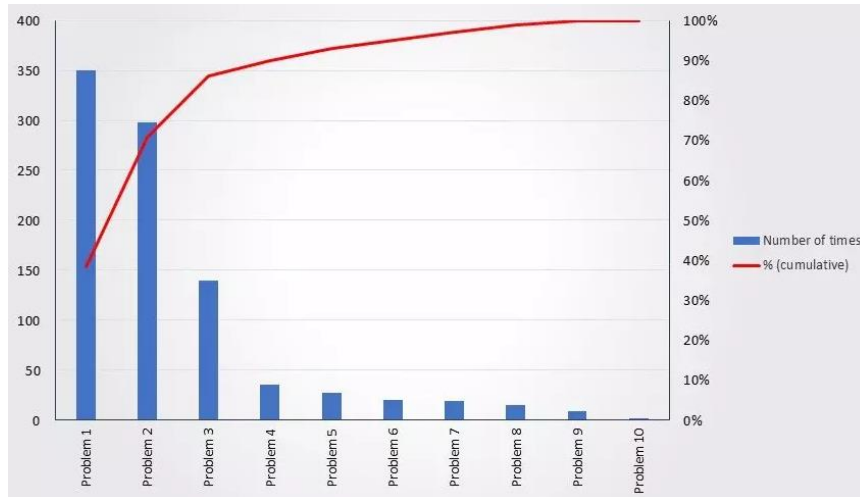


Figura 6 Diagrama de Análisis de Pareto

Fuente: (Mulder, ToolsHero, 2012)

El Ciclo Deming (PHVA): metodología para el desarrollar propuestas de mejoras continuas en la calidad del proceso. Busca mejorar la calidad y la optimización de los recursos (calidad-gestion, 2013)

Basa su alcance en 4 pilares

- Planificar, se revisa y evalúa el proceso deseado a mejorar, analizando las operaciones que la conforman y sobre las cuales se pueden realizar mejoras y como realizarlas.
- Ejecutar, se implementan las mejoras propuestas, contando con el personal previamente capacitado en las formas de hacerlo.
- Verificar, se comprueban que se logró luego de implementar las mejoras. Hay una evaluación cuantitativa.

- Actuar, en base los resultados obtenidos se establece un conjunto de acciones correctivas a fin de que el proceso se desarrolle en una mejora constante.

Se recomienda, de manera particular la aplicación del ciclo de Deming cuando requiera: (PDCA Cycle, 2016)

- Iniciar un proyecto para mejora y propuestas nuevas a realizar
- Proponer diseños nuevos o realizar mejoras a un proceso
- Establecer un proceso con tareas repetitivas.
- Orientar el esfuerzo a mejoras continuas de un determinado proceso en estudio.

Para una mejor comprensión de los temas tratados, el término “satisfacción” se define como una sensación de disfrute o de desilusión al momento de comparar las expectativas esperadas por el cliente con la realidad obtenida del producto. El autor también indica que en caso de que los resultados estén por encima de las expectativas, querrá decir que existe satisfacción y conformidad del cliente; caso contrario, si los resultados analizados son menores a las expectativas, el usuario quedará descontento (Kotler & Armstrong, 2003)

Sobre la satisfacción del cliente agregamos que se tiene diversos modelos de estudio teniendo como modelo relevante y que sirve para diversos estudios al modelo SERVQUAL, que en dicho estudio tiene como fin evaluar la calidad del servicio en una empresa de transportes. Dicho modelo evalúa 5 dimensiones distribuidas en: fiabilidad, seguridad, elementos tangibles, capacidad de respuesta, y la empatía. (Valarezo Jimenez, Lazaro Lopez, & Martinez Arrollo, 2019)

Es un conjunto de pasos a fin de establecer un modo de trabajar para lograr tener más productividad y hacer de nuestro lugar de labores algo más agradable. Los colaboradores en forma más simple (Montenegro, 2012)

El modelo SERVQUAL, es un método que consiste en medir las expectativas que los clientes pueden tener con un determinado producto o servicio. Contiene 5 dimensiones, las mismas que pueden apreciarse en la figura que se muestra a continuación:





Figura 7 Dimensiones SERVQUAL

Fuente: (Zeithaml, 2014)

Describamos cada una de las dimensiones:

- **Fiabilidad:** es el desarrollo de un determinado servicio en forma confiable para los clientes.
- **Capacidad de respuesta:** Desarrollar acciones en el soporte de los clientes brindando una atención rápida.
- **Seguridad:** es el conocimiento del personal de la empresa que permite confiar en la atención del servicio que los clientes demanden.
- **Empatía:** es ponerse en el lugar del cliente.
- **Elementos tangibles:** se base en el equipamiento, en el personal, instrumentos que incorpora en el desarrollo del servicio (Cabrera & Soriano, 2013).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

El Tipo de investigación es aplicada, dado que tomará los conceptos existentes, en este caso se aplicarán metodologías para mejoras de proceso.

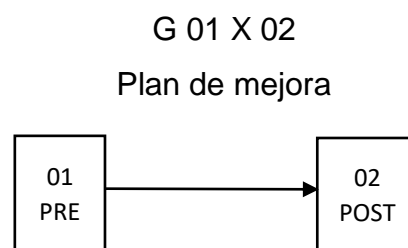
De acuerdo (Hernández, 2014) la investigación aplicada usa concepto y teorías que provienen de la investigación básica a fin de lograr un conocimiento nuevo para la solución de problemas prácticos.

El enfoque de esta investigación es cuantitativo ya que para generar conocimiento se aplicará un modelo de observación estructurado y el análisis de un contexto para producir una solución al problema actual de la organización.

Navarro, Jiménez y Thoilliez (2017), indica que el enfoque cuantitativo recopila datos para rechazar o aceptar una hipótesis que se apoya en las teorías y mediciones estadísticas.

Diseño de Investigación: es de tipo Pre experimental, el cual se refiere al estudio del plan de mejora (variable independiente) para aumentar la satisfacción del cliente (variable dependiente) en la Cebichería San Gregorio.

El diseño pre-experimental, manipula la variable independiente, donde el investigador determina un efecto a partir de una causa manipulada que define una influencia (Hernández, 2014).



G= Grupo o muestra

01: Satisfacción del cliente antes de aplicar el plan de mejora

02: Satisfacción del cliente después de aplicar el plan de mejora

X= Aplicar el plan de mejora.

## 3.2 Variables y Operacionalización

### 3.2.1. Variables

- **Variable independiente (Plan de Mejora)** Es un conjunto de pasos a fin de establecer un modo de trabajar para lograr tener más productividad y hacer de nuestro lugar de labores algo más agradable. Los colaboradores en forma más simple (Montenegro, 2012)
- **Variable dependiente (Satisfacción del cliente)** La satisfacción trata del placer, sensación o desilusión de las personas al comprar o recibir un servicio. Por tal motivo, la satisfacción del cliente es el gusto que se experimenta después de haber consumido un producto. Complementariamente, describimos a la calidad como un equivalente de satisfacción, ya que presenta relación con lo que el cliente espera del servicio o producto recibido, el cual debe complacer dichas necesidades. (Moreno Cardenas, 2019)

### 3.2.2. Operacionalización de Variables

La matriz de operacionalización se puede ver en el anexo 3

## 3.3 Población, muestra y muestro

**Población:** Se tomaron 495 clientes que actualmente solicitan sus pedidos en la ciudad de Trujillo en forma semanal,

**Muestra:**

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N - 1) * E^2 + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

$n$ : Tamaño de la muestra  $\rightarrow n = ?$

$Z$ : Nivel de Confianza al 95% (1.96)  $\rightarrow Z = 1.96$

$p$ : Probabilidad de éxito  $\rightarrow p = 0.5$

$q$ : Probabilidad de fracaso  $\rightarrow q = 1 - p = 0.5$

$N$ : Tamaño de la población  $\rightarrow N = 68$

$E$ : Es el máximo error o coeficiente de error  $\rightarrow E = 0.05$

$n = 217$  clientes

La muestra para el estudio es de 217 clientes

**Muestreo:** se aplicó el muestreo probabilístico

### 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

**Técnicas: Se aplicará las Encuestas:** Consiste en una serie de realizadas a diversas personas con el propósito de recolectar datos sobre un asunto determinado, con el fin de aplicar soluciones inmediatas.

- a. **Entrevistas:** Conversación que se mantiene entre dos personas y está basada en diversas preguntas o afirmaciones planteadas por un entrevistador con la finalidad de saber cuál es su respuesta y/o opinión.
- b. **Observación:** permitirá hacer un seguimiento al proceso actual de atención.

#### Instrumentos

- a. **Cuestionario:** Es un documento donde se encuentran diversas preguntas redactadas en forma coherente con la finalidad de que las respuestas nos ofrezcan información clara y precisa.

Se aplicará el cuestionario basado en el modelo SERVQUAL conformado por 15 preguntas que midieron la satisfacción de los clientes.

- b. **DAP:** Consiste en una lista de actividades en donde además se especifican los tiempos que demanda cada uno de ellos.

### **Validación**

Fue realizada por 3 ingenieros conocedores del tema, las mismas que pueden en el ANEXO 4 (Validación Formato de encuesta).

## **3.5 Procedimientos**

### **3.5.1 Situación actual de la empresa**

La Cebichería San Gregorio, empresa dedicada al sector gastronómico fue fundada en el año 1986 en la ciudad de Trujillo, actualmente consta con un local el cual posee amplios ambientes, zona de parqueo y ambientes con ventilación para la comodidad de los clientes y del personal que trabaja en la cevichera.



La Cebichería San Gregorio ha ido evolucionando hasta definir sus áreas diferenciadas ya que el negocio tuvo sus inicios como un restaurant de venta de comida marina, pero con instalaciones básicas, ahora dicho restaurante viene cumpliendo de manera eficiente y productiva, todos los protocolos de calidad y salubridad para una venta eficiente del producto terminado



Entre los principales productos que comercializa tenemos a:

- Cebiche Mixto
- Cebiche Simple
- Cebiche de Lenguado
- Chicharrón de Pescado
- Chicharrón Mixto
- Chicharrón de Calamar
- Chicharrón de Langostinos
- Chicharrón de Pulpo
- Arroz con Mariscos
- Chaufa de Mariscos
- Chita Frita
- Corvina Frita
- Jalea Mixta
- Sudado de Chita
- Sudado de Corvina
- Sudado de Ojo de Uva
- Pescado a lo Macho





**Misión:** Elaborar potajes marinos de la mano de expertos al público en general, expandiendo nuestra cultura y haciendo que nuestros clientes se sientan como en casa.

**Visión:** Ser la cadena de Cebicherías más reconocida a nivel nacional, enseñando nuestras costumbres nacionales sin perder el sabor tradicional trujillano.

**Dirección de la empresa:**

AV Cesar Vallejo 999. La Libertad – Trujillo – Trujillo

## Organigrama de la empresa

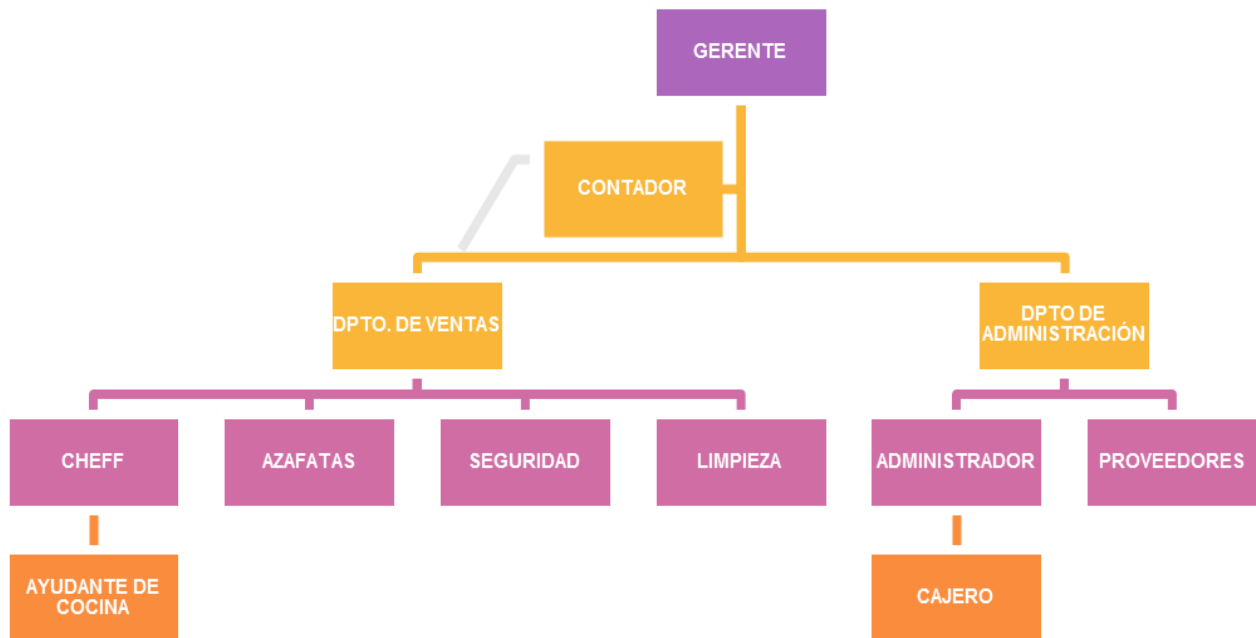


Figura 8 Organigrama de la empresa

Fuente: Empresa



## Mapa de Procesos

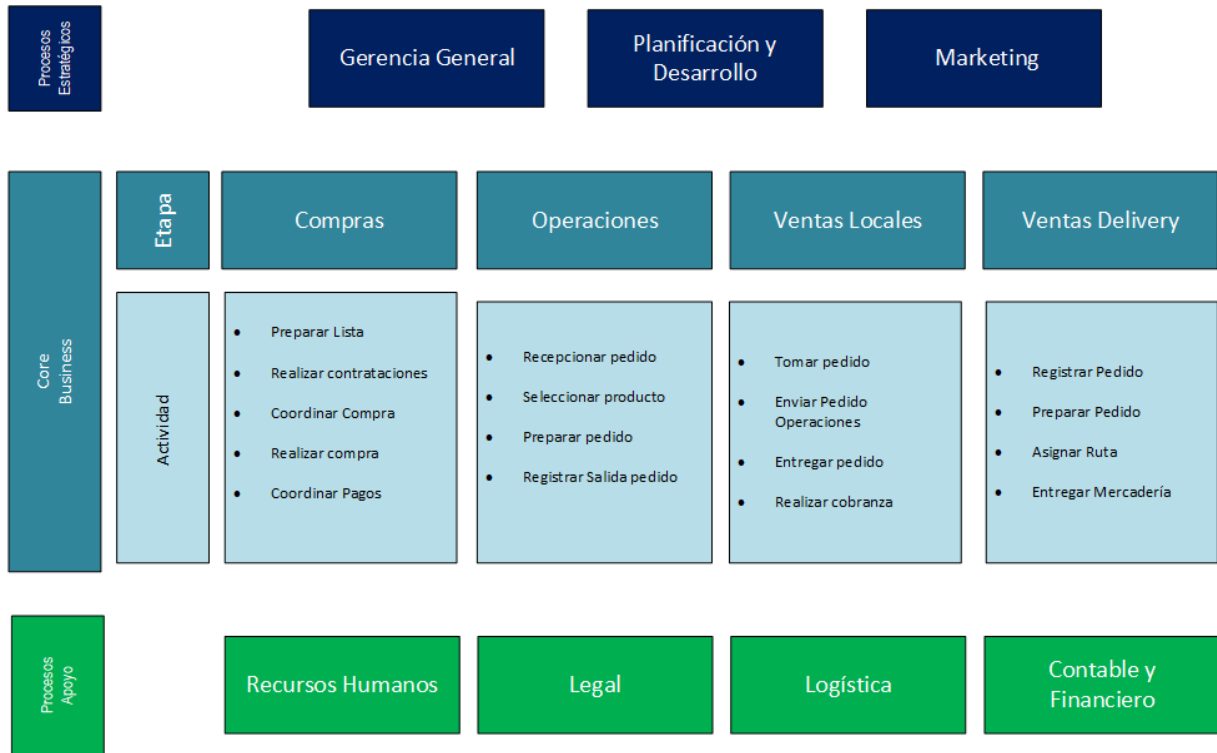


Figura 9 Mapa de procesos de la Empresa

### 3.5.1 Data pre-test antes de la aplicación de la mejora

#### A. Indicador de Satisfacción

Evaluación del nivel de satisfacción actual del cliente en la Cebichera San Gregorio

Se realizaron los pasos siguientes:

Luego de preparar la encuesta (Anexo 3), esta fue aplicada a la muestra de 217 clientes

Los resultados obtenidos son:

#### a. Resumen del Indicador de Nivel de Satisfacción

De acuerdo a la encuesta aplicada, se obtuvo el siguiente resultado:

Tabla 5. Resumen del Indicador del Nivel de Satisfacción

FICHA DE REGISTRO				
SATISFACCION DEL CLIENTE: PreTest				
INDICADOR SATISFACCION .				
	MES	Puntaje Actual	Puntaje Esperado	Ind. Satisfacción
	Semana 1	3.02	5.00	60.4%
	Semana 2	3.00	5.00	60.1%
	Semana 3	3.03	5.00	60.6%
	Semana 4	3.03	5.00	60.7%
	Semana 5	3.12	5.00	62.4%
	Semana 6	3.07	5.00	61.3%
	Semana 7	3.06	5.00	61.3%
	Semana 8	3.12	5.00	62.3%
	Semana 9	3.07	5.00	61.4%
	Semana 10	3.07	5.00	61.5%
	Promedio	3.06	5.00	61.19%

Fuente: Elaboración propia

**Veamos la figura siguiente que muestra la encuesta aplicada**



Figura 10 Encuesta aplicada a clientes

**b. Análisis General encontrado:**

De la encuesta aplicada se lograron los siguientes resultados mostrados a continuación.

Tabla 6. Resumen General de Encuesta inicial

Item	DIMENSIONES ENCUESTADAS																
	Fiabilidad			Elementos Tangible			Capacidad de Respuestas			Empatía			Seguridad				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
Prom Total	4.31	3.99	3.72	2.30	2.88	2.38	2.43	2.27	2.17	2.53	2.87	2.14	4.18	4.03	3.70		
Promedio de la Dimensión	4.005			2.522			2.289			2.512			3.969				
Percepción %	80.092%			50.445%			45.776%			50.230%			79.386%				
Peso Dimensión	0.20			0.20			0.20			0.20			0.20				
% Dimensión	16.0%			10.1%			9.2%			10.0%			15.9%				
				<b>Nivel de Satisfacción</b>			<b>61.19%</b>										

Fuente: Anexo 7

Como se puede apreciar se alcanzó una satisfacción actual de 61.19%. El valor deseado por la empresa es de 78%

Veamos a continuación un comparativo de los valores obtenidos promedio por cada dimensión:

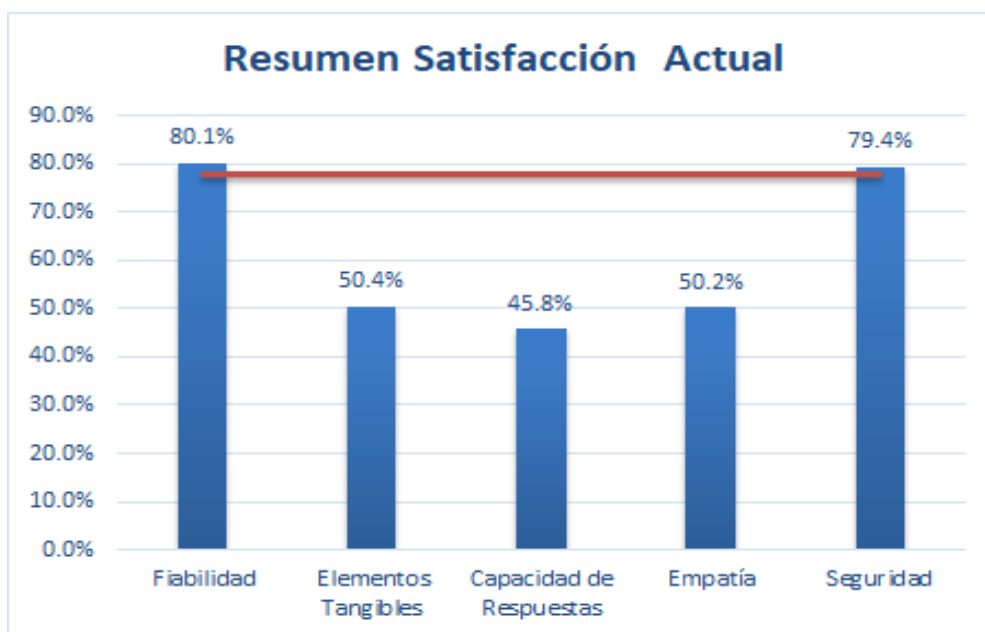


Figura 11 Resumen % por cada dimensión

Fuente: Anexo 7

Las dimensiones: Fiabilidad y Seguridad, actualmente cubren las expectativas mayores al 75% deseado por la empresa.

### c. Análisis detallado por cada dimensión y pregunta

#### ➤ Dimensión: Fiabilidad

Estos fueron los datos obtenidos en esta dimensión antes de la mejora

Tabla 7. Dimensión - Fiabilidad Actual

DIMENSION	PREGUNTA	INTERROGANTE	PROMEDIO	PROMED DIMENS	VALOR %
Fiabilidad	1	La comida es servida en buen estado se nota que es fresca	✓ 4.31	4.00	80.09%
	2	La atención se realiza respetando el tiempo de llegada	✓ 3.99		
	3	Se le ofrece un servicio de calidad	✓ 3.72		

Fuente: Anexo 7

El valor de la dimensión obtenida es 80.09% y el promedio de la dimensión es 4.00

Ahora veamos el comparativo

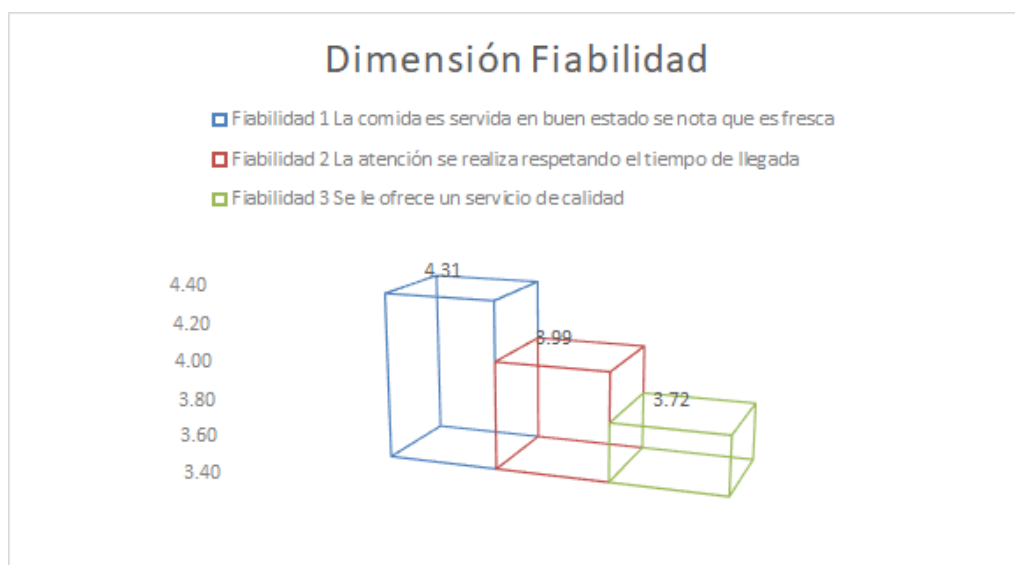


Figura 12 Dimensión Fiabilidad Actual

Fuente: Tabla 7

➤ **Dimensión: Elementos Tangibles**

Estos fueron los datos obtenidos en esta dimensión antes de la mejora

Tabla 8. Dimensión - Elementos Tangibles Actual

PREGUNTA	INTERROGANTE	PROMEDIO	PROMED DIMENS	VALOR %
4	El personal usa implementos de seguridad adecuados	✘ 2.30	2.52	50.45%
5	Las instalaciones están limpias y con buen olores en el interior	⚠ 2.88		
6	El mobiliario se encuentra en estado adecuado	✘ 2.38		

Fuente: Anexo 7

El valor de la dimensión obtenido es 50.45% y el promedio de la dimensión es 2.52

Ahora veamos el comparativo

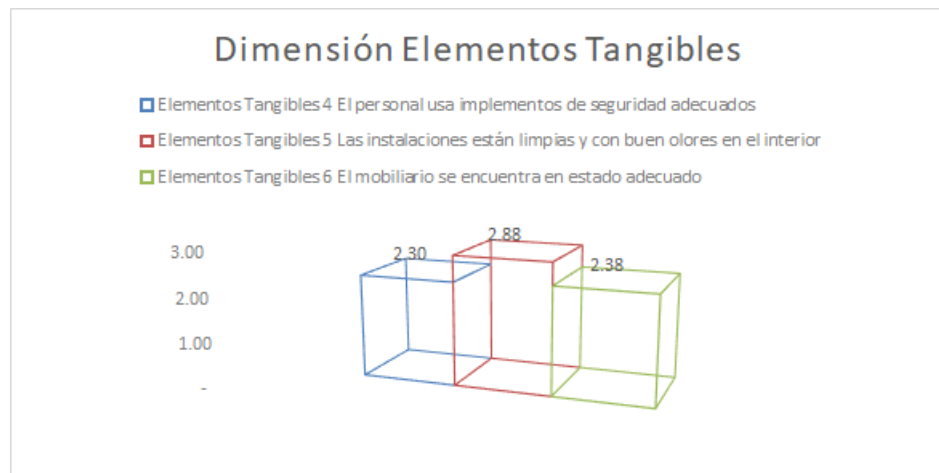


Figura 13. Dimensión - Elementos Tangibles

Fuente: Tabla 8

➤ **Dimensión: Capacidad de Respuestas**

Estos fueron los datos obtenidos de esta dimensión antes de la mejora

Tabla 9. Dimensión - Capacidad de Respuesta

PREGUNTA	INTERROGANTE	PROMEDIO	PROMED DIMENS	VALOR %
7	El personal le ofrece un servicio rápido	✘ 2.43	2.29	45.78%
8	Considera que el tiempo de espera para ser atendido es el adecuado	✘ 2.27		
9	El procedimiento actual de la empresa es eficiente	✘ 2.17		

Fuente: Anexo 7

El valor de la dimensión obtenido fue de 45.78% y el promedio de la dimensión es 2.29

Ahora veamos el comparativo

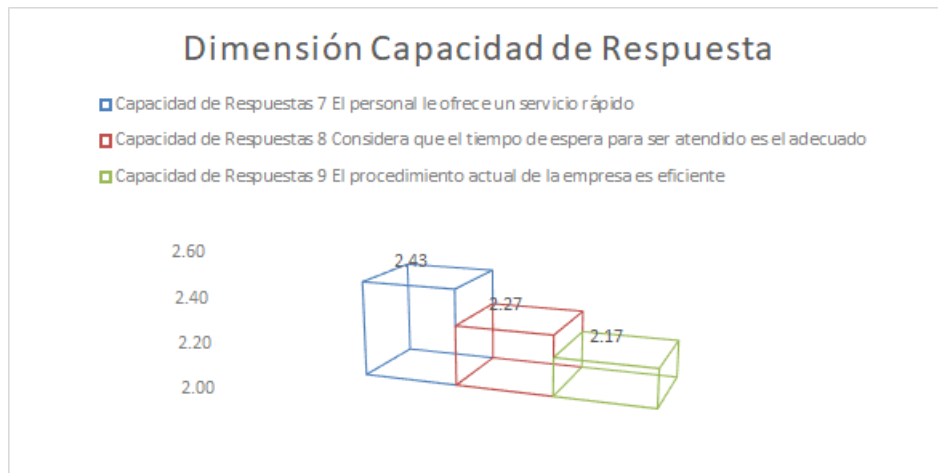


Figura 14 Dimensión - Capacidad de Respuesta

Fuente: Tabla 9

➤ **Dimensión: Empatía**

Estos fueron los datos obtenidos en esta dimensión antes de la mejora

Tabla 10. Dimensión - Empatía Actual

PREGUNTA	INTERROGANTE	PROMEDIO	PROMED DIMENS	VALOR %
10	Los empleados brindan el mismo trato a todos los clientes	✘ 2.53	2.51	50.23%
11	El personal se preocupa por el interes de los clientes	⚠ 2.87		
12	Se le brinda atención personalizada y de calidad	✘ 2.14		

Fuente: Anexo 7

El valor de la dimensión obtenido es 50.23% y el valor promedio es 2.37

Ahora veamos el comparativo

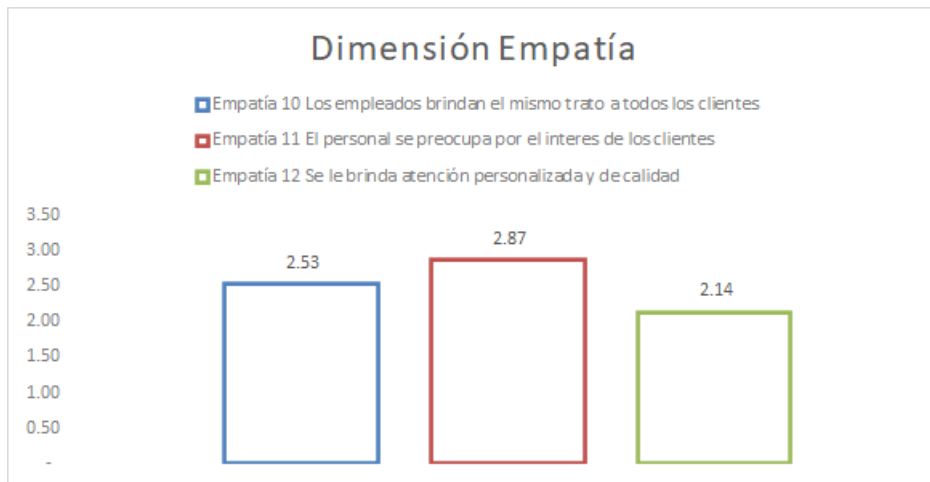


Figura 15 Dimensión - Empatía

Fuente: Tabla 10

➤ **Dimensión: Seguridad**

Estos fueron los datos obtenidos en esta dimensión antes de la mejora

Tabla 11. Dimensión - Seguridad Actual

PREGUNTA	INTERROGANTE	PROMEDIO	PROMED DIMENS	VALOR %
13	Confía en el servicio que le brinda la empresa	✓ 4.18	3.97	79.39%
14	Piensa que los potajes preparados tienen un nivel alto de higiene y salubridad	✓ 4.03		
15	Considera que se siente seguro ante algún contagio del COVID	✓ 3.70		

Fuente: Anexo 7

Se puede observar que el promedio obtenido es el 79.39 % y el promedio de la dimensión es 3.97



Ahora veamos el comparativo

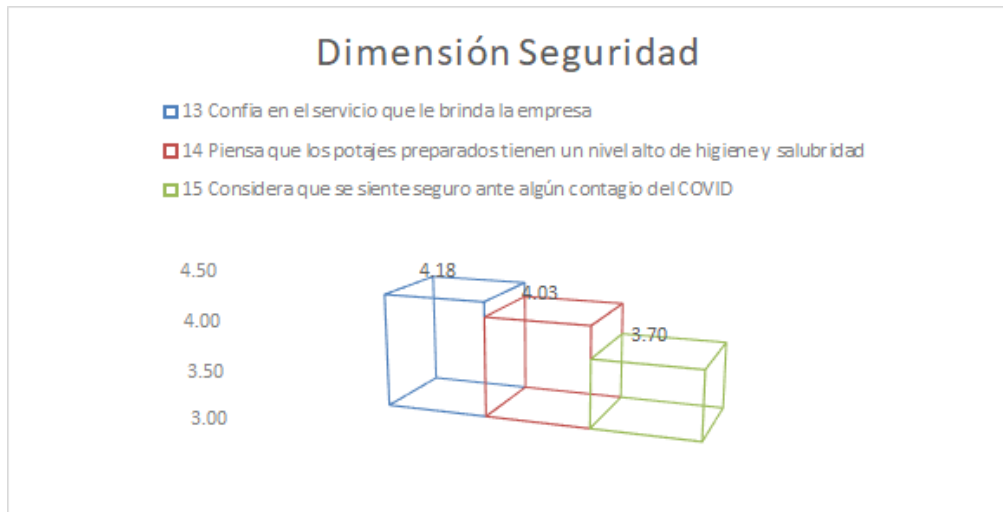


Figura 16. Dimensión Seguridad

Fuente: Tabla 11

### c. Análisis por cada pregunta

Tabla 12. Resumen del Promedio de las dimensiones por Cada Pregunta

PREGUNTA	INTERROGANTE	PROMEDIO
1	La comida es servida en buen estado se nota que es fresca	✓ 4.31
2	La atención se realiza respetando el tiempo de llegada	✓ 3.99
3	Se le ofrece un servicio de calidad	✓ 3.72
4	El personal usa implementos de seguridad adecuados	✗ 2.30
5	Las instalaciones están limpias y con buen olores en el interior	! 2.88
6	El mobiliario se encuentra en estado adecuado	✗ 2.38
7	El personal le ofrece un servicio rápido	✗ 2.43
8	Considera que el tiempo de espera para ser atendido es el adecuado	✗ 2.27
9	El procedimiento actual de la empresa es eficiente	✗ 2.17
10	Los empleados brindan el mismo trato a todos los clientes	✗ 2.53
11	El personal se preocupa por el interes de los clientes	! 2.87
12	Se le brinda atención personalizada y de calidad	✗ 2.14
13	Confía en el servicio que le brinda la empresa	✓ 4.18
14	Piensa que los potajes preparados tienen un nivel alto de higiene y salubridad	✓ 4.03
15	Considera que se siente seguro ante algún contagio del COVID	✓ 3.70

Fuente: Anexo 7

Se encontraron 7 preguntas con una satisfacción muy baja y que inciden negativamente en la satisfacción actual del cliente.

Determinación de los factores que afectan el proceso de abastecimiento la cevichera San Gregorio.

**a. Identificación de causas.**

Se determinó las causas que vienen afectando a la satisfacción de los clientes. Para ello se aplicó un cuestionario a 5 colaboradores de la empresa y cuyo resultados los puede apreciar en el Anexo 12.

Estos valores permitieron definir las causas con mayor impacto en la satisfacción, como veremos más adelante.

Para determinar las causas se usó el diagrama causa-efecto, (figura 1)

Estos fueron analizados por un diagrama de Pareto (figura 2)

### 3.5.2 Propuesta de mejora

Propuesta e implementación de un plan de mejora de proceso de atención usando la metodología de Deming.

#### A. PLANIFICAR.

Causas Especificadas

Estas son las 9 causas encontradas

Tabla 13. Causas con mayor incidencia en la satisfacción

Causa	Puntaje
Carencia de procedimiento	24
Demora atención de pedido	24
Falta de protocolo atención	24
Orden de atención	23
Demora en atención	22
Falta de indicadores	21
Seguridad del local	20
Atención personalizada	19
Personal nuevo sin capacitación	19

Fuente: Elaboración propia

## Mejoras Propuestas a desarrollar

En la Matriz de mejora, se proponen una lista de propuestas a realizar con la finalidad de reducir o eliminar las causas que están afectando la satisfacción de los clientes.

Tabla 14. Matriz de Mejoras Propuestas

#	Causa	Propuesta	Responsable	Area	Fecha
1	Carencia de procedimiento	Preparar Procedimiento	Responsable Atención Cliente	Ventas	10-05-2021
2	Demora en atención de pedido	Preparar DAP	Responsable Atención Cliente	Ventas	10-05-2021
3	Personal nuevo sin capacitación	Capacitación	Responsable Recursos Humanos Responsable Atención Cliente	Recursos Humanos	24-05-2021
4	Documentos procesados a mano	Software y Capacitación	Responsable RR.HH. Responsable Sistemas	Recursos Humanos Sistemas	01-06-2021

Fuente: Tabla 13

## a. Cronograma de Mejoras

Tabla 15. Cronograma de Actividades de mejoras

ACTIVIDADES	2021															
	Abril				Mayo				Junio				Julio			
	s1	s2	s3	s4	s5	s6	s7	s8	s9	s10	s11	s12	s13	s14	s15	s16
Medir el Nivel de Satisfacción	■	■														
Evaluar el proceso de atención		■	■													
<b>Plan</b>																
Identificar causas que afectan al proceso				■	■	■										
Proponer un plan de mejoras				■	■	■										
Establecer fechas y responsables				■	■	■										
<b>Hacer</b>																
Planificar actividades por mejora					■	■	■									
Documentar mejoras					■	■	■									
Ejecutar actividades de mejora					■	■	■									
<b>Verificar</b>																
Evaluar ejecución de actividades									■	■	■					
Documentar evidencias									■	■	■					
Mostrar evidencias									■	■	■					
<b>Actuar</b>																
Preparar recomendaciones											■	■				
Preparar conclusiones											■	■				
Mostrar evidencias											■	■				
<b>Resultados</b>												■	■			
<b>Discusión</b>													■			
<b>Conclusiones</b>													■			
<b>Recomendaciones</b>														■		

Fuente: Elaboración propia

## b. Presupuesto Estimado

Tabla 16. Presupuesto estimado de mejoras

Item	Actividad	Responsable	Costo Hora	Nro Horas	Total
1	Planificación Actividades	Castro, Breas	6	18	108
2	Plan	Castro, Breas	30	24	720
3	Hacer	Castro, Breas	15	20	300
4	Verificar	Castro, Breas	6	25	150
5	Actuar	Castro, Breas	25	12	300
					1578

Fuente: Elaboración propia

## B. HACER.

### ➤ Mejora 01: Preparar Procedimiento



Figura 17 Actividades para preparar Procedimiento

Fuente: Elaboración propia

#### a. Especificar el contenido

En cuanto al contenido del informe este contendrá los siguientes puntos:

- Objetivo y Alcance
- Alcance Adicional
- Definición del Flujo
- Control de cambios

#### b. Identificar actividades

- Inicio Simple
- Ubicar mesa

- Traer cortesía
- Dejar Carta de Platos
- Cliente elige platos
- ¿Quiere realizar pedido?
- Anotar Pedido
- Entregar pedido para su cumplimiento
- Avisar que platos se encuentran listos
- Obtener Platos y Actualizar Liquidación
- Preguntar sobre conformidad del pedido
- Ampliar Pedido
- Entregar Liquidación
- Efectuar Pago
- Recepcionar Pago y Emitir Comprobante
- Brindar Comprobante y Agradecer Visita
- Servir Platos
- ¿Contiene bebidas?
- Seleccionar Bebida
- Servir bebida
- Incluir en Liquidación
- Recepcionar Comprobante
- Fin Simple

### **c. Preparar Flujo**

Con las actividades identificadas, se procedió a la elaboración del diagrama de actividades, el mismo que puede verse en la figura siguiente:

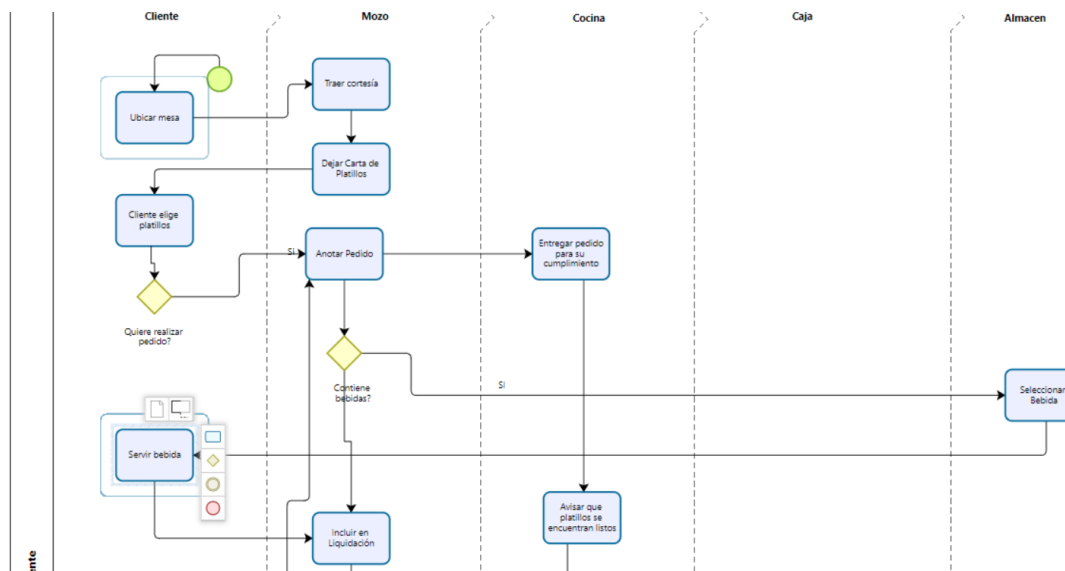


Figura 18 Flujo de Procedimiento de Atención al Cliente

Fuente: Anexo 12

#### d. Diseñar procedimiento

Se diseñó el procedimiento el cual puede verse en el Anexo 15

#### ➤ Mejora 02: Realizar Capacitación



Figura 19 Actividades para realizar Capacitación

Fuente: Elaboración propia



**a. Especificar capacitación**

Se desarrollarán 2 tipos de capacitación.

- Capacitación Procedimiento Atención al cliente
- Capacitación en Atención de clientes

**b. Desarrollar Objetivos:**

- Incrementar el nivel de satisfacción en clientes
- Proporcionar conocimiento en el trato a los clientes a los colaboradores de la empresa.
- Comunicar el procedimiento a los involucrados

**c. Contenido de la capacitación**

Este se ha preparado en torno a 2 tipos de capacitación:

- Capacitación en Atención de clientes
- Capacitación Procedimiento Atención al cliente

Veamos el contenido de cada una de ellas:

**c.a. Capacitación en Atención al Cliente**

Tabla 17. Contenido de la Capacitación en Técnicas de Atención

Item	Contenido	Tiempo (Horas)
1	Introducción.	0.5
2	Puntos a considerar	1.0
3	El proceso de la atención	2.5
4	Empatizando con los clientes	1.5
5	Conclusiones	0.5
		<b>6.0</b>

Fuente: Elaboración propia

### c.b. Capacitación en Procedimiento

A continuación, se muestra la programación del curso

Tabla 18. Contenido de Capacitación en Procedimiento

Nº	ITEMS A CUBRIR	NÚMERO DE HORAS
1	Acerca del procedimiento	1.0
2	Estandarizando el trabajo	0.5
3	Describiendo el Procedimiento	2.0
4	Conclusiones	0.5
	Total	4.0

Fuente: Elaboración propia

### c.d. CRONOGRAMA DE EJECUCION

Tabla 19. Cronograma de Capacitación

Tema	Fecha	Inicio	Tiempo
Procedimiento de Atención	01/06/2021	15:00	4.0
Atención a Clientes	02/06/2021	15:00	3.0
	03/06/2021	15:00	3.0

Fuente: Elaboración propia

### d. Plan de Capacitación

El plan de capacitación integral puede observarse en el Anexo B1.

➤ **Mejora 03: Preparar DAP**

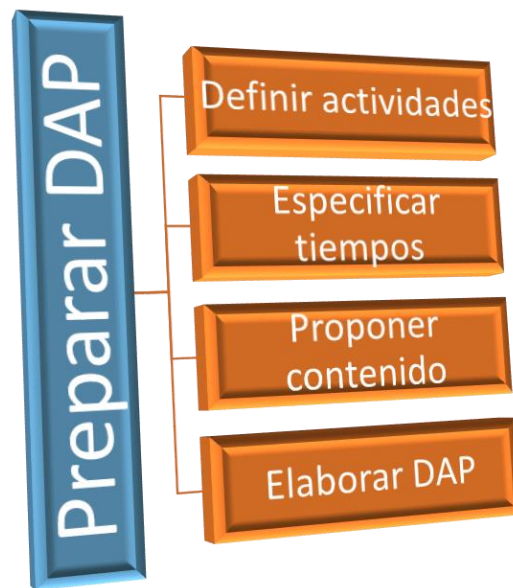


Figura 20 Actividades para preparar DAP

Fuente: Elaboración propia

**a. Definir actividades**

Corresponden a las definidas en el procedimiento de atención al cliente

**b. Especificar tiempo**

Aplicando la técnica de observación se procede a definir tiempos por cada actividad propuesta.

**c. Elaborar DAP de atención al cliente**

Este es el DAP propuesto

	<b>Descripción Actividades</b>	<b>Op.</b>	<b>Insp</b>	<b>Tran</b>	<b>Esp.</b>	<b>Alm.</b>	<b>Tiempo (m)</b>
1	Inicio Simple	○	□	↕	⊐	▽	1.00
2	Ubicar mesa	○	□	↕	⊐	▽	1.00
3	Traer cortesía	○	□	↕	⊐	▽	1.00
4	Dejar Carta de Platos	○	□	↕	⊐	▽	1.00
5	Cliente elige platos	○	□	↕	⊐	▽	5.00
6	Quiere realizar pedido?	○	□	↕	⊐	▽	1.00
7	Anotar Pedido	○	□	↕	⊐	▽	8.00
8	Entregar pedido para su cumplimiento	○	□	↕	⊐	▽	3.00
9	Avisar que platos se encuentran listos	○	□	↕	⊐	▽	2.00
10	Obtener Platos y Actualizar Liquidación	○	□	↕	⊐	▽	3.00
11	Preguntar sobre conformidad del pedido	○	□	↕	⊐	▽	1.00
12	Ampliará Pedido	○	□	↕	⊐	▽	2.00
13	Efectuar Pago	○	□	↕	⊐	▽	3.00
14	Incluir en Liquidación	○	□	↕	⊐	▽	3.00
15	Servir Platos	○	□	↕	⊐	▽	5.00
16	Contiene bebidas?	○	□	↕	⊐	▽	3.00
17	Seleccionar Bebida	○	□	↕	⊐	▽	2.00
18	Servir bebida	○	□	↕	⊐	▽	2.00
19	Entregar liquidación	○	□	↕	⊐	▽	3.00
20	Recepcionar Pago y Emitir Comprobante	○	□	↕	⊐	▽	2.00
21	Recepcionar Comprobante	○	□	↕	⊐	▽	3.00
22	Brindar Comprobante y Agradecer Visita	○	□	↕	⊐	▽	1.00
23	Fin	○	□	↕	⊐	▽	1.00
	<b>TOTAL</b>						<b>57.00</b>

Figura 21 DAP de Actividades

Fuente: Elaboración propia

➤ **Mejora 04: Proponer un Software**

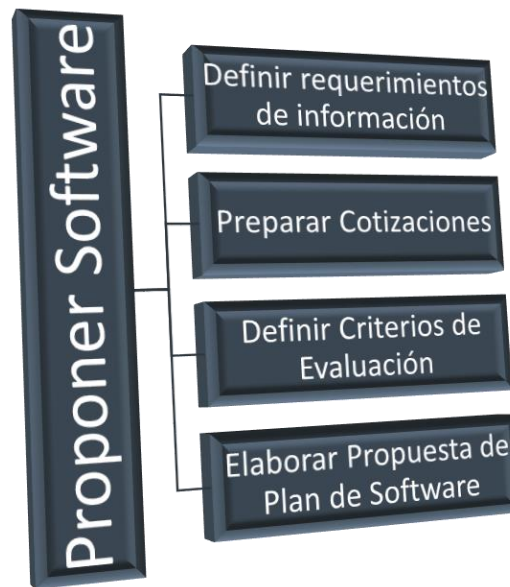


Figura 22 Actividades para proponer Software

Fuente: Elaboración propia

Se definieron las siguientes actividades:

Este fue el desarrollo de las actividades

**a. Definir requerimientos de información**

En coordinación con el personal de atención, se definieron los requerimientos (Ver anexo **XX**) en dos grupos:

- Requerimientos Funcionales
- Requerimientos no Funcionales

**b. Preparar cotizaciones de productos**

Se cotizó a 3 proveedores (Ver Formato de Cotización en el Anexo D5)

**c. Definir criterios de evaluación**

Se definieron 5 criterios, para poder evaluar cada una de las propuestas, los mismos que se sintetizan en la tabla siguiente:

Tabla 20. Criterios de evaluación de Software

Condición	Puntaje
Funcionalidad	20
No Funcionalidad	15
Soporte Técnico	5
Costo del Software	50
Experiencia del Postor	10
<b>Total</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

#### d. Preparar el Plan de Propuesta del Software

Finalmente, se elaboró el Plan de Compra de Software para la atención de clientes. En el Anexo 13, se puede observar el Plan completo.



Figura 23 Muestra de Software para restaurantes

Fuente: Anexo 12

### C. Verificar

#### ➤ Mejora 01: Preparar Procedimiento

Se verificó el cumplimiento de las actividades que conforman el procedimiento. En la tabla siguiente se puede observar el cumplimiento del procedimiento.

Tabla 21. Cumplimiento del Procedimiento propuesto

Fecha	Actividades programadas	Actividades ejecutadas	% ejecución
19-06-2021	22	16	72.7%
20-06-2021	22	19	86.4%
22-06-2021	22	19	86.4%
24-06-2021	22	21	95.5%

Fuente: Elaboración propia

Observe en forma gráfica:

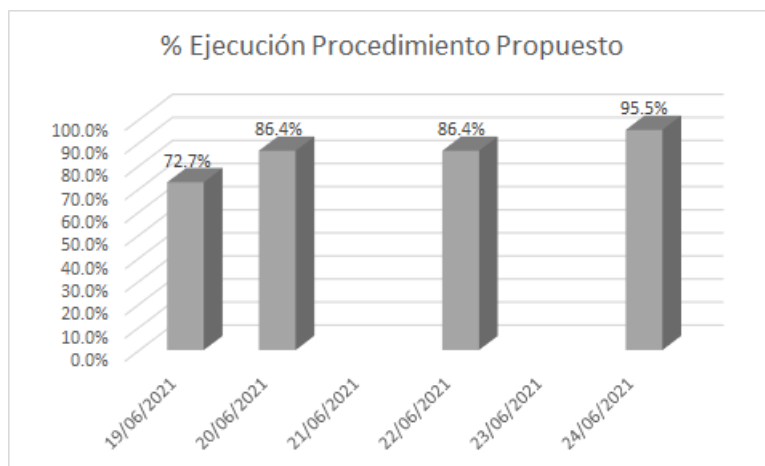


Figura 24 Comparativo del % de Ejecución del Procedimiento Propuesto

Fuente: Elaboración propia

Se puede ver una mejora del cumplimiento del procedimiento, llegando al 90.9%.



Figura 25 Cumplimiento del Procedimiento

➤ **Mejora 02: Realizar Capacitación**

Esta fue efectuada en los plazos establecidos y el resultado de la asistencia puede apreciarse en la tabla siguiente:

Tabla 22. Resumen de Participación en Capacitación

Fecha	Participantes Programados	Participantes Asistentes	% Asistencia
01/06/2021	5	4	80%
02/06/2021	5	5	100%
03/06/2021	5	5	100%

Fuente: Elaboración propia



Veamos un comparativo del % de asistencia

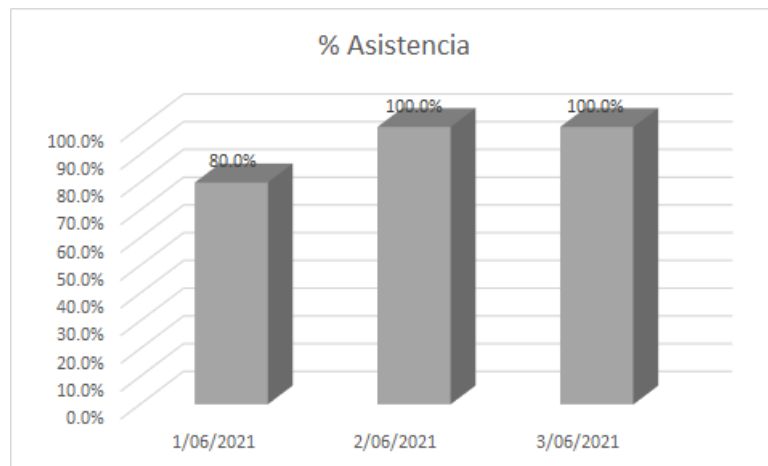


Figura 26 Resumen de Asistencia

La siguiente figura muestra la capacitación brindada al personal



Figura 27 Momentos de Capacitación

Se muestra un resumen de la asistencia

HOJA DE CONTROL DE ASISTENCIA				
	Asistentes	01-06-21	02-06-21	03-06-21
1	Linda Breas Carranza			
2	Sancho Guarnizo Pascual			
3	Jayson Zavaleta Santisheben			
4	Roger Meza Pacheco			
5	Juan Carlos Rey Sánchez			

Figura 28 Control de Asistencia

Fuente: Anexo 14

➤ **Mejora 03: Preparar DAP**

Este es el nuevo DAP; que fue obtenido en base a observaciones efectuadas

	Descripción Actividades	Op.	Insp	Tran	Esp.	Alm.	Tiempo (m)
1	Inicio Simple	○	□	↔	⊐	▽	1,00
2	Ubicar mesa	○	□	↔	⊐	▽	1,00
3	Traer cortesía	○	□	↔	⊐	▽	1,00
4	Dejar Carta de Platos	○	□	↔	⊐	▽	1,00
5	Cliente elige platos	○	□	↔	⊐	▽	5,00
6	Quiere realizar pedido?	○	□	↔	⊐	▽	1,00
7	Anotar Pedido	○	□	↔	⊐	▽	2,00
8	Entregar pedido para su cumplimiento	○	□	↔	⊐	▽	1,00
9	Avisar que platos se encuentran listos	○	□	↔	⊐	▽	2,00
10	Obtener Platos y Actualizar Liquidación	○	□	↔	⊐	▽	2,00
11	Preguntar sobre conformidad del pedido	○	□	↔	⊐	▽	1,00
12	Ampliar Pedido	○	□	↔	⊐	▽	2,00
13	Efectuar Pago	○	□	↔	⊐	▽	2,00
14	Incluir en Liquidación	○	□	↔	⊐	▽	2,00
15	Servir Platos	○	□	↔	⊐	▽	5,00
16	Contiene bebidas?	○	□	↔	⊐	▽	3,00
17	Seleccionar Bebida	○	□	↔	⊐	▽	2,00
18	Servir bebida	○	□	↔	⊐	▽	2,00
19	Entregar liquidación	○	□	↔	⊐	▽	3,00
20	Recepcionar Pago y Emitir Comprobante	○	□	↔	⊐	▽	2,00
21	Recepcionar Comprobante	○	□	↔	⊐	▽	1,00
22	Brindar Comprobante y Agradecer Visita	○	□	↔	⊐	▽	1,00
23	Fin	○	□	↔	⊐	▽	1,00
	<b>TOTAL</b>						<b>44,00</b>

Figura 29 DAP de Actividades Mejorado

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23. Tiempo tomado

Fecha	Tiempo Programado (min)	Tiempo Ejecutado	Nro Personas
19-06-2021	57	46	4
20-06-2021	57	44	2
22-06-2021	57	45	3
24-06-2021	57	44	2

Fuente: Elaboración propia

Note una mejora en los tiempos de atención con respecto al estándar, de 57 minutos, se consiguió 44 en atención a una mesa de 2 personas.

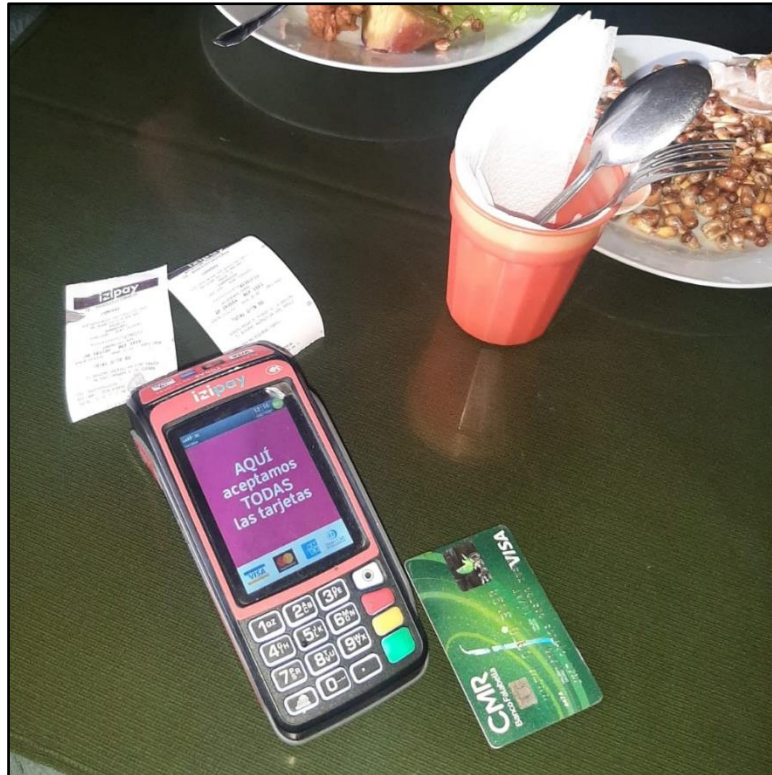


Figura 30 Liquidación con POS

➤ **Mejora 04: Proponer un Software**

Se obtuvo la propuesta del precio de 3 productos, tal como se puede apreciar en la tabla siguiente

Tabla 24. Cuadro de Precios de Software

Producto	Precio	Observación
PV Soft	1199	Pago único
Legaspi Software	99	Pago mensual
SICO	109	Pago mensual

Fuente: Elaboración de propia

Existen 2 propuestas con pago mensual y una con pago único.

En cuanto a la aplicación de los criterios de evaluación del software, los resultados se pueden apreciar en la tabla siguiente:

Tabla 25. Evaluación del Software

Condición	PV Soft	Legaspi Software	SICO
Funcionalidad	20	20	15
No Funcionalidad	15	15	10
Soporte Técnico	4	5	4
Costo del Software	40	45	40
Experiencia del Postor	5	5	5
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>90</b>	<b>74</b>

Fuente: Elaboración propia

Se eligió Legaspi Software.



Figura 31 Preparando Liquidación

## D. Actuar

- Efectuar supervisiones constantes para determinar en qué medida se cumple el procedimiento de atención al cliente.
- Implementar el software propuesto, analizando los reportes de atención, a fin de agilizar las operaciones del sistema.
- Realizar más mediciones a fin de sincerar los tiempos de las actividades del proceso de atención
- Ampliar los temas de capacitación al personal de la empresa y extender a otras áreas complementarias con la atención al cliente.
- Aplicar cuestionarios de satisfacción a los clientes, para determinar el nivel de satisfacción y preparar los correctivos necesarios de ser el caso.

### 3.5.3 Nivel de Satisfacción Final

Se aplicó la encuesta luego de las mejoras y se obtuvo los siguientes valores por cada dimensión y en forma general

Veamos los resultados en la tabla siguiente:

Tabla 26. Resumen de Nivel Satisfacción posterior a la aplicación de mejoras

Nro	DIMENSIONES ENCUESTADAS														
	Fiabilidad			Elementos Tangibles			Capacidad de Respuestas			Empatía			Seguridad		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Prom	4.6	4.4	4.5	4.2	4.2	4.3	4.3	4.1	4.2	4.4	4.3	4.2	4.5	4.5	4.3
Prom x Dimensión	4.50			4.24			4.22			4.30			4.45		
Nivel de Percepción	90.1%			84.7%			84.5%			86.1%			88.9%		
	<b>Nivel de Satisfacción</b>						<b>86.9%</b>								

Fuente: Anexo 8

El valor obtenido luego de la aplicación de las mejoras fue de 86.9%

Veamos ahora el impacto obtenido entre el pretest y el posttest, en la tabla mostrada a continuación:

Tabla 27. Impacto de la satisfacción. Comparativo Pretest y posttest

Momento	% Satisfacción Total	Fiabilidad	Elementos Tangibles	Capacidad de Respuestas	Empatía	Seguridad
PreTest	61.2%	80.1%	50.4%	45.8%	50.2%	79.4%
PostTest	86.9%	90.1%	84.7%	84.5%	86.1%	88.9%
Impacto	25.7%	10.0%	34.3%	38.7%	35.9%	9.5%

Fuente: Anexo 7 y Anexo 8

Finalmente veamos en forma gráfica, la mejora del nivel de satisfacción



Figura 32. Mejora de nivel de satisfacción

Fuente: Elaboración propia

Esta es una encuesta luego de las mejoras.



Figura 33. Encuesta luego de mejoras



## Flujo de Caja

- Se incluyen los costos por cada mejora a realizar
- Se estima un crecimiento en la cantidad de pedidos mensuales, con un consumo promedio por mesa y una rentabilidad del 35%.

Tabla 28. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA														
CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
Planificación Actividades	108													
Preparar Procedimiento		240	180	0	0	0	0	120	0	0	0	0	0	
Programa de Capacitación		300												
Preparar DOP		240	180	-	-	-	0	180	-	-	-	-	-	
Software		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
<b>TOTAL COSTO</b>	<b>108</b>	<b>879</b>	<b>459</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>399</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>2,736</b>
Consumo Promedio		58	58	59	61	62	63	64	66	67	68	70	71	
Pedidos Adicionales		30	30	30	30	31	32	33	33	33	33	33	33	
Precio		1,740	1,749	1,784	1,819	1,918	2,019	2,124	2,166	2,210	2,254	2,299	2,345	
Rentabilidad	35%	609	612	624	637	671	707	743	758	773	789	805	821	
<b>TOTAL BENEFICIOS</b>	<b>0</b>	<b>609</b>	<b>612</b>	<b>624</b>	<b>637</b>	<b>671</b>	<b>707</b>	<b>743</b>	<b>758</b>	<b>773</b>	<b>789</b>	<b>805</b>	<b>821</b>	<b>8,549</b>
<b>SALDO</b>	<b>(108)</b>	<b>(270)</b>	<b>153</b>	<b>525</b>	<b>538</b>	<b>572</b>	<b>608</b>	<b>344</b>	<b>659</b>	<b>674</b>	<b>690</b>	<b>706</b>	<b>722</b>	
<b>FLUJO FONDOS</b>	<b>(108)</b>	<b>(378)</b>	<b>(225)</b>	<b>300</b>	<b>838</b>	<b>1,410</b>	<b>2,018</b>	<b>2,362</b>	<b>3,021</b>	<b>3,696</b>	<b>4,386</b>	<b>5,091</b>	<b>5,813</b>	
													B/C	3.12
													VAN	2,747
													TIR	79.43%

Fuente: Elaboración propia

### **3.6 Método análisis de datos**

A nivel descriptivo, los diversos datos recopilados serán registrados en tablas de resultados y se analizará los resultados según la escala de datos.

A nivel inferencial y poder comprobar la hipótesis del presente proyecto donde se utilizará el estudio pre experimental mediante el pre test y post test.

### **3.7 Aspectos Éticos**

En el presente Proyecto de Investigación, serán manejadas con total confidencialidad por respeto hacia los propietarios, así como de todas las personas involucradas en la recolección de datos. Los datos conseguidos de la empresa que en este caso es la Cebicheria San Gregorio serán utilizados solo con fines académicos y así proteger la propiedad intelectual de la Cebicheria.

Del mismo modo damos fe de la veracidad de todos los resultados que se han obtenido, así como de la confiabilidad de todos los datos que se han logrado recolectar en las encuestas y entrevistas realizadas.

## IV. RESULTADOS

A fin de obtener los resultados propuestos, se elaboró la data en dos momentos, cada uno corresponde a la aplicación de un cuestionario, el cual fue aplicado: antes de desarrollar la propuesta mejora del proceso de atención (Pretest) y luego de aplicar el desarrollo de la propuesta de mejora del proceso de atención (Postest), Veamos los valores:

### Prueba de Normalidad

Se aplicó la prueba de normalidad, y en la tabla siguiente, se pueden observar los datos obtenidos

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Prom_Pre	,122	217	,000	,974	217	,000
Prom_Pos	,120	217	,000	,967	217	,000

Dado que la muestra es superior a 50, se trabajó con Kolmogorov-Smirnov, y al obtener un valor de sig de 0.00 ( $< 0.05$ ), los datos al no seguir una distribución normal, se trabajará con el estadístico de Wilconxon

#### 4.1 Proponer un plan de mejora en el área de atención para aumentar los elementos tangibles en la cevichera San Gregorio.

##### a. Estadística descriptivos

De acuerdo al plan de mejora propuesto, a continuación, se analiza la dimensión de los elementos tangibles. Para ello se tomó la encuesta de satisfacción en 2 momentos:

- Antes de la mejora de los procesos (pretest)
- Luego de la mejora de los procesos (postest)

Teniendo presente que la hipótesis a probar es:

El Plan de mejora en el área de atención aumenta los elementos tangibles en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020

A continuación, se muestra la tabla siguiente con las mediciones respectivas.

Tabla 29. Pretest y postest de la dimensión: Elementos Tangibles

Momento	Elementos Tangibles
PreTest	50.4%
PostTest	84.7%
Impacto	34.3%

Fuente: elaboración propia

Se puede observar una mejora del 34.3%, que inició con un 50.4%, antes de las mejoras y llegando a un 84.7% luego de aplicar el plan de mejoras al proceso de atención. Lo cual demuestra la aceptación de la hipótesis: que el plan de mejora en el área de atención aumenta los elementos tangibles en la cevichera San Gregorio.

En la gráfica siguiente se puede observar el comparativo pretest y postest.

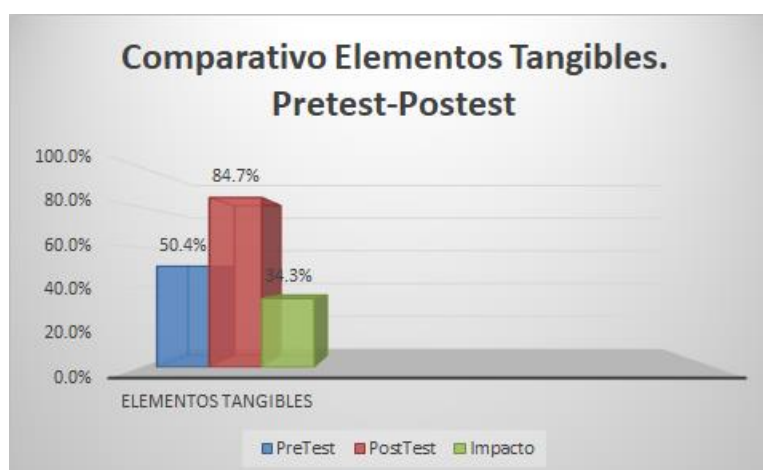


Figura 34. Impacto de la dimensión Elementos Tangibles

Fuente: Elaboración propia

Se logró un incremento del nivel de satisfacción de los elementos tangibles en 34.3%, con lo cual se acepta la hipótesis específica planteada.

**b. Valores inferenciales:**

Ho = El Plan de mejora en el área de atención no aumenta los elementos tangibles en la cevichera San Gregorio.

Ha = El Plan de mejora en el área de atención aumenta los elementos tangibles en la cevichera San Gregorio.

Veamos el valor obtenido de la prueba Z, en la tabla siguiente:

Tabla 30. Prueba Z. Dimensión Elementos Tangibles

	Tang_Pos - Tang_Pre
Z	-12,858 <sup>b</sup>
Sig. asintótica (bilateral)	,000

Se rechaza la hipótesis nula, dado que el valor Z obtenido se encuentra en la zona de rechazo, por lo que: El Plan de mejora en el área de atención aumenta los elementos tangibles de la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020.

Tal como se puede apreciar en la siguiente figura:

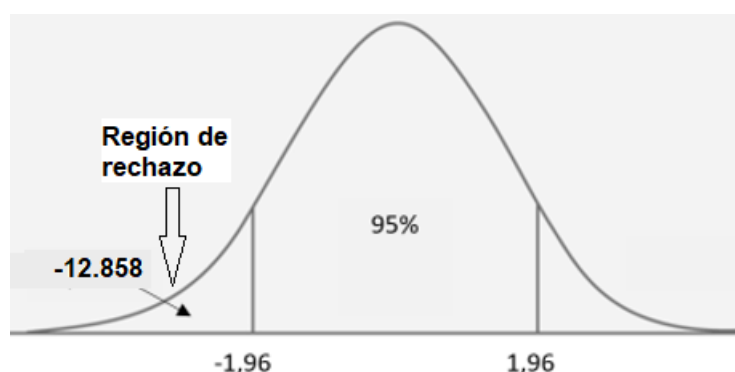


Figura 35. Región aceptación-rechazo. Dimensión elementos tangibles

#### 4.2 Proponer un plan de mejora en el área de atención para aumentar la fiabilidad en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020

##### a. Estadística descriptiva

De acuerdo al plan de mejora propuesto, a continuación, se analiza la dimensión fiabilidad. Para ello se tomó la encuesta de satisfacción en 2 momentos:

- Antes de la mejora de los procesos (pretest)
- Luego de la mejora de los procesos (posttest)

Teniendo presente que la hipótesis a probar es:

El Plan de mejora en el área de atención aumenta la fiabilidad en la en la cevichera San Gregorio.

A continuación, se muestra la tabla siguiente con las mediciones respectivas.

Tabla 31. Pretest y posttest de la dimensión: Fiabilidad

Momento	Fiabilidad
PreTest	80.1%
PostTest	90.1%
Impacto	10.0%

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar una mejora del 10.0%, que inició con un 80.1%, antes de las mejoras y llegando a un 90.1% luego de aplicar el plan de mejoras al proceso de atención. Lo cual demuestra la aceptación de la hipótesis: que el plan de mejora en el área de atención aumenta la fiabilidad en la cevichera San Gregorio.

En la gráfica siguiente se puede observar el comparativo pretest y posttest.

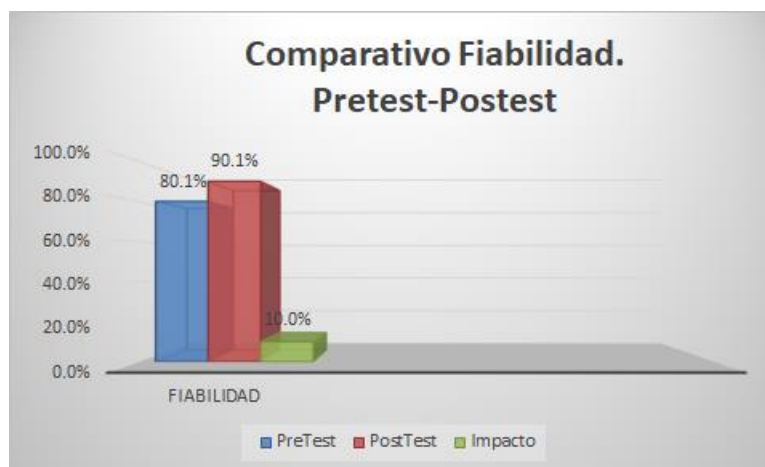


Figura 36. Impacto de la dimensión Fiabilidad

Fuente: elaboración propia

Se logró un incremento del nivel de satisfacción de la fiabilidad en 10.0%, con lo cual se acepta la hipótesis específica planteada.

### b. Estadística inferencial

Ho = El Plan de mejora en el área de atención no aumenta la fiabilidad en la cevichera San Gregorio.

Ha = El Plan de mejora en el área de atención aumenta la fiabilidad en la cevichera San Gregorio.

Veamos el valor obtenido de la prueba Z, en la tabla siguiente

Tabla 32. Prueba Z. Dimensión Fiabilidad

	Fiab_Pos - Fiab_Pre
Z	-10,246 <sup>b</sup>
Sig. asintótica (bilateral)	,000

Se rechaza la hipótesis nula, dado que el valor Z obtenido se encuentra en la zona de rechazo, por lo que: El Plan de mejora en el área de atención aumenta la fiabilidad en la cevichera San Gregorio.

Tal como se puede apreciar en la siguiente figura:

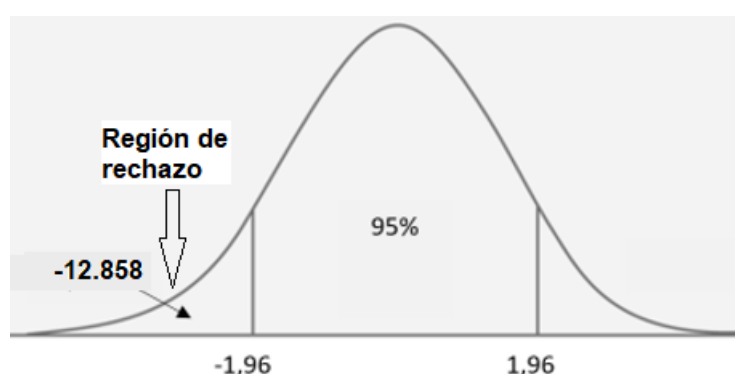


Figura 37. Región aceptación/rechazo. Dimensión Fiabilidad

#### 4.3 Proponer el plan de mejora en el área de atención para aumentar la capacidad de respuesta en la cevichera San Gregorio.

##### a. Estadística descriptiva

De acuerdo al plan de mejora propuesto, a continuación, se analiza la dimensión capacidad de respuesta. Para ello se tomó la encuesta de satisfacción en 2 momentos:

- Antes de la mejora de los procesos (pretest)
- Luego de la mejora de los procesos (postest)

Teniendo presente que la hipótesis a probar es:

El Plan de mejora en el área de atención aumenta la capacidad de respuesta en la en la cevichera San Gregorio.

A continuación, se muestra la tabla siguiente con las mediciones respectivas.



Tabla 33. Pretest y postest de la dimensión: Capacidad de Respuesta

Momento	Capacidad de Respuesta
PreTest	45.8%
PostTest	84.5%
Impacto	38.7%

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar una mejora del 38.7%, que inició con un 45.8%, antes de las mejoras y llegando a un 84.5% luego de aplicar el plan de mejoras al proceso de atención. Lo cual demuestra la aceptación de la hipótesis: que el plan de mejora en el área de atención aumenta la capacidad de respuesta en la cevichera San Gregorio.

En la gráfica siguiente se puede observar el comparativo pretest y postest.

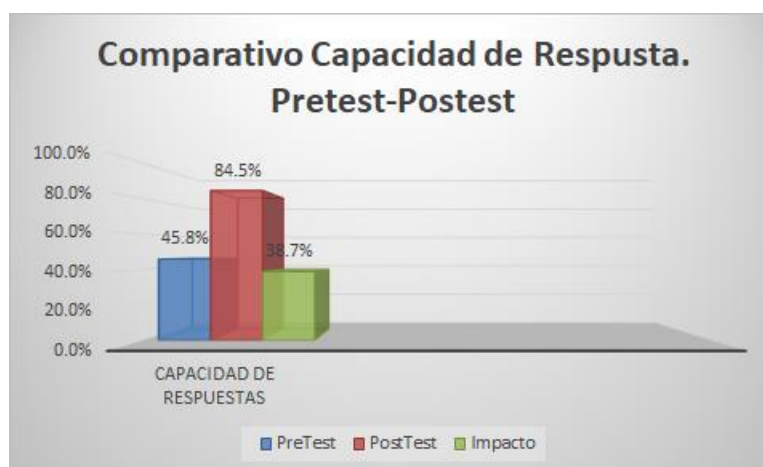


Figura 38 Impacto de la dimensión Capacidad de Respuesta

Fuente: elaboración propia

Se logró un incremento del nivel de satisfacción de la capacidad de respuesta en 38.7%, con lo cual se acepta la hipótesis específica planteada.

## b. Estadística Inferencial

Ho = El Plan de mejora en el área de atención no aumenta la capacidad de respuesta en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020.

Ha = El Plan de mejora en el área de atención aumenta la capacidad de respuesta en la cevichera San Gregorio.

Veamos el valor obtenido de la prueba Z, en la tabla siguiente:

Tabla 34. Prueba Z. Capacidad de respuesta

	Capac_Pos - Capac_Pre
Z	-12,919 <sup>b</sup>
Sig. asintótica (bilateral)	,000

Se rechaza la hipótesis nula, dado que el valor Z obtenido se encuentra en la región de rechazo, por lo que: El Plan de mejora en el área de atención aumenta la capacidad de respuesta en la cevichera San Gregorio.

Tal como se puede apreciar en la siguiente figura:

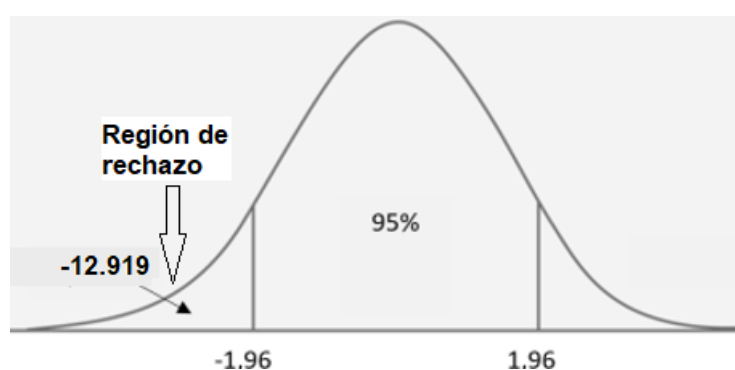


Figura 39. Región aceptación-rechazo. Dimensión Capacidad de Respuesta

**4.4** Proponer el plan de mejora en el área de atención para aumentar la seguridad en la cevichera San Gregorio.

**a. Estadística descriptiva**

De acuerdo al plan de mejora propuesto, a continuación, se analiza la dimensión seguridad. Para ello se tomó la encuesta de satisfacción en 2 momentos:

- Antes de la mejora de los procesos (pretest)
- Luego de la mejora de los procesos (postest)

Teniendo presente que la hipótesis a probar es:

El Plan de mejora en el área de atención aumenta la seguridad en la en la cevichera San Gregorio.

A continuación, se muestra la tabla siguiente con las mediciones respectivas.

Tabla 35. Pretest y postest de la dimensión: Seguridad

Momento	Seguridad
PreTest	79.4%
PostTest	88.9%
Impacto	9.5%

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar una mejora de 9.5%, que inició con un 79.4%, antes de las mejoras y llegando a un 90.2% luego de aplicar el plan de mejoras al proceso de atención. Lo cual demuestra la aceptación de la hipótesis: que el plan de mejora en el área de atención aumenta la seguridad en la cevichera San Gregorio.

En la gráfica siguiente se puede observar el comparativo pretest y postest.

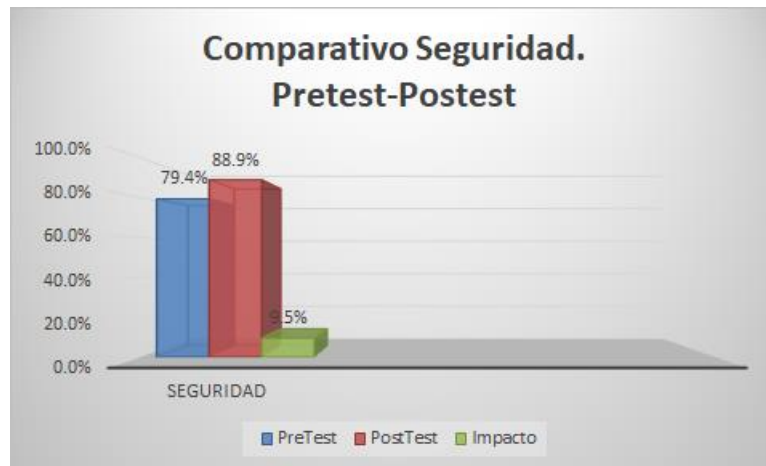


Figura 40. Impacto de la dimensión Seguridad

Fuente: Elaboración propia

Se logró un incremento del nivel de satisfacción de la seguridad en 9.5%, con lo cual se acepta la hipótesis específica planteada.

### b. Estadística Inferencial

Ho = El Plan de mejora en el área de atención NO aumenta la seguridad en la cevichera San Gregorio.

Ha = El Plan de mejora en el área de atención aumenta la seguridad en la cevichera San Gregorio.

Tabla 36. Prueba Z. Dimensión Seguridad

	Seguridad_Pos - Seguridad_Pre
Z	-11,071 <sup>b</sup>
Sig. asintótica (bilateral)	,000

Se rechaza la hipótesis nula, dado que el valor Z obtenido se encuentra en la zona de rechazo, por lo que: El Plan de mejora en el

área de atención aumenta la seguridad en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020.

Tal como se puede apreciar en la siguiente figura:

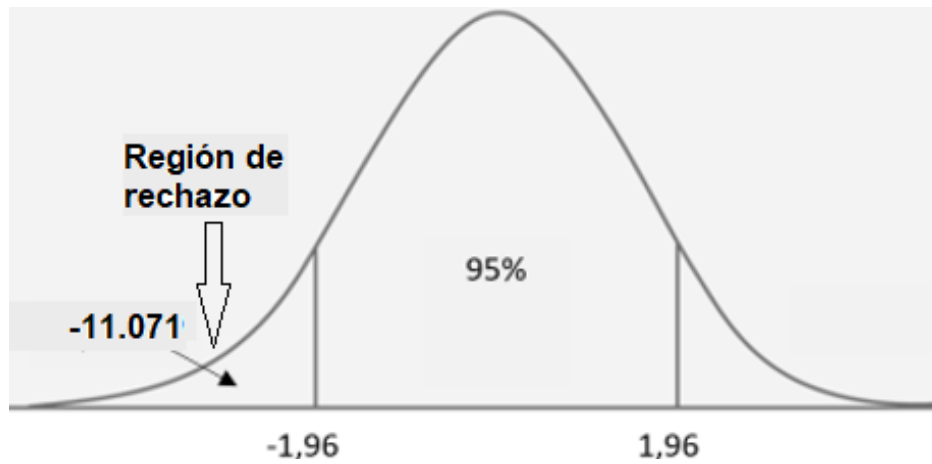


Figura 41. Región aceptación-rechazo. Dimensión Seguridad

#### 4.5 Proponer el plan de mejora en el área de atención para aumentar la empatía en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020

##### a. Estadística descriptiva.

De acuerdo al plan de mejora propuesto, a continuación, se analiza la *dimensión empatía*. Para ello se tomó la encuesta de satisfacción en 2 momentos:

- Antes de la mejora de los procesos (pretest)
- Luego de la mejora de los procesos (posttest)

Teniendo presente que la hipótesis a probar es:

El Plan de mejora en el área de atención aumenta la empatía en la cevichera San Gregorio.

A continuación, se muestra la tabla siguiente con las mediciones respectivas.

Tabla 37. Pretest y posttest de la dimensión: Empatía

Momento	Empatía
PreTest	50.2%
PostTest	85.6%
Impacto	35.3%

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar una mejora del 35.3%, que inició con un 50.2%, antes de las mejoras y llegando a un 85.6% luego de aplicar el plan de mejoras al proceso de atención. Lo cual demuestra la aceptación de la hipótesis: el plan de mejora en el área de atención aumenta la empatía en la cevichera San Gregorio.

En la gráfica siguiente se puede observar el comparativo pretest y posttest.

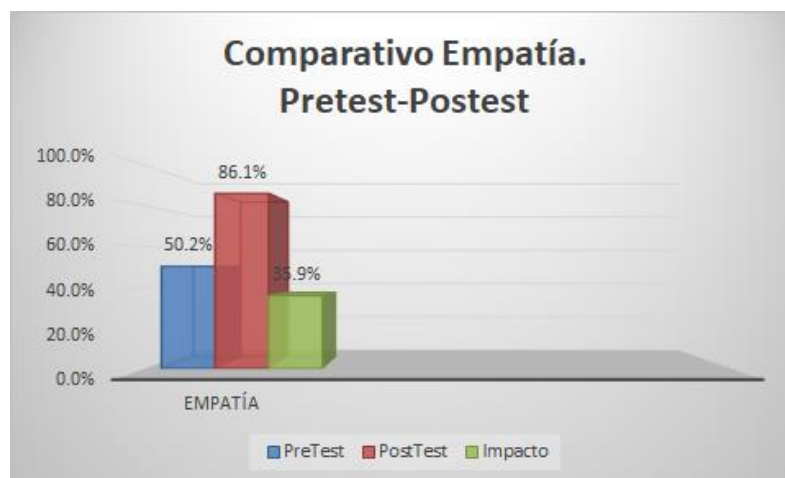


Figura 42. Impacto de la dimensión Empatía

Fuente: Elaboración propia

Se logró un incremento del nivel de satisfacción de la seguridad en 35.9%, con lo cual se acepta la hipótesis específica planteada.

**b. Estadística Inferencial**

Ho = El Plan de mejora en el área de atención NO aumenta la empatía en la cevichera San Gregorio.

Ha = El Plan de mejora en el área de atención aumenta la empatía en la cevichera San Gregorio.

Tabla 38. Prueba Z. Dimensión Empatía

	Empatia_Pos - Empatia_Pre
Z	-12,849 <sup>b</sup>
Sig. asintótica (bilateral)	,000

Se rechaza la hipótesis nula, dado que el valor Z obtenido se encuentra en la zona de rechazo, por lo que: El Plan de mejora en el área de atención aumenta la empatía en la cevichera San Gregorio

Tal como se puede apreciar en la siguiente figura:



Figura 43. Región de aceptación/rechazo. Dimensión Empatía



## V. DISCUSIÓN

En cuanto al objetivo general que persiguió la investigación de proponer un plan de mejora en el área de atención para aumentar la satisfacción de los clientes en la cevichera San Gregorio, se logró un incremento del 25.7%, pasando de un valor inicial de antes de las mejoras de 61.2%, llegando a un 86.9% luego de las mejoras aplicadas. Para medir la satisfacción de los clientes, se aplicó un cuestionario basado en el modelo SERVQUAL, que estuvo conformado por 15 preguntas y que fue aplicada a una muestra de clientes de 217. Para realizar las mejoras se aplicó el círculo de Deming, recorriendo las 4 fases de su propuesta; las mejoras que se propusieron fueron 4 y estuvieron en función a las causas identificadas en el diagrama de Ishikawa y priorizadas por medio del diagrama de Pareto. Esto concuerda con la investigación de Tinoco (2017) quien aplicó el modelo de mejora, obteniendo un incremento de 14.85%, también aplicó como instrumento la encuesta en 2 momentos a un grupo de 263 clientes. Así mismo tenemos la investigación de Sánchez (2013), quien también aplicó las 4 fases del ciclo de Deming y propuso 5 mejoras al proceso, también coincide en la definición de las causas principales que afectaban el nivel de satisfacción por medio del diagrama de Pareto; adicionalmente coincide en la aplicación de un cuestionario al iniciar la investigación obteniendo 63.47%, y luego de aplicar las mejoras obtuvo un 77.19% incrementando en 13.72% el nivel de satisfacción de sus clientes. Esto se sustenta en las definiciones de Acosta (2014) quien indica que el círculo de Deming es una metodología que busca la Mejora Continua en una empresa. Basa su propuesta en 4 fases secuenciales y repetidas. Busca la mejora dentro de puntos como: los productos, competencia, y servicios, su calidad; reduciendo precios y costos y Moreno Cardenas (2019) quien indica que la satisfacción trata del placer, sensación o desilusión de las personas al comprar o recibir un servicio. Por tal motivo, la satisfacción del cliente es el gusto que se experimenta después de haber consumido un producto

Luego de aplicar el plan de mejora en el área de atención se logró aumentar los elementos tangibles en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020, con un incremento de 34.3%. Para llegar a este valor, se trabajó con el modelo

SERVQUAL, y se midió al inicio de la investigación, el nivel de satisfacción con una encuesta, luego se aplicaron las mejoras, y finalmente se volvió a medir la satisfacción. Esto concuerda con la investigación efectuada por Herrera (2017) quien también aplicó 1 cuestionario basado en el modelo SERVQUAL, en dos momentos, en donde se logró en la dimensión elemento tangibles un 76.4%.

Así mismo, luego de aplicar el plan de mejora en el área de atención se logró aumentar la fiabilidad en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020, con un incremento de 34.3%. Para llegar a este valor, se usó el modelo SERVQUAL, y se midió al inicio de la investigación, el nivel de satisfacción con una encuesta, luego se aplicaron las mejoras, y finalmente se volvió a medir la satisfacción. Esto concuerda con la investigación efectuada por Espinoza Requejo (2018) quien también aplicó un cuestionario basado en el modelo SERVQUAL, en dos momentos, en donde se logró en la dimensión fiabilidad un 47%. Esto se sustenta en la teoría propuesta por Zeithaml (2014) que indica que la fiabilidad permite desarrollar un determinado servicio en forma cuidadosa y fiablemente, a fin de lograr colmar las expectativas de un cliente.

Luego de aplicar el plan de mejora en el área de atención se logró aumentar la capacidad de respuesta en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020, con un incremento de 34.3%. Para llegar a este valor, se trabajó con el modelo SERVQUAL, y se midió al inicio de la investigación, el nivel de satisfacción con una encuesta, luego se aplicaron las mejoras, y finalmente se volvió a medir la satisfacción, obteniendo un 84.4% de satisfacción final, luego de aplicar las mejoras logrando un aumento del 38.7% (el valor inicial fue de 45.8% antes de las mejoras). Esto concuerda con la investigación efectuada por Herrera (2017) quien para determinar el valor de la dimensión capacidad de respuesta, también aplicó un cuestionario basado en el modelo SERVQUAL, en dos momentos, en donde se logró un valor de 71.2% luego de realizar las mejoras respectivas. En cuanto a las teorías Cabrera & Soriano (2013), indican que la capacidad de respuesta es la solidaridad y decisión para apoyar a los consumidores, por parte de las personas que laboran en la empresa y deben buscar brindar una atención rápida.

## VI. CONCLUSIONES

- Se aumentó el nivel de satisfacción en los elementos tangibles de la cevichera San Gregorio, mediante la propuesta de un plan de mejora en el área de atención, logrando un aumento del 34.3%, que inició con un 50.4% (pretest), antes de las mejoras y llegando a un 84.7% (postest).
- Se aumentó el nivel de satisfacción en la fiabilidad de la cevichera San Gregorio, mediante la propuesta de un plan de mejora en el área de atención, logrando un aumento del 10.0%, que inició con un 80.1% (pretest), antes de las mejoras y llegando a un 90.1% (postest).
- Se aumentó el nivel de satisfacción en la capacidad de respuesta de la cevichera San Gregorio, mediante la propuesta de un plan de mejora en el área de atención, logrando un aumento del 38.7%, que inició con un 45.8% (pretest), antes de las mejoras y llegando a un 84.7% (postest).
- Se aumentó el nivel de satisfacción en la seguridad de la cevichera San Gregorio, mediante la propuesta de un plan de mejora en el área de atención, logrando un aumento del 9.5%, que inició con un 79.4% (pretest), antes de las mejoras y llegando a un 88.9% (postest).
- Se aumentó el nivel de satisfacción en la empatía de la cevichera San Gregorio, mediante la propuesta de un plan de mejora en el área de atención, logrando un aumento del 35.59%, que inició con un 50.2% (pretest), antes de las mejoras y llegando a un 86.1% (postest).

## **VII. RECOMENDACIONES**

- Efectuar supervisiones constantes para determinar en qué medida se cumple el procedimiento de atención al cliente.
- Implementar el software propuesto, analizando los reportes de atención, a fin de agilizar las operaciones del sistema.
- Realizar más mediciones a fin de sincerar los tiempos de las actividades del proceso de atención
- Ampliar los temas de capacitación al personal de la empresa y extender a otras áreas complementarias con la atención al cliente.
- Aplicar cuestionarios de satisfacción a los clientes, para determinar el nivel de satisfacción y preparar los correctivos necesarios de ser el caso.

## REFERENCIAS

- Acosta, D. (2014). *PCI HISPANO*. Obtenido de El círculo de Deming (o círculo PDCA) y la gestión de PCI DSS: <https://www.pchispano.com/el-circulo-de-deming-o-circulo-pdca-y-la-gestion-de-pci-dss/>
- Arango Serna, M. D., Adarme Jaimes, W., & Zapata Cortes, J. A. (2010). GESTIÓN CADENA DE ABASTECIMIENTO - LOGISTICA CON INDICADORES BAJO. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 101.
- Avila Rojas, S. I., & Osorio Gomez, J. C. (2015). MODELO DE PROGRAMACIÓN MULTI-OBJETIVO FUZZY PARA LA SELECCIÓN DE. *Revista EIA*, 164.
- Beltran Amador, A., & Burbano Collazos, A. (2002). Modelo de benchmarking de la cadena de abastecimiento para pymes manufactureras. *Estudios Gerenciales*, 18.
- Cabrera, F., & Soriano, I. (2013). *Cabrera&Co*. Obtenido de Modelo SERVQUAL: ¿qué es?: <http://cabreraandco.mx/modelo-servqual-que-es/>
- Cadena, J., & Vega, A. (2017). Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México. *Ingeniería Industrial*, 41-60. ISSN: 1856-8327.
- calidad-gestion. (2013). *www.calidad-gestion.com.a*. Obtenido de [http://www.calidad-gestion.com.ar/boletin/58\\_ciclo\\_pdca\\_estrategia\\_para\\_mejora\\_continua.html](http://www.calidad-gestion.com.ar/boletin/58_ciclo_pdca_estrategia_para_mejora_continua.html)
- Cavalcante Costa, M. M., Santos Salazar, V., De oliveira Alves, L., & Oliveira Silva, A. C. (2018). Análisis de la influencia del ambiente sobre la satisfacción de los clientes del Restaurante Reteteu (Recife – Brasil). *Baja gastronomía*.
- Cevallos, T. (2019). Indicators to measure the quality of service and rules of etiquette and protocol, applying the servqual model in the restaurant Tapas & Topes, of Puyo, Province of Pastaza. *Ciencia Digital*, 75-91. ISSN: 2602-8085.
- Encinas, R. (2015). *core.ac.uk*. Obtenido de Calidad del Sector de Restaurantes en Lima Metropolitana : <https://core.ac.uk/download/pdf/196542811.pdf>
- Escobar, D., & Serna, L. (2018). Plataforma para la Aplicación de Herramientas de Calidad en Organizaciones empleando Tecnologías Web 2.0. (*Tesis de Titulación*). Universidad de Cartagena, Cartagena de Indias.
- ESCOBAR, D., & SERNA, L. (2018). Plataforma para la Aplicación de Herramientas de Calidad en Organizaciones empleando Tecnologías Web 2.0. (*Tesis de Titulación*). Universidad de Cartagena, Cartagena de Indias.
- Espinoza Requejo, C. C. (2018). Satisfacción del cliente externo sobre la calidad de atención en la escuela académico profesional de turismo y negocios de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel. *UVC HACER*, 87-98.
- Estatista. (2021). *Estatista.es*. Obtenido de Evolución de la puntuación de Starbucks en el Índice de Satisfacción del Cliente USA: <https://es.statista.com/estadisticas/634471/indice-de-satisfaccion-del-cliente-estadounidense-starbucks-en-ee-uu/>

- Falcó, A. (2009). *Herramientas de Calidad*. Madrid.
- Gestion, C. &. (2011). *Portal calidad-gestion*. Obtenido de [https://calidad-gestion.com.ar/boletin/65\\_satisfaccion\\_del\\_cliente.html](https://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html)
- Gobierno de Navarra. (2018). *Departamento de Educación*. Obtenido de ¿Qué es un plan de mejora?:  
[http://www.educacion.navarra.es/documents/57308/57761/Qu\\_\\_\\_es\\_un\\_plan\\_de\\_mejora.pdf/c300e8bc-1606-40c0-8a20-22ce1895bc04](http://www.educacion.navarra.es/documents/57308/57761/Qu___es_un_plan_de_mejora.pdf/c300e8bc-1606-40c0-8a20-22ce1895bc04)
- Goñi, A. (9 de Setiembre de 2015). *Addi.ehu*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2020, de <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/16709/TFG-%20Ariane%20Go%C3%B1i.pdf;sequence=2>
- Gutierrez Pulido, H. (2010). *Calidad total y productividad*. México: McGraw Hill / Interamericana Editores S.A.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*. México DF: Mc Graw Hill.
- Herrera, F. (2017). *repositorio.ucv.edu.pe*. Obtenido de Mejora de la calidad de atención para aumentar la satisfacción del cliente en la Empresa Olva Courier, Chimbote - 2017:  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/17068>
- Investopedia. (2018). *investopedia*. Obtenido de Ishikawa Diagram:  
<https://www.investopedia.com/terms/i/ishikawa-diagram.asp>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *books.google*. Obtenido de [https://books.google.es/books?id=sLJXV\\_z8XC4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?id=sLJXV_z8XC4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false)
- Medina Valera, P. D., Cruz Trejos, E. A., & Gomez Montoya, R. A. (2012). Selección de proveedor de WMS utilizando método AHP. *Scientia Et Technica*, 65 - 67.
- metodoss.com. (2015). *metodoss.com*. Obtenido de Metodología PDCA – Ciclo Deming:  
<https://metodoss.com/metodologia-pdca-ciclo-shewhart-deming/>
- Montañez Rufino, M., Canto Maldonado, J., Gonzalez Herrera, K. C., Balancan Zapata, A., & Lamban Castillo, P. (2019). *Procedimiento para el abastecimiento de materia prima en la Merida, Mexico*: Universidad Autonoma de Yucatan.
- Moreno Cardenas, E. Y. (2019). CALIDAD DEL SERVICIO DE INTERNET Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. *Industrial Data*, 105-106.
- Moreno, J. (2015). Implementación de Estrategias de Marketing para una empresa que compete en el Sector Industrial de productos de pintura Lima. (*Tesis de Titulación*). Universidad Ricardo Palma, Lima.
- Mulder, P. (2012). *ToolsHero*. Obtenido de Pareto Analysis and principle:  
<https://www.toolshero.com/problem-solving/pareto-analysis/>
- Mulder, P. (2018). *ToolsHero*. Obtenido de SERVQUAL Model. Retrieved:  
<https://www.toolshero.com/quality-management/servqual-model/>

- Nemur, L. (2016). *Productividad, consejos y atajos de productividad para personas ocupadas*. Babelcube Inc. Obtenido de [https://books.google.es/books?id=sh0aDAAAQBAJ&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.es/books?id=sh0aDAAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s)
- Paride, B. (25 de 10 de 2017). *Portal thema-med*. Obtenido de <https://www.thema-med.com/wp-content/uploads/2017/10/LA-SATISFACCI%C3%93N-DEL-CLIENTE.pdf>
- PDCA Cycle. (2016). *QualityResources*. Obtenido de WHAT IS THE PLAN-DO-CHECK-ACT (PDCA) CYCLE?: <https://asq.org/quality-resources/pdca-cycle>
- Pérez, A. (2015). *CEOLEVEL*. Recuperado el 15 de octubre de 2019, de ¿Qué es el diagrama Ishikawa y para qué sirve?: <http://www.ceolevel.com/que-es-el-diagrama-ishikawa-y-para-que-sirve>
- Reyna Gonzalez, J. E., & Sanchez Garcia, J. F. (2019). El Insight del Cliente y la Satisfacción en el. *UCV-HACER*.
- Sánchez, S. (2013). *dspace.ucuenca.edu.ec*. Obtenido de Aplicación de las 7 Herramientas de la Calidad a través del ciclo de mejora continua de Deming en la Sección de Hilandería en la fábrica Pasamanería S.A.: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/501/1/TESIS.pdf>
- Sociedad Peruana de Gastronomía. (2013). El boom Gastronomico Peruano al 2013. *Apega*, 15.
- TINOCO, O. (2017). *industrial.unmsm.edu.pe*. Obtenido de Modelo de mejora continua basado en procesos y su impacto en la calidad de los servicios que perciben los clientes de la empresa de servicios ServiFreno de la ciudad de Quito - Ecuador: <https://industrial.unmsm.edu.pe/upg../archivos/TESIS2018/DOCTORADO/tesis11.pdf>
- Valarezo Jimenez, M. A., Lazaro Lopez, D. A., & Martinez Arrollo, j. A. (2019). Application of the SERVQUAL model to. *DYNA*.
- Zeithaml, V. y. (2014). *Marketing y Servicios.Un enfoque de integración del cliente a la empresa*. Mexico: McGrawHill.

## ANEXOS

### ANEXO 1: Matriz de Coherencia

TITULO	PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
<b>Plan de mejora en el área de atención para aumentar la satisfacción de los clientes en la cebichería San Gregorio, Trujillo 2020</b>	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
	¿Cómo el plan de mejora en el área de atención AUMENTARÁ el nivel de satisfacción de los clientes en la Cevichera San Gregorio, Trujillo?	Proponer un plan de mejora en el área de atención para aumentar la satisfacción de los clientes en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020	El Plan de mejora en el área de atención aumenta la satisfacción de los clientes en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020
	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS
	¿En qué medida el plan de mejora en el área de atención aumentará los elementos tangibles de la Cevichera San Gregorio, Trujillo?	Proponer un plan de mejora en el área de atención para aumentar los elementos tangibles en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020	El Plan de mejora en el área de atención aumenta los elementos tangibles en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020
	¿En qué medida el plan de mejora en el área de atención aumentará la fiabilidad en la Cevichera San Gregorio, Trujillo?	Proponer un plan de mejora en el área de atención para aumentar la fiabilidad en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020	El Plan de mejora en el área de atención aumenta la fiabilidad en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020
	¿En qué medida el plan de mejora en el área de atención aumentará la capacidad de respuesta en la Cevichera San Gregorio, Trujillo?	Proponer el plan de mejora en el área de atención para aumentar la capacidad de respuesta en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020	El Plan de mejora en el área de atención aumenta la capacidad de respuesta en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020
¿Cómo el plan de mejora en el área de atención aumentará la seguridad en la Cevichera San Gregorio, Trujillo?	Proponer el plan de mejora en el área de atención para aumentar la seguridad en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020	El Plan de mejora en el área de atención aumenta la seguridad en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020	
¿Cómo el plan de mejora en el área de atención aumentará la empatía en la Cevichera San Gregorio, Trujillo?	Proponer el plan de mejora en el área de atención para aumentar la empatía en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020	El Plan de mejora en el área de atención aumenta la empatía en la cevichera San Gregorio, TRUJILLO 2020	



## ANEXO 2: Matriz de Operacionalización

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Plan de Mejora	Es un conjunto de pasos a fin de establecer un modo de trabajar para lograr tener más productividad y hacer de nuestro lugar de labores algo más agradable. (Montenegro, 2012)	Tiene como objetivo mejorar las actividades del proceso de la cadena de abastecimiento. Tiene como dimensiones: planificar, hacer,	Planificar	<b>Indicador Acciones Terminadas</b>  $\frac{\text{Actividades Realizadas}}{\text{Actividades Planificadas}}$	Razón
			Hacer		
			Verificar	<b>Resultados Obtenidos</b>  $\frac{\text{Meta Alcanzada}}{\text{Meta Esperada}}$	
			Actuar		
Satisfacción del cliente	La satisfacción trata del placer, sensación o desilusión de las personas al comprar o recibir un servicio. Por tal motivo, la satisfacción del cliente es el gusto que se experimenta después de haber consumido un producto (Moreno Cardenas, 2019)	Dicha variable se mide a partir del cuestionario de calidad de servicio que está diseñado por SERVQUAL, el cual evalúa 5 dimensiones	Elementos Tangibles	Ind. Tangibilidad  $= \frac{\sum_{i=1}^n \text{Puntaje}}{n}$	ORDINAL 1.- Totalmente en desacuerdo 2.- En desacuerdo 3.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4.- De acuerdo 5.- Totalmente de acuerdo
			Fiabilidad	Ind. Fiabilidad  $= \frac{\sum_{i=1}^n \text{Puntaje}}{n}$	
			Capacidad de respuesta	Ind. Capacidad Respuesta  $= \frac{\sum_{i=1}^n \text{Puntaje}}{n}$	
			Seguridad	Ind. Seguridad  $= \frac{\sum_{i=1}^n \text{Puntaje}}{n}$	
			Empatía	Ind. Empatía  $= \frac{\sum_{i=1}^n \text{Puntaje}}{n}$	

## ANEXO 3 Instrumento de recolección de datos



### ENCUESTA DE SATISFACCION DE ATENCION CEBICHERIA SAN GREGORIO

La presente encuesta intenta medir las expectativas respecto a la atención que le brindamos  
Sus respuestas serán totalmente anónimas

ELIJA ESTOS VALORES

1: TOTALMENTE INSATISFECHO 2: INSATISFECHO 3: NEUTRO 4: SATISFECHO 5: TOTALMENTE SATISFECHO

DIMENSION	PREGUNTA	INTERROGANTE	1	2	3	4	5
<b>Fiabilidad</b>	<b>1</b>	La comida es servida en buen estado se nota que es fresca					
	<b>2</b>	La atención se realiza respetando el tiempo de llegada					
	<b>3</b>	Se le ofrece un servicio de calidad					
<b>Elementos Tangibles</b>	<b>4</b>	El personal usa implementos de seguridad adecuados					
	<b>5</b>	Las instalaciones están limpias y con buen olores en el interior					
	<b>6</b>	El mobiliario se encuentra en estado adecuado					
<b>Capacidad de Respuestas</b>	<b>7</b>	El personal le ofrece un servicio rápido					
	<b>8</b>	Considera que el tiempo de espera para ser atendido es el adecuado					
	<b>9</b>	El procedimiento actual de la empresa es eficiente					
<b>Empatía</b>	<b>10</b>	Los empleados brindan el mismo trato a todos los clientes					
	<b>11</b>	El personal se preocupa por el interes de los clientes					
	<b>12</b>	Se le brinda atención personalizada y de calidad					
<b>Seguridad</b>	<b>13</b>	Confía en el servicio que le brinda la empresa					
	<b>14</b>	Piensa que los potajes preparados tienen un nivel alto de higiene y salubridad					
	<b>15</b>	Considera que se siente seguro ante algún contagio del COVID					

## ANEXO 4. Validación Formato de encuesta

### CONSTANCIA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA SATISFACCION DE ATENCION

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia 1		Relevancia 2		Claridad 3		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD</b>								
	Ind. Fiabilidad $= \frac{\sum_{i=1}^n Puntaje}{n}$	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 2: ELEMENTOS TANGIBLES</b>								
	Ind. Tangibilidad $= \frac{\sum_{i=1}^n Puntaje}{n}$	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>								
	Ind. Capacidad Respuesta $= \frac{\sum_{i=1}^n Puntaje}{n}$	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 4: EMPATÍA</b>								
	Ind. Empatía $= \frac{\sum_{i=1}^n Puntaje}{n}$	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 5: SEGURIDAD</b>								
	Ind. Seguridad $= \frac{\sum_{i=1}^n Puntaje}{n}$	X		X		X		

<sup>4</sup>Observaciones (precisar si hay suficiencia): Los ítems planteados son suficientes para medir las dimensiones

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. RICARDO DARIO MENDOZA RIVERA

DNI: 18070765

Fecha: 18/05/2021

Código Orcid: 0000-0001-8744-4736

Especialidad del validador: Ingeniero

<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, esonciso, exacto y directo

  
 Mag. RICARDO DARIO MENDOZA RIVERA.  
 DNI: 18070765  
 Orcid: 0000-0001-8744-4736

### CONSTANCIA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA SATISFACCION DE ATENCION

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia 1		Relevancia 2		Claridad 3		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD</b>								
	Ind. Fiabilidad $= \frac{\sum_{i=1}^n Puntaje}{n}$	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 2: ELEMENTOS TANGIBLES</b>								
	Ind. Tangibilidad $= \frac{\sum_{i=1}^n Puntaje}{n}$	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>								
	Ind. Capacidad Respuesta $= \frac{\sum_{i=1}^n Puntaje}{n}$	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 4: EMPATÍA</b>								
	Ind. Empatía $= \frac{\sum_{i=1}^n Puntaje}{n}$	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 5: SEGURIDAD</b>								
	Ind. Seguridad $= \frac{\sum_{i=1}^n Puntaje}{n}$	X		X		X		

<sup>4</sup>Observaciones (precisar si hay suficiencia): Los ítems planteados son suficientes para medir las dimensiones

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

Apellidos y nombres del juez validador. Mag. ROBERT JERRY TICONA SANCHEZ

DNI: 18161457

Fecha: 15/05/2021


Código Orcid: 0000-0001-9387-1945

Especialidad del validador: Ingeniero

<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, esonciso, exacto y directo

  
 Mag. ROBERT JERRY SANCHEZ TICONA.  
 DNI: 19082305  
 Orcid: 0000-0001-9387-1945

**CONSTANCIA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA  
SATISFACCION DE ATENCION**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia 1		Relevancia 2		Claridad 3		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD</b>							
	Ind. Fiabilidad $= \frac{\sum_{i=1}^n \text{Puntaje}}{n}$	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2: ELEMENTOS TANGIBLES</b>							
	Ind. Tangibilidad $= \frac{\sum_{i=1}^n \text{Puntaje}}{n}$	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>							
	Ind. Capacidad Respuesta $= \frac{\sum_{i=1}^n \text{Puntaje}}{n}$	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 4: EMPATÍA</b>							
	Ind. Empatía $= \frac{\sum_{i=1}^n \text{Puntaje}}{n}$	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 5: SEGURIDAD</b>							
	Ind. Seguridad $= \frac{\sum_{i=1}^n \text{Puntaje}}{n}$	X		X		X		

<sup>4</sup>Observaciones (precisar si hay suficiencia): Los ítems planteados son suficientes para medir las dimensiones

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. EVERSON DAVID AGREDA GAMBOA       DNI: 18161457

Fecha: 15/05/2021

Código Orcid: 0000-0003-1252-9692

Especialidad del validador: Ingeniero

<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, esonciso, exacto y directo



Dr. EVERSON DAVID AGREDA GAMBOA.  
DNI: 18161457  
Orcid: 0000-0003-1252-9692

## ANEXO 5. Encuesta Para Determinar Causas



### ENCUESTA - CECBICHERIA SAN GREGORIO

**Área**            **Atención al Cliente**

La presente tiene como objetivo calificar las causas que vienen influyendo negativamente en la atención al cliente. Los valores van desde 0 ( influencia nula) al 3 (Alta influencia)

Nombre: \_\_\_\_\_

Causa	Items	Calificación (0,1,2,3)			
		Nula 0	Bajo: 1	Medio: 2	Alto: 3
	MANO DE OBRA				
Cr1	Atención personalizada				
Cr2	Personal poco capacitado				
Cr3	Trato y atención al cliente				
Cr4	Rapidez toma del pedido				
	MATERIALES				
Cr5	Demora en atención de pedido				
Cr6	No se respeta orden de atención				
Cr7	Uso implementos seguridad				
	METODOS				
Cr8	Carencia de procedimiento				
Cr9	Demora entrega Delivery				
Cr10	Falta de protocolo atención				
	MAQUINARIA				
Cr11	Seguridad del local				
Cr12	Carta de platos				
Cr13	Mobiliario del local				
	MEDICION				
Cr14	Documento procesados a mano				
Cr15	Falta de indicadores gestión				
Cr16	No se cuenta con tiempo estandar				
	MEDIO AMBIENTE				
Cr17	Manejo de desperdicios				
Cr18	Insumos en mal estado				

ANEXO 6. Técnicas e instrumento de recolección de datos

<b>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b>				
<b>Fase de estudio</b>	<b>Fuentes de información / informantes</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Resultados esperados</b>
Determinar el nivel de Satisfacción del cliente en la cebichería San Gregorio.	Clientes	Encuesta	SERVQUAL	Analizar el grado actual de satisfacción del cliente
Describir el área de atención	Administrador	Recolección de datos Entrevistas	Check list	Conocer el actual proceso de atención
Elaborar el plan de mejora	Administrador	Recolección de datos	Matriz de mejoras	Plan de mejora
Determinar el nivel de Satisfacción del cliente en la cebichería San Gregorio	Clientes	Encuesta	SERVQUAL	Analizar el grado de satisfacción del cliente luego de aplicada la mejora

## ANEXO 7. Datos Tabulados Encuesta Inicial

Item	DIMENSIONES ENCUESTADAS														
	Fiabilidad			Elementos Tangibles			Capacidad de Respuestas			Empatía			Seguridad		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	4	3	4	2	3	3	2	2	2	4	3	2	5	4	4
2	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	4	4	3
3	5	5	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4
4	4	5	5	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	5
5	4	4	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	4	5
6	5	4	4	2	3	3	3	2	2	2	3	3	5	4	4
7	4	4	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	5	4	4
8	4	3	4	2	3	2	3	2	2	4	3	2	4	4	4
9	4	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	4	3
10	5	5	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4
11	5	4	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4
12	5	3	5	2	3	2	2	2	3	2	3	2	4	4	4
13	4	3	4	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	5	4
14	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	3	2	5	4	4
15	4	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4
16	4	3	4	2	3	2	2	2	2	4	3	2	4	4	4
17	4	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	5	5	4
18	5	5	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	4	4	4
19	5	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	4	4	3
20	4	4	5	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	4	5
21	4	5	5	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	5	5
22	4	3	5	2	3	3	3	2	2	2	3	2	4	4	3
23	5	5	4	2	3	2	2	3	2	2	3	2	5	4	4
24	4	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
25	4	3	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	4	3
26	4	4	4	3	3	2	2	3	2	3	3	2	4	4	4
27	4	4	4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	4	4	4
28	4	4	5	2	4	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4
29	4	5	5	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	5	4
30	4	4	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	4	4	4
31	4	3	5	2	2	3	3	3	2	2	2	2	5	4	3
32	4	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3
33	5	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	4	4	3
34	4	4	4	3	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4
35	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3
36	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	4	4
37	5	5	5	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	5	5
38	4	4	4	3	4	3	2	2	2	3	3	3	4	5	4
39	4	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	5	4	3
40	4	4	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4
41	5	3	5	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	3
42	4	3	4	2	3	3	3	2	2	2	3	2	4	4	4
43	5	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	4	4	3
44	4	3	4	2	3	2	2	2	3	4	3	2	4	4	3
45	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	4	4	3

Item	DIMENSIONES ENCUESTADAS														
	Fiabilidad			Elementos Tangibles			Capacidad de Respuestas			Empatía			Seguridad		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	5	5	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	4	4	4
47	4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	4	4	3
48	4	5	4	2	3	3	3	2	2	2	3	2	4	4	4
49	5	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	4	4	3
50	4	5	5	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	4	5
51	4	5	5	3	3	3	3	2	2	2	3	2	4	4	5
52	4	4	5	2	3	3	2	2	2	2	3	2	4	4	3
53	5	5	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	4	4
54	4	5	5	3	3	3	2	2	2	2	3	2	4	4	5
55	4	5	5	2	3	3	2	2	2	2	3	2	4	4	3
56	5	5	4	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4
57	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	4	3
58	5	5	5	3	3	3	2	2	2	2	3	2	4	4	5
59	4	3	5	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4
60	5	5	4	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4
61	5	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3
62	5	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	4	3
63	5	5	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4
64	5	5	4	2	3	3	2	2	2	2	3	2	4	4	4
65	4	3	4	4	3	3	3	2	2	2	3	2	4	3	3
66	4	3	4	2	3	2	3	2	2	4	3	2	4	4	3
67	5	4	4	2	3	3	2	2	2	4	3	2	4	4	3
68	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	4	4	3
69	5	5	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	4
70	5	5	4	2	3	3	2	2	2	2	3	2	4	4	4
71	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	3	2	4	3	4
72	4	4	4	2	3	2	2	2	2	4	3	2	4	4	4
73	4	3	4	2	3	2	2	2	3	4	3	2	4	4	3
74	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	4	4	4
75	5	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4
76	4	3	4	2	3	3	3	2	3	4	3	2	4	4	4
77	4	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	4	4	4
78	5	5	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	4	4	4
79	5	4	4	2	3	2	2	2	3	2	3	2	4	4	4
80	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	3	2	4	3	4
81	4	3	4	2	3	3	3	2	2	4	3	2	4	4	4
82	5	5	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	4	4	4
83	5	5	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	4	4
84	4	4	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	4	4	3
85	5	5	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	4	4
86	5	5	4	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4
87	4	3	4	4	3	3	3	2	2	2	3	2	4	3	3
88	4	4	4	2	3	3	3	2	2	4	3	2	4	4	3
89	5	5	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4
90	5	5	4	2	3	3	3	2	2	2	3	2	4	4	4
91	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	2	5	3	3
92	4	3	4	2	3	2	2	3	2	4	3	2	5	4	4
93	4	5	4	2	3	3	3	3	2	4	3	2	4	4	4
94	5	5	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	4	4



Item	DIMENSIONES ENCUESTADAS														
	Fiabilidad			Elementos Tangibles			Capacidad de Respuestas			Empatía			Seguridad		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
95	5	5	4	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	4	4
96	5	5	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	5	4	4
97	5	5	4	2	3	3	3	2	2	2	3	2	4	5	4
98	4	3	4	2	3	2	2	3	2	4	3	2	4	4	3
99	4	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	4	4
100	5	5	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	5	4	4
101	5	5	4	2	3	3	3	2	2	2	3	2	4	4	4
102	4	3	4	4	3	3	2	2	2	2	3	2	4	4	4
103	4	3	4	2	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4
104	4	4	4	4	3	2	3	3	2	2	3	2	5	3	3
105	4	4	4	2	3	3	2	2	2	4	3	2	4	4	4
106	4	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
107	4	4	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	5	4	3
108	5	5	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	4	4	4
109	5	5	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4
110	4	3	4	4	3	3	2	2	3	2	3	2	5	5	3
111	4	4	4	2	3	2	3	2	2	4	3	2	4	4	4
112	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	3
113	5	5	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	5	4	4
114	5	5	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	4	4
115	4	4	4	2	3	2	2	2	3	2	3	2	5	4	4
116	5	5	4	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4
117	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3
118	4	4	4	2	3	2	3	2	3	4	3	2	5	4	3
119	4	4	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	4	4	3
120	5	5	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	4	4	4
121	5	4	4	2	3	2	3	3	2	2	3	2	5	4	4
122	4	3	4	4	3	2	2	2	2	2	3	2	4	5	3
123	4	4	4	2	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4	3
124	4	4	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	4	3
125	4	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	3
126	4	4	4	2	3	2	3	2	2	2	3	3	5	4	4
127	5	5	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	4	4
128	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	3	2	4	5	3
129	4	4	4	2	3	2	2	2	2	4	3	2	4	4	5
130	4	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	4	3
131	5	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4
132	4	4	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	4	4	3
133	4	4	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	5	4	4
134	5	5	4	2	3	2	2	2	2	3	3	2	4	4	4
135	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	3	2	4	5	3
136	4	3	4	2	3	2	3	2	2	4	3	2	4	4	3
137	4	4	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	4	3
138	5	5	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	5	4	4
139	5	5	4	2	3	2	2	2	2	3	3	2	4	4	4
140	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	3	2	4	4	4
141	4	4	4	2	3	2	3	2	2	4	3	2	4	4	3
142	5	5	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	4	4
143	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	3	2	5	5	3

Item	DIMENSIONES ENCUESTADAS														
	Fiabilidad			Elementos Tangibles			Capacidad de Respuestas			Empatía			Seguridad		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
144	4	4	4	2	3	2	3	2	2	4	3	2	4	4	3
145	4	4	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	4	4	3
146	5	5	4	2	3	2	3	3	2	2	3	2	4	4	4
147	4	4	4	4	3	2	3	3	2	2	3	2	4	3	3
148	4	4	4	2	3	2	3	2	2	4	3	2	4	4	3
149	4	4	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	4	3
150	5	5	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	4
151	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3
152	5	5	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	4	4	4
153	4	4	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	4	4	3
154	4	4	4	2	3	3	3	2	3	3	3	2	5	4	4
155	5	5	4	2	3	2	2	2	3	3	3	2	4	4	4
156	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	4	5	3
157	4	4	4	2	3	3	2	2	3	4	3	2	4	4	3
158	4	4	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	4	4	3
159	5	5	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	4	4	4
160	4	4	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	4	4	3
161	4	4	4	2	3	3	3	3	2	2	3	2	5	5	4
162	5	5	4	2	3	2	2	2	3	2	3	2	4	4	4
163	4	4	4	4	3	2	3	3	2	2	3	2	4	5	3
164	4	4	4	2	3	3	2	3	2	4	3	2	5	5	3
165	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4
166	4	4	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	5	4	3
167	4	4	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	4	5	4
168	5	3	5	2	3	3	2	2	2	2	3	2	5	4	3
169	4	4	4	2	3	2	3	2	2	2	3	3	4	4	3
170	5	4	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	4	4	4
171	5	4	4	3	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4
172	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	3
173	5	5	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4
174	4	4	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	4	4	4
175	4	4	4	2	3	2	2	2	2	2	3	3	5	4	4
176	5	5	4	2	3	3	2	2	2	2	3	2	4	4	4
177	4	4	4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	5	3	3
178	4	4	4	2	3	2	2	2	2	4	3	2	4	4	4
179	4	3	4	2	3	2	2	2	2	4	3	2	4	4	4
180	4	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	5	4	3
181	4	3	4	3	3	2	2	2	2	4	3	2	4	4	4
182	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	4	4	4
183	5	5	4	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4
184	5	3	4	4	3	2	3	3	3	2	3	2	5	3	3
185	4	4	4	2	3	2	3	2	2	4	3	2	4	4	4
186	4	3	4	2	3	2	2	2	2	4	3	2	4	4	4
187	5	5	4	2	3	2	2	2	3	2	3	2	5	4	4
188	4	3	4	4	3	2	2	2	3	2	3	3	4	3	5
189	4	3	4	2	3	2	2	2	2	4	3	2	4	5	4
190	4	3	4	2	3	3	2	2	2	4	3	3	5	4	3
191	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4
192	4	3	4	3	3	3	2	2	2	4	3	2	4	4	4

Item	DIMENSIONES ENCUESTADAS														
	Fiabilidad			Elementos Tangibles			Capacidad de Respuestas			Empatía			Seguridad		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
193	4	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	5	4	5
194	4	5	4	3	3	3	2	2	2	2	3	2	4	4	4
195	4	3	4	4	3	3	2	3	2	2	3	2	4	3	3
196	4	3	4	2	3	2	3	2	2	4	3	2	5	4	4
197	4	3	4	2	3	3	2	2	2	4	3	2	4	4	3
198	4	4	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	4	4	4
199	5	3	4	2	3	2	2	3	2	4	3	2	5	4	3
200	4	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	4	4	3
201	4	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	5	4	4
202	4	3	4	2	3	2	3	2	2	4	3	3	4	4	4
203	4	4	4	3	3	2	2	3	2	4	3	2	4	4	3
204	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	4	4	5
205	4	4	4	2	3	2	2	2	2	4	3	2	4	4	3
206	4	4	3	2	3	3	4	2	2	3	3	2	4	4	4
207	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	4	4	3
208	4	4	4	2	3	2	3	3	2	4	3	2	4	4	5
209	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	4	4	3
210	4	4	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	4	4
211	4	4	4	2	3	3	2	2	2	4	3	2	4	4	4
212	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	3
213	4	4	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	5
214	4	4	4	2	3	3	2	3	3	4	3	2	4	4	5
215	4	4	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	4	3
216	4	5	5	4	3	2	2	2	2	3	3	2	4	4	4
217	4	4	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	4	4	4

## ANEXO 8. Datos Tabulados Encuesta Final

Nro	DIMENSIONES ENCUESTADAS														
	Fiabilidad			Elementos Tangibles			Capacidad de Respuestas			Empatía			Seguridad		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
6	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4
7	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
8	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5
9	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
11	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
13	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4
14	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
15	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
16	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
17	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4
18	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
20	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4
22	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
26	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
28	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
29	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
30	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
31	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
32	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4
33	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4
34	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5
35	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4
36	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
37	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4
38	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4
39	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4
40	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
41	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
42	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
43	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
44	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4
45	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4
46	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
47	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
48	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4

Nro	DIMENSIONES ENCUESTADAS														
	Fiabilidad			Elementos Tangibles			Capacidad de Respuestas			Empatía			Seguridad		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
49	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
50	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
51	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4
52	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
53	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
54	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
55	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
56	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4
57	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
58	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
59	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
60	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
61	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
62	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4
63	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
64	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5
65	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4
66	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
67	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4
68	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5
69	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5
71	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
72	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
73	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5
74	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
75	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5
77	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
78	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5
79	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
80	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
81	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
82	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
83	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4
84	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5
85	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5
86	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
88	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
90	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
91	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
92	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
93	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
94	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4
95	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
96	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
97	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
98	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
99	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
100	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4

Nro	DIMENSIONES ENCUESTADAS														
	Fiabilidad			Elementos Tangibles			Capacidad de Respuestas			Empatía			Seguridad		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
101	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4
102	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
103	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
104	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
105	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
106	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4
107	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
108	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
109	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
110	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
111	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
112	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4
113	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5
114	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5
115	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4
116	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
117	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4
118	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5
119	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
120	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5
121	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
122	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5
123	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5
124	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
125	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4
126	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
127	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5
128	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5
129	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
130	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
131	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
132	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
133	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4
134	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4
135	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5
136	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
137	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
138	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
139	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4
140	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4
141	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
142	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
143	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
144	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
145	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
146	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4
147	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
148	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
149	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
150	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
151	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
152	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4

Nro	DIMENSIONES ENCUESTADAS														
	Fiabilidad			Elementos Tangibles			Capacidad de Respuestas			Empatía			Seguridad		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
153	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4
154	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
155	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
156	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
157	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
158	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4
159	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
160	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
161	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
162	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
163	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
164	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
165	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
166	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5
167	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4
168	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
169	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4
170	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5
171	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
172	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5
173	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5
174	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5
175	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5
176	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
177	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4
178	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5
179	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5
180	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5
181	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
182	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4
183	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4
184	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
185	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
186	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
187	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
188	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4
189	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
190	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4
191	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5
192	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
193	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4
194	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
195	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5
196	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	5
197	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
198	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5
199	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4
200	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5
201	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
202	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
203	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
204	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4

Nro	DIMENSIONES ENCUESTADAS														
	Fiabilidad			Elementos Tangibles			Capacidad de Respuestas			Empatía			Seguridad		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
205	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
206	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4
207	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4
208	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5
209	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4
210	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5
211	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4
212	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4
213	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
214	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
215	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
216	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5
217	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5



ANEXO 9. Figuras

11.A Modelo SERVQUAL

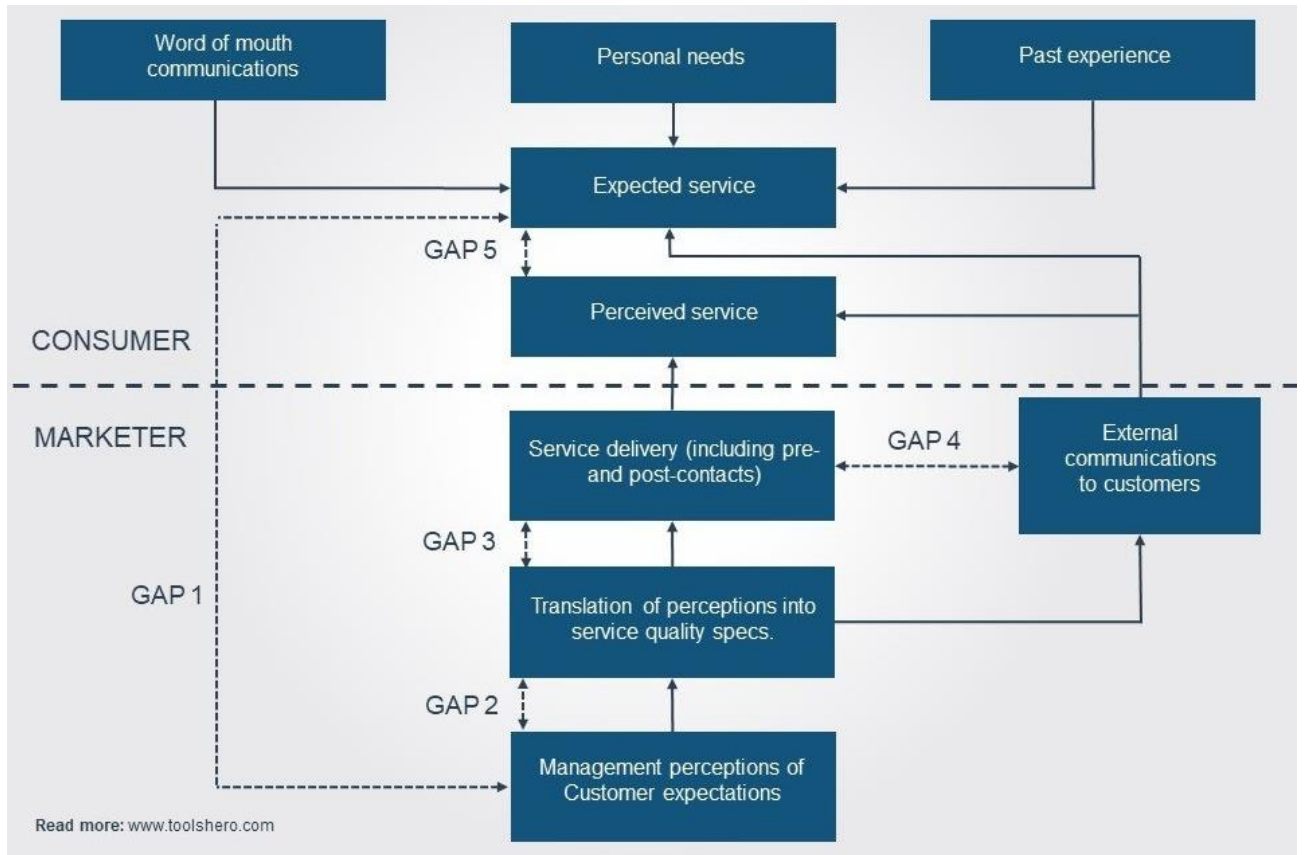


Figura 44: SERVQUAL Model (Service Quality Model)

Fuente: (Mulder, ToolsHero, 2018)

## ANEXO 10. Matriz de Priorización de causas

MATRIZ DE PRIORIZACION. CONSOLIDADO DE ENCUESTA															
CAUSAS		MATERIALES			METODOS			MANO DE OBRA			MAQUINAS		MEDICION		MEDIO AMBIENTE
		Demora en atención	Orden de atención	Uso implementos seguridad	Carencia de procedimiento	Demora entrega Delivery	Falta de protocolo atención	Atención personalizada	Personal nuevo sin capacitación	Experiencia personal cocina	Seguridad del local	Equipo de refrigeración	Baja supervisión	Falta de indicadores	Manejo de desperdicios
1	Entrevistado 1	5	5	2	5	5	5	4	4	2	3	2	2	4	1
2	Entrevistado 2	4	4	2	4	4	4	4	4	1	4	1	2	4	2
3	Entrevistado 3	4	5	1	5	5	5	3	4	1	5	1	1	5	1
4	Entrevistado 4	4	4	2	5	5	5	4	3	2	4	2	2	4	1
5	Entrevistado 5	5	5	2	5	5	5	4	4	1	4	1	1	4	1
Totales		22	23	9	24	24	24	19	19	7	20	7	8	21	6

## ANEXO 11. Plan de Adquisición de Software

### PLAN DE ADQUISICION DE SOFTWARE

#### **a. Area:**

- Atención de Clientes.

#### **b. Requerimientos establecidos**

- Requerimientos Funcionales
  - Maestros de Platos
  - Actualizar Precios
  - Maestro de Proveedores
  - Maestro de Mozos
  - Maestro de Mesas
  - Maestro de Locales
  - Registro de Pedidos
    - Registrar Pedido
    - Emitir Liquidación
    - Generar Pago
  - Registrar Pagos
    - Ingresar Cancelación
    - Emitir cuadro de caja
    - Extornos
    - Emitir grados
    - Facturación electrónica.
  - Gestión de Stocks
    - Kardex físico
    - Kardex valorizado
    - Método de Valuación Promedios
  - Consultas y Reportes
    - Ventas detalladas en rango de fecha
    - Resumen de ventas por producto
    - Estadísticas de platos con más demanda
    - Comparativo de ventas por tipo y fecha
    - Estadísticas sobre tiempo de atención

- Requerimientos No funcionales
  - Debe permitir obtener los reportes por internet
  - Exportación de reportes a Excel
  - No generar pagos adicionales
  - Sistema tenga Seguridad y Acceso
  - Seguimiento de cambios

**c. Responsable de la cotización:**

- Logística.
- Responsable de Sistemas.

**b. Puntos a Evaluar**

Condición	Puntaje
Funcionalidad	20
No Funcionalidad	15
Soporte Técnico	5
Costo del Software	80
Experiencia del Postor	10
<b>Total</b>	<b>130</b>

**c. Presupuesto:**

Se tomará como referencia de acuerdo al promedio de 3 cotizaciones

**d. Tiempo de implementación: 30 días**

- e. De acuerdo a las cotizaciones recibidas



## Tenemos la licencia ideal para tu Punto de Venta

PLAN CRECE	PLAN AVANZA
S/ <b>99</b> + IGV/mes	S/ <b>199</b> + IGV/mes
Hasta S/40,000 en ventas 4 usuarios Modificadores y variantes de producto Recetas e insumos (Ensamblajes) Inventario valorizado Compras (Re-abastecimiento) Facturación electrónica Soporte por chat o correo Reportes de ventas y gestión Actualizaciones periódicas	<b>Todas las anteriores</b> Ventas ilimitadas Usuarios ilimitados API para integración Reportes avanzados Transferencia entre almacenes Cargas masivas por excel Ejecutivo de cuentas asignado
<b>SOLICITA TU DEMO</b>	<b>SOLICITA TU DEMO</b>

### C. PV Soft

	<p>Sistema Para Restaurante Con Facturación Electrónica Pvsoft</p> <p>S/ 1.199</p>
--	--



**Personaliza con  
colores y logotipo de  
tu empresa**



**Homologación con  
SUNAT exonerada**



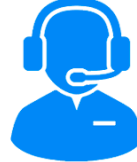
**Locales o Puntos  
de Venta**



**Certificado digital  
incluido**



**Envío por correo**



**Soporte**



**Activación con  
SUNAT EN 24 horas**





**Control de Stock**



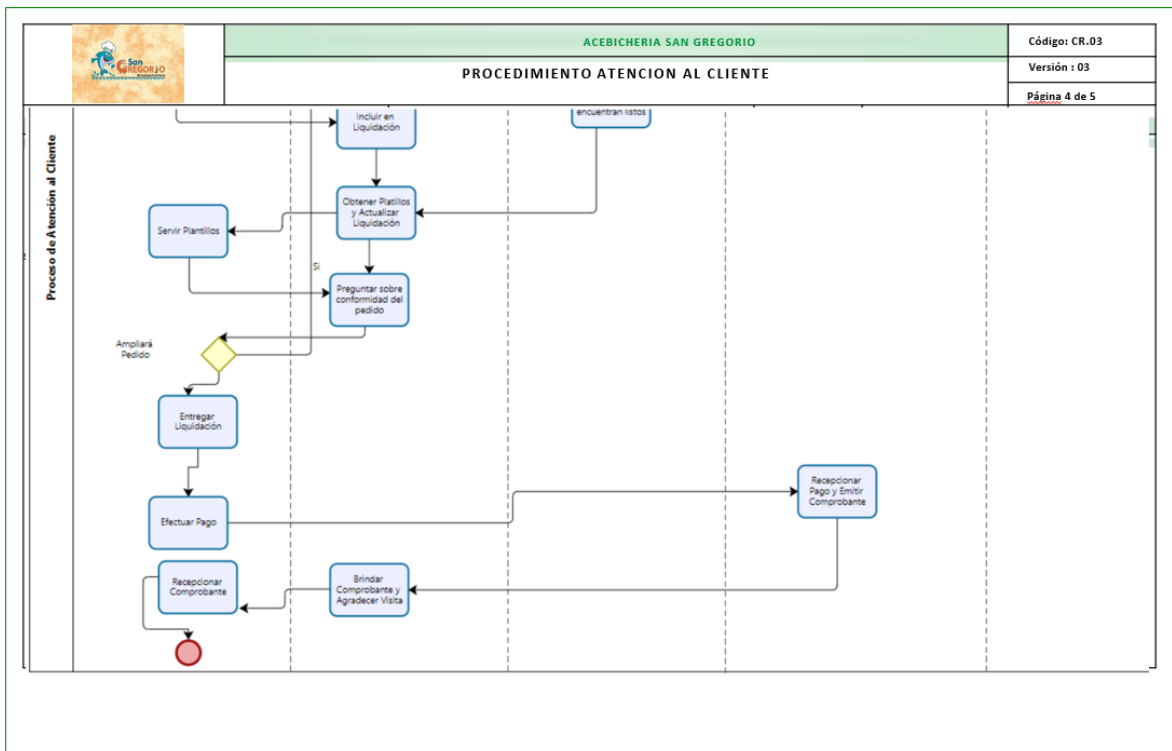
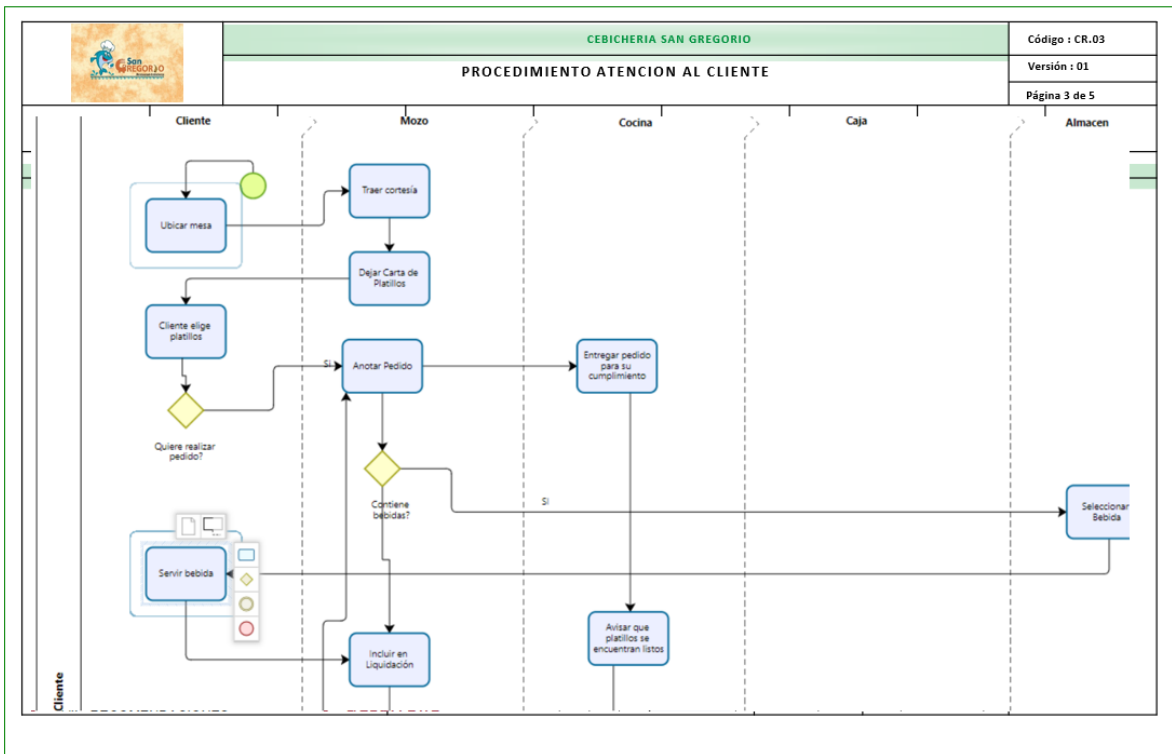
**Reportes**

## ANEXO 12. Procedimiento

	<b>CEBICHERIA SAN GREGORIO</b>		Código: CR.03
	<b>PROCEDIMIENTO DE ATENCION AL CLIENTE</b>		Versión : 01 Página 1 de 5
Revisó: Jefe Atención	Aprobó: Gerencia	Fecha de aprobación: Junio 15 de 2021	
<b>OBJETIVO</b>		<b>ALCANCE</b>	
Estandarizar las actividades de atención a los clientes.		Áreas de Atención a clientes y relacionadas.	
<b>NORMATIVA</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Decreto Supremo N° 052-2019-EF.</li> </ul>			
<b>DEFINICIONES Y/O ABREVIATURAS</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Plato:</b> es lo que se comercializa a los clientes.</li> <li><b>PEDIDO:</b> Contiene los platos que un cliente demanda.</li> <li><b>LIQUIDACIÓN:</b> Es el monto total a que asciende lo pedido por un cliente.</li> <li><b>MEDIO DE PAGO:</b> es el medio que un cliente utilizará para pagar su consumo</li> </ul>			
<b>CONSIDERACIONES</b>			
<p>a) Cocina indica los platos que se pueden ofrecer a los clientes</p> <p>b) Cada plato o bebida requerida por el cliente, debe de incluirse en el pedido en forma inmediata</p> <p>c) Los reclamos del cliente, deberán ser dados a conocer al Jefe de local para su solución.</p> <p>d) Se hará cuadro de caja en forma diaria</p>			

	<b>CEBICHERIA SAN GREGORIO</b>		Código: CR.03
	<b>PROCEDIMIENTO DE ATENCION AL CLIENTE</b>		Versión : 01 Página 2 de 5
Revisó: Jefe Atención	Aprobó: Gerencia	Fecha de aprobación: Junio 12 de 2021	
<b>RESPONSABLE</b>		<b>FRECUENCIA DE APLICACIÓN</b>	
Encargado de atención al cliente		Diaria.	
<b>INVOLUCRADOS</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mozo</li> <li>Caja</li> <li>Cocina</li> <li>Encargado atención al cliente</li> </ul>			
<b>ORIENTACION AL CLIENTE</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Saludo</li> <li>Trato con atención</li> <li>Absolver dudas</li> <li>Trato con cortesia</li> </ul>			
<b>PUNTOS IMPORTANTES</b>			
<p>a) Capturar información total del cliente, ante dudas avisar encargado de atención</p> <p>b) Cumplir protocolo de seguridad de COVID-19</p> <p>c) Actualizar liquidación ante cualquier alteración del pedido.</p>			







CEBICHERIA SAN GREGORIO

Código: CR.03

PROCEDIMIENTO ATENCION AL CLIENTE

Versión : 01


Página 5 de 5

CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	APROBACIÓN	DESCRIPCIÓN DE CAMBIOS REALIZADOS
01	2 Junio	Diseño general del Documento
02	9 Junio	<ul style="list-style-type: none"><li>- Definición de contenido</li><li>- Aprobación de contenido</li><li>- Definición de actividades</li><li>- Cambios</li><li>- Aprobación Actividades</li><li>- Recepción de Documentos</li></ul>
03	12 Junio	<ul style="list-style-type: none"><li>- Propuesta Final</li><li>- Aprobación procedimiento</li></ul>

### ANEXO 13. Encuestas efectuadas.

16



#### ENCUESTA DE SATISFACCION DE ATENCION

##### CEBICHERIA SAN GREGORIO

La presente encuesta intenta medir las expectativas respecto a la atención que le brindamos  
Sus respuestas serán totalmente anónimas

ELIJA ESTOS VALORES  
1: TOTALMENTE INSATISFECHO 2: INSATISFECHO 3: NEUTRO 4: SATISFECHO 5: TOTALMENTE SATISFECHO

DIMENSION	PREGUNTA	INTERROGANTE	1	2	3	4	5
Fiabilidad	1	La comida es servida en buen estado se nota que es fresca				X	
	2	La atención se realiza respetando el tiempo de llegada			X		
	3	Se le ofrece un servicio de calidad				X	
Elementos Tangibles	4	El personal usa implementos de seguridad adecuados		X			
	5	Las instalaciones están limpias y con buen olores en el interior			X		
	6	El mobiliario se encuentra en estado adecuado		X			
Capacidad de Respuestas	7	El personal le ofrece un servicio rápido		X			
	8	Considera que el tiempo de espera para ser atendido es el adecuado		X			
	9	El procedimiento actual de la empresa es eficiente		X			
Empatía	10	Los empleados brindan el mismo trato a todos los clientes				X	
	11	El personal se preocupa por el interes de los clientes			X		
	12	Se le brinda atención personalizada y de calidad		X			
Seguridad	13	Confía en el servicio que le brinda la empresa				X	
	14	Piensa que los potajes preparados tienen un nivel alto de higiene y salubridad				X	
	15	Considera que se siente seguro ante algún contagio del COVID				X	

ANEXO 14. Otros

HOJA DE CONTROL DE ASISTENCIA

	Asistentes	01-06-21	02-06-21	03-06-21
1	Linda Breas Carmona			
2	Pontes Guarnizo Pascual			
3	Jeyson Zuvalota Santisteban			
4	Roger Mesa Pacheco			
5	Juan Carlos Rey Sánchez			

REST. CEBICHERIA  
**SAN GREGORIO I**  
  
 Lionel Pedro Breas Camones  
 PROPIETARIO



**CEBICHERIA SAN GREGORIO**

## **APROBACION E IMPLEMENTACION DE MEJORAS DEL PROCESO DE ATENCION DE CLIENTES**

En la fecha indicada, y luego de revisar la propuesta efectuada por el area de atención referente a las siguientes mejoras

Manual de Procedimientos de Atención al Cliente  
Elaboración DOP  
Plan de Capacitación

Que entrarán en vigencia a partir de la fecha

Trujillo, 07 de Junio del 2021

**R.S.T. CEBICHERIA  
SAN GREGORIO I**  
  
Lionel Pedro Pérez Camones  
**PROPIETARIO**  
Gerente General