



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

TESIS

**Aplicación de reingeniería en restaurantes de comida
criolla para mejorar la satisfacción del cliente**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO(A)
INDUSTRIAL**

Autores

Bach. Ramirez Herrera, Diana Yaqueline

<https://orcid.org/0000-0002-1841-3423>

Bach. Ramos Piminchumo, Juan Augusto

<https://orcid.org/0000-0003-2805-250X>

Asesor

Mg. Purihuamán Leonardo, Celso Nazario

<https://orcid.org/0000-0003-1270-0402>

**Línea de Investigación:
Infraestructura, Tecnología y Medio Ambiente**

Pimentel – Perú

2023

**Aplicación de reingeniería en restaurantes de comida criolla para mejorar la
satisfacción del cliente**

Aprobación de jurado

Mg. Purihuamán Leonardo, Celso Nazario

Asesor

Dr. Raffo Ramírez, Flor de María

Presidente del Jurado de Tesis

Dr. Puyén Farias, Nelson Alejandro

Secretario de Jurado de Tesis

Mg. Castro Torres, Melissa Indira

Vocal de Jurado

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien(es) suscribe(n) la **DECLARACIÓN JURADA**, soy(somos) egresado (s) del Programa de Estudios de **ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro (amos) bajo juramento que soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:

“APLICACIÓN DE REINGENIERÍA EN RESTAURANTES DE COMIDA CRIOLLA PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE”

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Ramos Piminchumo, Juan Augusto	DNI: 43882199	
Ramirez Herrera, Diana Yaqueline	DNI: 46766391	

* Porcentaje de similitud turnitin:8%

Pimentel, 24 de abril de 2023.

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO
RAMIREZ HERRERA_DIANA YAQUELINE_
TURNITIN.docx

<small>RECUENTO DE PALABRAS</small> 20984 Words	<small>RECUENTO DE CARACTERES</small> 108737 Characters
<small>RECUENTO DE PÁGINAS</small> 107 Pages	<small>TAMAÑO DEL ARCHIVO</small> 3.2MB
<small>FECHA DE ENTREGA</small> Apr 25, 2023 4:23 PM GMT-5	<small>FECHA DEL INFORME</small> Apr 25, 2023 4:24 PM GMT-5

● 8% de similitud general
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 7% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cross

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

Dedicatoria

Esta investigación está dedicada principalmente a mi mamá y mi sobrina Hanna quienes han sido mi soporte e inspiración en cada instante de mi vida, a mi sobrino Alejandro por ser quién me inspiró y animó a continuar con el desarrollo de la carrera en ingeniería industrial en la universidad Señor de Sipán, dedico además gran paso a mis hermanas y amigos que me acompañaron en cada objetivo logrado dentro de mi carrera universitaria.

Diana Yaqueline Ramírez Herrera

A Dios que es quien guía mi camino, brinda fortaleza, a mi esposa e hija quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han apoyado para llegar a cumplir hoy una meta más. A mis padres y toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Juan Augusto Ramos Piminchumo

Agradecimiento

Mi agradecimiento va especialmente con Dios quién en su infinita misericordia permite que, de este gran paso en mi vida, también a Oscar por ser como un mentor en mi desarrollo profesional y a toda mi familia por sus constantes motivaciones a no rendirse nunca sin haber logrado el objetivo principal, que es consolidarme como una ingeniera industrial. Agradezco mucho a todos los docentes que año a año formaron no solo una mentalidad de desarrollo profesional si no espiritual, gracias por ello.

Diana Yaqueline Ramírez Herrera

“Ustedes son y serán siempre el motor que impulsa mis metas y proyectos, son los que han estado siempre a mi lado en los días y noches más difíciles del caminar universitario. Ahora que termino mis estudios, les brindo mi agradecimiento, como una meta más conquistada. Orgulloso y agradecido de tenerlos como mis padres y que estén a mi lado en este momento tan importante.

Juan Augusto Ramos Piminchumo

Resumen

La presente investigación plantea “aplicar reingeniería en restaurantes de comida criolla para mejorar la satisfacción al cliente”. Esta investigación ha sido desarrollada en un restaurante de comida criolla de la ciudad de Chiclayo, al mismo que se ha determinado principalmente conocer las áreas de trabajo y sus procesos de manera que se pueda obtener cuales son las falencias que impidan una máxima satisfacción a los clientes. Para ello se ha determinado conocer la opinión de los clientes a través de la aplicación de un instrumento como es el cuestionario en el cual se evaluado cinco dimensiones; empatía, comunicación, precio, transparencia y expectativas. Como resultado se obtuvo que la empatía se encuentra en estado regular y el precio predomina como preferencia de los clientes. De este modo se trabajó en cinco propuestas de mejoras de las cuales destacan la implementación de nuevos procesos como gestión de compras, recepción y almacenamiento de productos alimenticios; así mismo se trabajó en el rediseño de los procesos existentes e implementación de un almacén. Al aplicar las propuestas se ha logrado mejorar la satisfacción al cliente en cuanto a empatía con los comensales.

Palabras clave: Reingeniería, dimensiones, satisfacción, clientes, procesos.

Abstract

This research proposes "apply reengineering in Creole food restaurants to improve customer satisfaction". This research has been developed in a Creole food restaurant in the city of Chiclayo, to which it has been determined mainly to know the work areas and their processes so that it can be obtained what are the shortcomings that prevent maximum customer satisfaction. . For this, it has been determined to know the opinion of the clients through the application of an instrument such as the questionnaire in which five dimensions were evaluated; empathy, communication, price, transparency and expectations. As a result, it was obtained that empathy is in a regular state and the price predominates as a preference of the clients. In this way, five improvement proposals were worked on, of which the implementation of new processes such as purchasing management, reception and storage of food products stand out; Likewise, work was done on the redesign of existing processes and the implementation of a warehouse. By applying the proposals, it has been possible to improve customer satisfaction in terms of empathy with diners.

Keywords: Reengineering, dimensions, satisfaction, customers, processes.

INDICE GENERAL

Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	14
1.1 Realidad problemática	14
1.1 Los Trabajos previos	16
1.2 Teorías que se relacionan con el tema	19
1.2.1 La Reingeniería	19
1.2.2 Modelo ServQual	28
1.2.3 La Satisfacción del Cliente	29
1.3 La Formulación del problema	33
1.4 Importancia y justificación del estudio	33
1.5 Hipótesis	34
1.6 Los Objetivos	34
1.6.1 Objetivos General	34
1.6.2 Objetivos específicos	34
II. EL MÉTODO Y LOS MATERIALES	35
2.1 El Tipo y el Diseño de investigación	35
2.1.1 El Tipo de investigación	35
2.1.2 El Diseño de investigación	35
2.2 Las Variables, operacionalización	36
2.3 Población y Muestra	37
2.3.1 Población	37
2.3.2 Muestra	37
2.4 Los instrumentos y técnicas de recolección de datos, confiabilidad y validez	37
2.4.1 Las Técnicas	37
2.4.2 Los Instrumentos para recolectar datos	38
2.4.3 Validez y confiabilidad	39
2.5 Procedimiento de análisis de datos	41
2.6 Criterios éticos	41
2.6.1 El Consentimiento Informado	41
2.6.2 Determinación de riesgos-beneficios	42

2.6.3	Selección de sujetos.....	42
2.7	Los Criterios de rigor científico.....	43
2.7.1	Credibilidad a través del valor de autenticidad y verdad	43
2.7.2	Transferibilidad y aplicabilidad	43
2.7.3	Consistencia para la replicabilidad	43
2.7.4	Confirmabilidad y neutralidad	44
2.7.5	Relevancia.....	44
III.	RESULTADOS	45
3.1	Diagnóstico de la empresa.....	45
3.1.1	Información general.....	45
3.1.2	Diagramas de operaciones de procesos	51
3.1.3	Análisis de la problemática.....	60
3.1.4	Situación actual de la variable dependiente.....	71
3.2	Propuesta de investigación	74
3.2.1	Fundamentación.....	74
3.2.2	Objetivos de la propuesta.....	75
3.2.3	Desarrollo de la propuesta	75
3.2.4	Situación de la variable dependiente con la propuesta.....	118
3.2.5	Análisis beneficio/costo de la propuesta	120
3.3	Discusión de resultados	124
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	124
4.1	Conclusiones.....	124
4.2	Recomendaciones	125
	REFERENCIAS.....	126
	ANEXOS	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01	Los Elementos de la satisfacción del cliente	31
Tabla 02	La Operacionalización de variables.....	36
Tabla 03	Valores de los niveles de confiabilidad.....	40
Tabla 04	Platos del restaurante.....	46
Tabla 05	Ingresos promedio mensual por productos	46
Tabla 06	Equipos y accesorios de restaurante	48
Tabla 07	Distribución de personal	49
Tabla 08	Resultados de la entrevista	60
Tabla 09	El personal que lo atendió fue respetuoso y amable.....	62
Tabla 10	Recomendaría este restaurante según su grado de satisfacción.	63
Tabla 11	El mesero le atendió fue claro al momento de dar las indicaciones y paciente al momento de tomar la orden.....	64
Tabla 12	La carta del restaurant brinda variedad e información detallada de los platos. 64	
Tabla 13	Considera que ha pagado un precio justo por el servicio brindado... 66	
Tabla 14	Los platos y bebidas han cumplido con los ingredientes y características especificados en el Menú.....	66
Tabla 15	Los baños se encontraban limpios.	67
Tabla 16	Los alimentos que se le ofreció han sido de su agrado.	68
Tabla 17	Dimensiones de la Satisfacción del Cliente.....	71
Tabla 18	Nivel de Comunicación.....	72
Tabla 19	Nivel Dimensión Transparencia.....	73
Tabla 20	Propuesta de Capacitaciones.....	84
Tabla 21	Distribución de EPP's	84
Tabla 22	Motivos	87
Tabla 23	Tabla de proximidad:	88
Tabla 24	Método de Rankin - Pesos	91
Tabla 25	Ranking de factores.....	91
Tabla 26	Costo en materiales.....	93
Tabla 27	Costo de mano de obra	93
Tabla 28	Presupuesto total de mejoramiento de infraestructura.....	94
Tabla 29	Nuevos procesos.....	114
Tabla 30	Proceso rediseñado en actividades de cocina	115
Tabla 31	Cuadro comparativo de procesos rediseñados de actividades de salón 116	
Tabla 32	Cuadro comparativo de procesos rediseñados de atención al cliente 117	

Tabla 33	Nivel de Comunicación.....	118
Tabla 34	Nivel Dimensión Transparencia.....	119
Tabla 35	Costos de la Propuesta Implementación de la Organización del restaurante	120
Tabla 36	Costos de la Propuesta Implementación de Mapa de Procesos.....	121
Tabla 37	Costos de la Propuesta mejoramiento de infraestructura	121
Tabla 38	Costos de la Propuesta implementación de nuevos procesos.....	121
Tabla 39	Gastos de Operaciones del Restaurante Anual	122
Tabla 40	Cuadro resumen de costos Anual	122
Tabla 41	Proyección de Ventas del restaurante.....	122
Tabla 42	Proyección de demanda.....	123
Tabla 43	Relación Costo Beneficio	123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Diagrama de Pareto de los productos (platos) que generan mayor venta en el mes.	47
Figura 2.	Plano de primer nivel.....	49
Figura 3.	Vista 3D de primer nivel	50
Figura 4.	Plano de segundo nivel	50
Figura 5.	Vista 3D de Segundo nivel	50
Figura 6.	Plato de arroz con pollo.....	51
Figura 7.	DOP de elaboración de arroz con pollo.....	51
Figura 8.	Plato de ají de gallina	52
Figura 9.	DOP de elaboración de ají de gallina	53
Figura 10.	Plato de ceviche	54
Figura 11.	DOP de elaboración de ceviche.....	54
Figura 12.	DOP de elaboración de tallarines verdes.....	55
Figura 13.	Proceso de cocina.....	57
Figura 14.	Proceso de actividades de salón	58
Figura 15.	Proceso de atención al cliente	59
Figura 16.	<i>El tiempo que fue atendido se encontró dentro de lo esperado por su persona.</i>	
Figura 17.	<i>El precio de los platos y bebidas van acorde con lo indicado en la carta y lo ofrecido en los platos y bebidas.</i>	65
Figura 18.	<i>Los espacios del restaurante en general estuvieron limpios.</i>	67
Figura 19.	La presentación del plato típico ha cumplido con las expectativas esperadas.	
Figura 20.	Las bebidas tuvieron una presentación que cumplieron con sus expectativas.	
Figura 21.	El servicio que brinda en general el restaurante ha sido satisfactorio	
Figura 22.	Análisis FODA de restaurante.....	70
Figura 23.	Diagrama de Ishikawa.....	70
Figura 24.	Nivel de la Dimensión Empatía	72
Figura 25.	Nivel Dimensión Precio	73
Figura 26.	Nivel Dimensión Expectativas.....	74
Figura 27.	Esquema de procesos de reingeniería	75
Figura 28.	Organigrama del Restaurante.....	77
Figura 29.	Normas de higiene de trabajadores	81
Figura 30.	Mapa de procesos de restaurante	85

Figura 31.	Diseño SLP (Sistematyc Layout Planning)	87
Figura 32.	Análisis SLP	88
Figura 33.	Propuesta de Distribución 01	89
Figura 34.	Propuesta de Distribución 02	90
Figura 35.	Propuesta de Distribución 03	90
Figura 36.	Plano propuesto para primer nivel de restaurante	92
Figura 37.	Nuevo proceso de gestión de compras.....	96
Figura 38.	Diagrama de análisis de proceso de gestión de compras	97
Figura 39.	Ficha de proceso de gestión de compras	98
Figura 40.	Nuevo proceso de recepción y almacenaje de alimentos.....	100
Figura 41.	Diagrama de análisis de proceso de recepción y almacenaje de alimentos	101
Figura 42.	Ficha de proceso de recepción y almacenaje de alimentos	102
Figura 43.	Nuevo proceso de actividades de cocina.....	104
Figura 44.	Diagrama de análisis de nuevo proceso de actividades en cocina 105	
Figura 45.	Diagrama de Procesos de Actividades de salón.....	107
Figura 46.	Diagrama de análisis de proceso de actividades de salón	108
Figura 47.	Ficha de nuevo proceso de actividades de salón	109
Figura 48.	Diagrama de nuevo proceso de atención al cliente	111
Figura 49.	Diagrama de análisis de nuevo proceso de atención al cliente ...	112
Figura 50.	Ficha de nuevo proceso de actividades en cocina	113
Figura 51.	Nivel de la Dimensión Empatía	118
Figura 52.	Nivel Dimensión Precio	119
Figura 53.	Nivel Dimensión Expectativas.....	120

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

Actualmente, nuestro país Perú se encuentra pasando por el “boom” gastronómico no solo en el ámbito nacional sino además en el ámbito mundial, sin embargo, las empresas dedicadas al este rubro no siempre conocen o emplean las herramientas necesarias que le permitan gestionar sus procesos dentro de la misma, así como también carecen de buenas prácticas que generen consecuencia en mejorar la calidad del servicio que ofertan y con ello contar con mejor calidad para mantener satisfechos a clientes derivado de una atención que sea de calidad.

En el artículo de investigación realizado en Cuba por Fuentes, Gonzales, Parrado y Gálvez (2020) indican que los servicios gastronómicos conforman uno de los elementos que comunica turísticamente a un destino, porque permite la transmisión de una imagen simbólica del lugar donde se va a visitar, la gran parte de investigaciones en el sector gastronómico que se relacionan a la temática fundamentada en el uso de escalas que permiten ampliamente validar datos como el Servqual y el serverperf, así mismo permite definir la dimensión que se presenta en lo que corresponde a la calidad del servicio ofrecido, así como diseñar un modelo que nos permita medirlo y/o mejorarlo, en la investigación se implementó el procedimiento propuesto por Gonzales (2013) que consta de cuatro etapas y trece pasos, para este caso de la calidad percibida su evaluación, permitió identificar que de manera principal las insatisfacciones están relacionadas con el tiempo ^{iv} servicio, la temperatura de los alimentos, el estado físico de los baños la carta de menú y la iluminación, encontrándose que la dimensión más crítica es la de Fiabilidad y la que presenta mejor evaluación es la de Exterior de las Instalaciones.

Se menciona en un artículo publicado en la revista de Investigación Administrativa en México, pertenecientes a Monroy y Urcádiz (2019), que la percepción del usuario con su incidencia de la satisfacción no presenta diferencias significativas debido a que su investigación se basó en realizar encuestas a comensales entre 54 restaurants de la región y considera cinco dimensiones (accesibilidad, instalaciones, atmosfera, comida y capital humano), lo cual

demuestra que la atmosfera y la comida requiere mayor enfoque de análisis estratégico, ya que ellos si inciden en la satisfacción del cliente y su percepción.

Se realizó un estudio de investigación a los restaurantes de baja gastronomía en Brasil, analizándose 198 cuestionarios sobre la satisfacción del cliente que se produce dentro de los ambientes de un restaurante, los cuestionarios fueron clasificados en cuatro dimensiones; ambiente social, ambiente físico, arquitectura y menú. El menú fue la dimensión catalogada como la más significativa, con este estudio se logrará destacar cual es el aspecto más importante que nos permite lograr la satisfacción del cliente, así como identificar los aspectos que se debería mejorar. (Cavalcante, Santos, Oliveira y Clayton 2018).

En el artículo de investigación básico no experimental afirman, de los autores Carpio, Hanco, Cutipa, Flores (2019), hablan sobre el posicionamiento de marca y las Estrategias del marketing viral en los restaurantes de carácter turísticos en la Región Puno que las actuales condiciones de economía y comercio mundial son los que ejercen fuerte presión para la competitividad empresarial, siendo la web 2.0 herramienta adoptada para incrementar la eficiencia en las operaciones, su mejora en relación con sus clientes, optimización de gastos, innovación y comunicación sin que se pierda la calidad de servicio y tampoco se disminuya la atención; en lo que concierne a la metodología se tuvo como referentes a Hernández, Fernández y Baptista (2006) así como también a Vara (2012), basándose en un enfoque cuantitativo, dado que se predice y analiza los fenómenos que ocurren en el marketing viral y turístico en la Región Puno. Se concluye que al usar el marketing viral sería la conectividad, considerando que esta se va a medir de acuerdo a la cantidad de seguidores con los que cuenta en sus redes sociales, donde no solo comparten, sino que también difunden sus preferencias, las satisfacciones e insatisfacciones en lo que respecta al servicio recibido en un restaurante.

En el artículo de Silva, Julca, Luján, Trelles (2021), denominado “Calidad de servicios y su relación que cuenta con lo que respecta a la satisfacción de los clientes: Considerando que en los negocios de turismo de Canchaque-Perú”, pretenden conocer si existe una relación entre la Calidad de servicio que se oferta por las empresas turísticas además de hospedaje, restaurante así como unidades de transporte con la satisfacción de clientes, siendo este una investigación de tipo subjetivo, y no-experimental además de ser de corte transversal, con nivel

cuantitativo además de correlacional, el instrumento que se hizo uso fue un indicador de coherencia y consistencia alfa de Cronbach de 0.920, teniendo como resultados evidentes que indican que las relaciones de calidad de servicios con la satisfacción que presentan los turistas se relacionan significativamente (Sig. <0.05). Concluyendo que, los lugares de alojamiento turísticos brindan servicio de calidad, en cuanto, los restaurantes evidencian aspectos desfavorables, así como favorables, además los medios de transporte ofertan un deficiente servicio.

El artículo de investigación sobre satisfacción al cliente realizado en un restaurante chifa-pollería de la ciudad de Chiclayo, correspondiente a los autores Pérez y Villalobos (2016) , quienes citan que se evidencia relación de la satisfacción de sus clientes con la calidad del servicio, sin embargo su investigación aplicada fue de diseño tipo no experimenta encuestados no están de acuerdo con el equipamiento del restaurante, no tiene la capacidad para gestionar y dar soluciones optimas y no es muy responsable con sus clientes internos en cuanto a sus promesas; por lo tanto se concluyó que dicho restaurante no brinda calidad de servicio ni cuenta con dimensiones de SERVQUAL que permita lograr una satisfacción al cliente.

Castañeda y Echevarría (2018) afirman en un artículo de investigación realizado en la región Lambayeque que si existe gran influencia de la Calidad de los servicio ofertados frente al grado de satisfacción de clientes, la consecuencia de que ambos factores no se relacionen pueden causar falta de satisfacción del cliente y deteriorar una relación que existe con los clientes y los restaurantes, además conlleva a producir un efecto de lealtad entre los clientes y las recomendaciones a sus familiares y amigos, siendo esta una clave que le va a permitir el éxito a estas empresas.

1.1 Los Trabajos previos

Se hace mención a través del artículo de investigación “Escala mexicana de calidad para el servicio de restaurantes” de los autores Vera y Trujillo (2017) perteneciente a la Universidad Nacional de Bogotá de Colombia y publicado en la revista Ciencias Administrativas y sociales INNOVAR; describe cómo se desarrolló una escala que mida la calidad de servicio brindado a la mesa en restaurantes, donde se explica la obtención de atributos y dimensiones recogidas de acuerdo a un estudio exploratorio. Con los resultados que se obtuvieron se fue corrigiendo la

escala de esta manera fue mejorando los indicadores de validez y confianza. Una importante aportación de la escala es que se está basando en una amplia detección de los atributos que se presentan en este sector.

Espinoza, Pereyra y Ulibarri (2016) en un artículo: “Expectativas y percepciones de clientes en restaurante de la ciudad de Mérida - Yucatán” publicado en Reacción revista Ciencia y Tecnología Universitaria; donde aplican para la calidad del servicio una herramienta al interior de la empresa, esta brinda un valor agregado en el desarrollo del negocio. A través de ella se va a obtener la calidad de servicio que se percibe el cliente y las expectativas en dimensiones: confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad, como también en los elementos tangibles. Al aplicar esta herramienta, se detectó que se requiere mejorar en las áreas en las que el servicio brindado hacia los clientes no fue de calidad.

Se menciona en: “Medición de la calidad de los servicios que se proporciona al cliente de restaurants de Sonora, México” publicado en revista: Ingeniería Industrial – Actualidad y Tendencias Nuevas de la Universidad Carabobo de Venezuela, en donde miden la calidad de servicio usando la herramienta SERVQUALING, en la que se utiliza una muestra de n=315 por Muestreo Aleatorio Simple obtenido en una población de 935. De esta manera se propuso que se puede implementar una nueva evaluación de la calidad la misma que evalúe cual como perciben los usuarios sobre un servicio que se recibe, esto ayuda a tomar mejores decisiones dentro de las empresas. Cadenas, Vega, Real y Vásquez (2016).

El Artículo titulado “Influencia De La Realidad Aumentada Para La Gestión De Pedidos En Restaurantes” de Lima, en este artículo se hace uso de la descripción de técnicas usadas para recolección de datos, haciendo uso de métodos como canales de llegada, con respecto a la línea de investigación se ha considerado la retrospectiva siendo esta alcanzable y factible así como fuentes secundarias son la investigación de campo porque se recoge datos de manera personal y participativa por el investigador, en resumen el tipo de diseño es experimental cuenta con una preprueba, una postprueba y un control de grupo, de los autores Gamboa, Navarro, Gamarra, Caja y De la Cruz (2018). Por lo cual se llega a las conclusiones siguientes: Se comprobó que el uso de un aplicativo móvil de realidad aumentada

logra incrementar el nivel que conocen o están informados los clientes, así como el uso de dicho aplicativo disminuye los tiempos para tomar el pedido del cliente; se corrobora que el uso de un aplicativo móvil con realidad aumentada incrementó la cantidad de clientes que consumen en el restaurante.

Vásquez (2019) artículo de título “Calidad De los Servicios y cómo influye con la Satisfacción De Clientes para Los Restaurantes que venden comida Rápida entre los años 2008 – 2017” de Trujillo - Perú. Actualmente la mayoría de empresas están priorizando la calidad del servicio que ofertan, siendo el objetivo principal tener clientes satisfechos, en esta investigación plantearon objetivos específicos, estos sirvieron como ayuda al análisis de cada uno de los elementos del método que se había planteado, siendo la metodología descriptiva, el muestreo no probabilístico, de corte transversal y con diseño experimental, la investigación que se ha realizado es una revisión sistemática de información que esta enlazada con la relación dada por la satisfacción y la calidad, teniendo como resultado que los clientes se sientan conformes con el servicio brindado a los trabajadores y la calidad de los productos, siendo los con experimentó de combinación de ingredientes de tipo tradicional los que llegaron a satisfacer a los clientes y sus necesidades.

En el artículo “Calidad de servicio para mejorar la satisfacción de los clientes en el restaurante “El Cántaro” Lambayeque 2017” de Lambayeque, publicado por los autores Castañeda, Echeverria (2017), quienes en este es un artículo de investigación tienen como punto base la pregunta si existe grado de influencia de la calidad de los servicios con la mejoría al índice que mide que tan satisfecho está el cliente, se planteó como objeto principal: determinar cuál es la influencia respecto a la Calidad de Servicio frente a la mejor satisfacción de Clientes del Restaurante el “Cántaro”, ubicado en Lambayeque correspondiente al año 2017, siendo este estudio de tipo no experimental con corte transversal, así como de tipo exploratorio descriptivo, siendo un trabajo de investigación cuantitativo aplicándose encuestas.

Se concluye con la investigación que las variables en estudio al haber sido comparada con teorías que corresponden a cada una de las dimensiones se lograron demostrar que, si va a existir una influencia dada por la calidad de los servicios frente a la mejora de satisfacción.

1.2 Teorías que se relacionan con el tema

1.2.1 La Reingeniería

Para llegar con una definición clara de Reingeniería podríamos hacernos una pregunta: Si pudiéramos crear nuevamente la empresa desde cero, teniendo en cuenta lo que conocemos y de qué tipo de tecnología disponemos, ¿cómo sería la nueva empresa?

1.2.1.1 Desarrollo a través de la historia de la reingeniería

Se inicia con la globalización que se da en los mercados entre los años ochenta y noventa, la misma que les dio un gran giro a las diferentes empresas para dar respuesta a los estándares definidos por una calidad mejorada a nivel mundial. Dichos cambios dieron una gran consecuencia en los procesos productivos de los bienes, así como de la oferta del servicio, los mismos que optaron por utilizar la ingeniería por procesos para uso en las respectivas reestructuraciones, para buscar de esta manera la calidad de los productos, productividad, eficiencia y satisfacción de los clientes. (Ospina, 2006, p.94)

1.2.1.2 Conceptos básicos

Morris y Brandon (1994) mencionan que reingeniería está compuesta de dos palabras; “ingeniería”, la misma que tiene diferentes significados como:

- a. El trabajo que es llevado a cabo por un ingeniero.
- b. Manera de aplicar las ciencias físicas matemáticas para lograr la mejora.
- c. Perfeccionar y utilizar la técnica industrial.
- d. Los conocimientos teóricos estudiados que ayudan a mejorar las condiciones óptimas de los materiales, rentabilidad y procedimientos que mejor se adecuen para la realización de un trabajo determinado.

La palabra “re” indica el replanteamiento que se dará a los procesos, trabajar en qué se debe corregir y mejorarlos.

Peppard y Rowland (1998) ellos mencionan que reingeniería viene a ser la revisión de los procesos con la única finalidad de hacerlos más efectivos; es decir hacer o crear más reduciendo el uso de recursos.

1.2.1.3 La Reingeniería de los Procesos

Tiene su origen en los conceptos que se da por Hammer (1993) quien es el primero en definirla en su obra titulada: "Reingeniería de los Negocios: Respuesta a los desafíos de la internacionalización". Posteriormente Champy (1995) describe mediante su obra: "La Reingeniería Gerencial: la respuesta para optimizar los procesos.

Hammer y Champy (1993) mencionan que la reingeniería viene a ser "La revisión fundamental, así como un extremo rediseño de los procesos con el cual se logre alcanzar mejoras por encima de lo deseado en críticas medidas y similares de rendimiento, así, por ejemplo: servicio, costos, rapidez y calidad"

Para ello, nos mencionan las palabras claves:

a. Fundamental

Habiéndose decidido hacer uso de la reingeniería dentro de la empresa, se buscará si se está realizando algo fundamental; para ello, el responsable de ponerla en práctica debe responder a las preguntas básicas sobre.

¿Por qué estamos haciendo las cosas de esta manera?

¿Existe una forma mejor de hacer las cosas?

Dichas interrogantes ayudan a que el gerente conozca cuáles son los supuestos básicos de los cimientos en los que en ese momento se sostiene su negocio. Luego es necesario hacer una revisión de normas preestablecidas que se han diseñado para la empresa, que a su vez habían sido incuestionables. La Reingeniería ayuda a determinar qué es lo que debe hacer el gerente quien dirige la empresa para posteriormente determinar cómo debe hacerlo.

b. Radical

Los cambios dentro de la empresa en sus diseños deben ser radicales (no solo superficiales si no desde la raíz). El rediseño planteado debe ser radical; es decir, que se debe abandonar lo viejo, lo ya establecido por lo mismo que no ha dado mejores resultados.

La BPR implica desechar todos los procedimientos ya existentes para llegar a implementar e implantar métodos distintos de realizar el trabajo. Darse cuenta que estamos implementando un rediseño para el negocio.

c. Procesos

Están enfocados en realizar los cambios a los procesos establecidos. Ello implica que cada proceso debe unir diferentes tareas. Estas tareas pueden ser muy importantes para cada proceso, sin embargo, para el cliente no tiene ninguna importancia; es decir si el proceso que lo engloba no tiene los mejores resultados.

Por tanto, las empresas deben darles gran importancia a estas tareas, ya que deben ser evaluadas al rediseñar los procesos.

d. Espectacular

Las mejoras que se espera obtener implican que, al trabajar en el rediseño de los procesos, los resultados deben ser de nivel espectacular y no marginal o incremental.

Reingeniería implica iniciar desde cero, olvidarse de los métodos antiguos para realizar los trabajos y poner en práctica los nuevos procesos. Lo más importante para la reingeniería es conocer de qué manera queremos reorganizar el trabajo, para que se cumpla con las exigencias de los mercados actuales y al mismo tiempo haciendo un uso constante de las nuevas tecnologías que haya a nuestro alcance.

Además, para Hammer y Champy nos dan a conocer las tres “C” como:

a. Cliente

Hoy en día el cliente es quien decide, que es lo que quiere, como lo quiere y cuando lo quiere; además cuanto es lo que se encuentran dispuestos a cancelar y de bajo cual forma de pago pueden hacerlo. Todo ello para definir que el consumidor decide lo que el vendedor debe hacer.

b. Competencia

En años anteriores la competencia era simple ya que las empresas en aquellos años solo ingresaban al mercado son sus productos que el cliente aceptaba, ofrecían un buen precio y lograban vender. Sin embargo, hoy en día la competencia es abismal, ya que se hay diferentes formas de hacerlo. Según el precio, la variedad de productos, el tipo de servicio y la calidad que se brinda antes y después de hacer efectiva una venta. Además, es muy importante el tipo de tecnología moderna ayuda mucho en la competencia de las empresas entre sí.

c. Cambio

Los cambios entre consumidores y vendedores hoy en día son muy notorios, incluso la forma de cambiar a cambiado; es por ello que las empresas necesitan constantemente adaptarse a las nuevas estrategias.

Alarcón (1998) recuerda que la “reingeniería se trata de la comprensión profunda y fundamental de procesos que generan un valor adicional, de manera que se puedan lograr las mejoras de nivel increíble en lo que respecta a las medidas críticas sobre el rendimiento (productividad, servicio, costos, rapidez calidad, etc.), cambiando al mismo tiempo el objetivo de los trabajos y de la empresa, así de esta manera establecer nuevas estrategias corporativas”.

- Pasos que se deben seguir para aplicar la reingeniería

- a. El Rediseño
- b. La Financiación
- c. La Aprobación de presupuesto
- d. Implementación de los equipos y/o tecnologías
- e. Formación para todos los colaboradores
- f. Aplicación de procesos nuevos
- g. El Análisis de los resultados

Monterroso (2002) describe que “reingeniería de procesos es un hecho tan radical en el cual implica se realice un cambio profundo el cual no debe confundirse con ninguna medida que sea de menor alcance o de carácter más conservador”.

Klein (1997), habla de algunas ventajas, así como desventajas para la reingeniería de procesos.

- Ventajas

- a. Una mentalidad de tipo revolucionaria, conlleva a que se piense en que hay más lejos de los límites de la organización o empresa.
- b.Cuál es la mejora sustancial y cuales son cambios en tiempos cortos.

- c. La organización o empresa tiene que priorizar y conocer cuáles son las necesidades de sus clientes.
- d. La cultura corporativa se debe enfocar en el crecimiento de la organización o empresa.
- e. El rediseño de los puestos de trabajo.
- f. La renovación en la empresa ayuda a generar mayor rentabilidad.

- **Desventajas**

- a. Limita sus formas de cómo se deben hacer las cosas.
- b. Su forma de aplicar es operativa, más no estratégica.
- c. No determina los mercados a los que la empresa debe pertenecer, tampoco que productos o servicios se debe ofrecer, sin embargo, ayuda a que la empresa a tomar decisiones con sus procesos eficaces.

Lefcovich (2009) manifiesta que hay 03 tipos de la reingeniería de procesos, los cuales se pueden utilizar en las empresas u organizaciones.

- **La Reingeniería de los procesos enfocada en la mejora de los costos**

Aquí es donde la organización o empresa a causa de la competencia debe bajar sus precios, para ello busca realzar el valor de sus procesos a través de la optimización de sus recursos conservando costos.

- **Rediseñar los procesos con la finalidad de lograr llegar al primer lugar en su sector**

Aquí la empresa lo aplica en un mercado actual, motivada por la competencia, requiere realizar mejoras constantemente, las mismas que necesita para la perdurar y mantenerse dentro del mercado, de lo contrario quedaría al exterior del mismo.

- **El Rediseño de procesos con la finalidad de desarrollar e innovar de manera radical un enfoque empresarial**

Se aplica en empresas deseosas de llegar a lo más alto de la cima, utilizando como herramienta la tecnología, ya que su desarrollo depende de la innovación de la misma para posicionarse en el mercado.

1.2.1.4 Modelos de Reingeniería

Hammer y Champy (1993), en su esquema se basan en saber identificar cuáles son las necesidades que hay al interior de la empresa, donde manifiesta su importancia de que se gestione los cambios, pero no está proporcionando cual es la forma de que se aplique el proceso de la reingeniería.

Morris y Brandon, su esquema es mucho más integrado, en el cual desarrollan este enfoque entre los negocios y la empresa, ayudado por la tecnología de las comunicaciones e informática (TICS), donde se definen objetivos, estrategias, y se recopilan datos, con cual poder conocer cuál sería el punto de inicio, de modo que se pueda establecer acciones que den por terminado los paradigmas y lo transforme en uno constante.

Raymond, Manganelli y Klein (1994), en su esquema dan a conocer un conjunto de métodos completos, resumiendo de este modo el proceso de la reingeniería en cinco etapas.

1° Etapa: Preparar el proyecto, constituir el equipo y planificar las acciones.

2° Etapa: Identificar el modelo de los procesos y el estudio del actual escenario.

3° Etapa: Diseñar cual es la dimensión técnica que cuenta el proyecto en lo que corresponde a planes, controles y sistemas.

4° Etapa: Sobre la materia del personal un Diseño social, plan de interacción entre los elementos de carácter técnico.

5° Etapa: aquí se menciona la transformación de las versiones piloto y su ejecución de los procesos rediseñados.

1.2.1.5 La Reingeniería y sus Principios

La matriz BCG del Boston Consulting Group, establece los doce principios considerados como clave en los que está basada la teoría de Reingeniería:

1. Es necesario que el nivel estratégico o la gerencia de primer nivel brinde el apoyo, además debe ser quienes lideren el programa.

2. Se debería guiar por la estrategia empresarial y llevar a cabo los programas de Reingeniería.

3. El último objetivo sería que se cree valor brindándolo a los clientes.

4. Es necesario enfocarse en los procesos, pero no en las funciones, se debe identificar los procesos que están necesitando cambios.

5. Es necesario contar con equipos de trabajo, capacitados además de responsables, a estos hay que realizar incentivos y brindar recompensas al

personal que está en un puesto de responsabilidad dentro de la organización nueva y que se generará después del proceso de aplicación de reingeniería.

6. El nivel de satisfacción y observación de necesidades de sus usuarios o clientes.

7. Se necesita la flexibilidad al momento de llevar a cabo la ejecución del plan.

8. Cada uno de los programas de rediseño debe ser adaptable a la situación de cada empresa, de tal manera que el programa rediseñado no sea el mismo para las demás empresas.

9. Es necesario que los sistemas de medición de sus objetivos sean correctos.

10. Es importante considerar el factor humano al momento de reducir o evitar la resistencia frente a los cambios, esto podría ocasionar retrasos o fracasos.

11. No se debe ver a la reingeniería como el único proceso, por el contrario, se puede implementar considerándose como continuo proceso, donde se plantearán retos nuevos.

12. Se constituye a la comunicación como un tema de carácter esencial en todos los niveles o estatus de la empresa, además puede extenderse a la prensa, comunidad, sistema político, etc.).

- **Características**

1. Enfocada a procesos: No se trata de las áreas, trabajos o colaboradores. Se trata de definir una colección de actividades dentro de un proceso y que además generan una salida que el cliente le da valor.

2. Debe ser Rápida: Los resultados se dan en tiempos que son cortos.

3. Visión Holística: Se hace una observación de los procesos a través de una perspectiva global.

4. Multi especialista: La especialidad tiene sus ventajas sin embargo su defecto es que pierde la flexibilidad. La reingeniería necesita es que no se pierda flexibilidad.

5. La incertidumbre (Teoría del Caos): "Pulso y vista", como una mera intuición. Donde no existe nada predeterminado. Se tiene que aprender a poder manejar lo que respecta a la incertidumbre.

6. La Destrucción creativa: Como no funciona lo anterior, hay que eliminarlo de una manera creativa.

7. Libertad sin un plan preestablecido: Se debe rediseñar su propio proceso.

8. Renovadora: Cambiar el enfoque y la mentalidad. Pensar en procesos integrados.

1.2.1.6 Pasos para la aplicación de la Reingeniería en combinación con la mejora continua

- a. En primer lugar, formar a la unidad líder del proyecto:
- b. Realizar la definición del mapa de procesos de la compañía para ello se debe analizar los procesos que son claves.
- c. Crear a los equipos de trabajo
- d. Articulación de la estrategia para la organización, tanto como los objetivos de tipo estratégicos como los indicadores de cada uno de sus procesos.
- e. Se debe reinventar a cada uno de los procesos.
- f. En este paso, se debe mejorar de manera continua los procesos haciendo uso de técnicas específicas.

- Roles

a. Líder: Es el ejecutivo de mayor rango quien no solo autoriza si no que motiva el esfuerzo de la aplicación de la reingeniería.

b. Dueño del proceso: Es el gerente del área, su función principal es lograr que sus compañeros puedan aceptar el proceso; además se convierte en vigilante y motivador de los nuevos procesos de la reingeniería.

c. Equipo de reingeniería: Encargados de rediseñar los procesos específicos, diagnosticando las falencias de los procesos actuales; deben también brindar nuevas ideas para el rediseño y llevarlas a cabo. El equipo debe estar conformado por 5 o 10 compañeros, los mismos que deben conocer muy bien los procesos. Además, es muy importante que uno de los integrantes sea una persona externa a la empresa que pueda cuestionar los procesos a través de un punto de vista externo además de proporcionar mejoras en el rediseño.

d. Comité directivo: Por lo general son los dueños del proyecto quienes se ocupan de evaluar resultados.

e. “Zar” de la reingeniería: Administra, coordina, capacita y desarrolla técnicas para la implementación de la reingeniería.

1.2.1.7 Beneficios de la reingeniería

- a. Son procesos fáciles para administrar.

- b. Se reducen los costos que son parte del ciclo de cada uno de los procesos.
- c. Mejora la satisfacción de clientes, acorde a sus estrategias.
- d. La empresa mejora su imagen corporativa dentro del mercado.
- e. Mayor oportunidad de mejorar las ventas.
- f. El clima organizacional se mejora, debido a la integración de áreas.

1.2.1.8 Reingeniería en los Servicios de Alimentación

- Reingeniería de Menú

La administración de un servicio de restaurantes debe ejecutar un proceso a través del cual se debe evaluar los precios y costos de los platos, su contribución marginal y su popularidad de ventas, para promover y/o reubicar aquellos platos en la carta que tengan permitan obtener mayores o menores ventas y ganancias.

Sus elementos críticos son:

- a. Costo por cada plato.
- b. El precio de cada plato para la venta.
- c. La mezcla de menú (frecuencia de ventas o popularidad de los platos).
- d. La ganancia marginal, que deja cada plato después de cubrir los costos de materia prima.

- Recomendaciones para implementar la reingeniería en los servicios de alimentación

Se propone tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

1. Diseño y organización del Espacio: Configurar el establecimiento según los tamaños de las mesas y sillas, considerando que se debe lograr ocupar el espacio que se tiene disponible.

2. Diseño del menú: El diseño de la carta influye mucho en la decisión del consumo del comensal. Se debe tener en cuenta que los comensales se acuerdan que hay de menú en la primera y última opción de la lista de la carta. Por ello, se recomienda que plato o menú que se desee lograr una mayor venta, se lo debe colocar en el encabezado o finalizando la carta. Luego el menú se organiza según la demanda, ya que, si se venden platos a mayor cantidad, pero no están generando un alto margen; o por el contrario se tiene un plato o menú que genera mucho margen, sin embargo, se vende poco; eso es señal de que se requiere mejorar la carta.

3. Tiempo de espera: Influye mucho el tiempo que tarda un plato en prepararse. Si la competencia tiene sus platos listos en menos de diez minutos, entonces hay serios problemas dentro del establecimiento.

Se puede decir que los restaurantes manejan dos variables que son duración y precio.

1.2.1.9 Pasos para aplicar la reingeniería

1. Considerar que es de suma importancia que se cuente con un sistema el cual permita la recopilación de información sobre cómo se comporta las ventas, los ingresos, platos, los productos con más pedidos además del tipo de cliente.
2. No contar con menús de costo alto, sino que se pueda adquirir a diario, que le de dinamismo al negocio.
3. Ser cuidadosos con el servicio, ya que los meseros pueden inducir a los clientes para pedir algo muy diferente a lo que le va a convenir al negocio.
4. Se debe tener en cuenta que se trata de una mejora continua.
5. Considerar que el inventario perecedero del restaurante es la la hora/silla y no es la comida. Y es en donde se van a encontrar errores varios en los restaurantes. En realidad, el que trae dinero es la silla, la hora/silla que se ocupa y no es la mesa.

1.2.2 Modelo ServQual

Este modelo es considerado uno de los modelos primordiales de resultados en la investigación programática que da inicio Parasuraman (1985:1988). Se menciona cuáles de los modelos de tipo conceptual se desarrollaron por los mencionados investigadores, permiten definir calidad de un servicio a través una variable principal de resultado (Parasuraman et al; 1994; Parasuraman et al; 1991; Parasuraman et al; 1988; y Parasuraman et al., 1985). Este modelo, va a contener variedad de ítems que se destinan a la medición del nivel de servicio que esperan los clientes, a ellos se denominará expectativas. A través de estos ítems que son coincidentes, en ellos se medirá el nivel que se percibe el servicio que se está proporcionando (servicio real) por una empresa, se designan a estos como las percepciones. Para finalizar, la calidad de servicio lo vamos a obtener de la

medición de la diferencia de puntuaciones con los ítems correspondientes, o de manera similar, al fijar la diferencia entre percepciones y expectativas.

De acuerdo a lo conceptualizado por Parasuraman et al. (1988), se ha definido a la calidad de servicio, un conjunto de 5 consistentes dimensiones, es decir: capacidad de respuesta, confiabilidad, elementos tangibles seguridad y empatía, estas dimensiones, están conformadas por 22 ítems, mediante los que se va a alimentar el modelo llegando a determinar la brecha o gap entre estas valoraciones (por ende, entre lo esperado por los clientes en el servicio sumado a lo que en realidad están percibiendo), esto con objeto de dar facilidad a la puesta en marcha; de manera sistemática las acciones correctivas las cuales van a mejorar la calidad de servicio (McCollin et al, 2011; Yu-qiang, y Jun-Jia, 2011; López y Serrano, 2001; Lee y Hing, 1995). El modelo ServQual en su conjunto va a ofrecer un mapa situacional respecto a la calidad de cómo se va a realizar la prestación del servicio y aspectos valorados en verdad por el cliente en el momento de hacer uso de este servicio, siendo el caso de los restaurantes que son objeto de estudio, lo que debe incidir en captar una mayor cantidad de clientes, que los que existen se mantengan y se mejore el nivel de la rentabilidad que debe tener la organización o empresa (Cabana et al, 2015; Du y Tang, 2014; Tan et al, 2009).

1.2.3 La Satisfacción del Cliente

1.2.3.1 Definición

Se considera de suma importancia que las empresas tengan de conocimiento y entiendan a la teoría de la satisfacción del cliente y de esta manera la puedan mejorar y superar. En los últimos años, la satisfacción del cliente se ha vuelto un punto sumamente importante para las organizaciones, esto lo conlleva a invertir bastante dinero para la mejora de sus servicios que contribuirán a una satisfacción sólida en beneficio del consumidor y la calidad del servicio que se está brindando.

Considerando que somos dependientes mucho del cliente esto se da porque son muy valiosos en lo que realizamos. Tener en cuenta que a los clientes no se les debe ver como problemáticos, por ello las empresas deben lograr mantener clientes para que la empresa no comprometa su futuro y su seguridad.

Hoyer y MacInnis (2001), definen que la satisfacción del cliente podría asociarse con sentimientos de emoción, aceptación, deleite, felicidad y alivio.

Según Hokanson (1995), hay factores que van a llegar a influenciar en la satisfacción de los clientes, donde hay empleados amables, corteses que sean puntuales en la facturación, personales serviciales, personal conocedor, claridad en la facturación, calidad del servicio, buen valor, precisión al momento de facturar, claridad de facturación, precios competitivos, buen valor y servicio rápido.

Howard y Sheth (1969), va a definir la satisfacción como el estado dado por el producto de la adquisición de algún tipo de servicio o adquisición de un bien.

Pero, en la actualidad Kotler y Keller (2006), hacen mención que se ha cometido un error en la cuantificación del nivel de la satisfacción del cliente de modo sistemático, donde la satisfacción deberá ser medida por parte de la empresa de forma constante, dado que esto va a permitir que se conozca el grado de satisfacción que presentan los clientes, que logre se fidelicen a su empresa con la adquisición de nuevos productos, que sean de menor sensibilidad al precio y consiguiendo la rentabilidad de la organización.

1.2.3.2 Importancia

Lo que respecta a la importancia se da en la situación que al poder lograr la satisfacción para a un consumidor significa que este cliente podría nuevamente regresar para hacer uso del servicio o comprar el bien, así como podría recomendar a diversas personas que asistan al lugar que logre aumentar las ganancias para la empresa. Se dice que un cliente que no satisface sus expectativas brindará comentarios de tipo negativos y va a decidir no volver a consumir más el producto o servicio. Se considera a la satisfacción como un proceso que se necesita para lograr ganancias, las mismas que van a crecer en tal sentido que se logre fidelizar al cliente.

Gerson (1993) dice que la satisfacción de los clientes deberá prestársele mayor atención, cualquier empresa o negocio que no llegue a lograr satisfacer a sus clientes, va a presentar una enorme tendencia de que los clientes no regresen a visitar el negocio (los clientes satisfechos posiblemente sean leales y sigan asistiendo) condescendiente que los clientes insatisfechos.

Empresas que cuentan con clientes que son leales, no tendrá que invertir demasiado dinero para los clientes nuevos, dado que clientes que están satisfechos van a anunciar el negocio de boca en boca.

1.2.3.3 Sus elementos

Para Kotler (2005) menciona en sus libros que el público que se relaciona al Marketing establece que hay 3 componentes con gran importancia para la medición del grado de cómo están satisfechos los clientes, detallándose a continuación:

Tabla 01

Los Elementos de la satisfacción del cliente

Elemento	Definición	Características
Rendimiento que se percibe	Se refiere al valor que se obtiene de un servicio o producto por el que lo consume	<ol style="list-style-type: none">1. Quien determina es el cliente y no la organización.2. Está fundamentado en los resultados calificados por el cliente.3. Está basada en las percepciones de los clientes.4. Sufre el impacto de lo que diversas personas opinan que influye en los clientes.
Las expectativas	Es así que, las “esperanzas” que espera el cliente de un servicio o producto y vienen a ser las expectativas.	<p>Las perspectivas del cliente se dan en las situaciones siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Promesas que la entidad brinda en función del bien o servicio brindado.2. Las vivencias de compras anteriores.3. La opinión de otra persona (p.ej. Artistas).4. Las promesas de la competencia.

Elemento	Definición	Características
Los niveles de satisfacción	Cuando ya se ha realizado la compra los clientes van a experimentar niveles de satisfacción	Se cuenta con tres niveles de satisfacción: <ol style="list-style-type: none"> 1. Insatisfacción: Cuando no se ha superado las perspectivas del consumidor. 2. Satisfacción: El desempeño que se percibe es igual a las perspectivas del consumidor. 3. Competencia: Es cuando el desempeño que se percibe va a superar las perspectivas del usuario.

Fuente: Elaboración propia

1.2.3.4 Las Técnicas

En lo que concierne al servicio al cliente la satisfacción se va a fundamentar en el aprendizaje de los sistemas, procesos internos u otros. Esto, se podría demostrar con las tres técnicas de acuerdo a Berry lo cual podría ayudar a mejorar la satisfacción de los clientes:

La Herramienta: Esta nos dice que es necesario que los colaboradores de trato directo con el cliente hayan asimilado cada uno y todos los procedimientos internos que se usan al momento de la resolución de los pedidos de clientes, así como se administren sus solicitudes y respondan a sus interrogantes.

Las Técnicas: Son Metodologías que se usan de una manera amable con los consumidores, cuando se interactúa de una forma directa con estos por diversos medios como celular, teléfono, correo o ya sea face to face.

Experimentos y triunfos: Este punto está referido a los colaboradores, que da forma o muestra contactos de amabilidad con los clientes, es necesario diseñar una videoteca mental en lo que respecta a las comunicaciones afectivas que se han hecho con los usuarios o clientes.

1.2.3.5 La Teoría de los 02 factores en la satisfacción de los clientes

Esta teoría establece que existen dimensiones para los servicios o productos que se relacionan con la satisfacción de los clientes, y existen otras muy distintas que se relacionan con la falta de satisfacción de los clientes.

Swan y Combs (1976), Maddox (1981), Bitner, Booms y Tetreault (1990), y Silvestro y Johnston (1990) hacen un estudio de la teoría de los 02 factores en el aspecto de la satisfacción a los clientes.

De las 04 investigaciones ninguna ha concluido si existen dimensiones que producen solamente un grado de satisfacción o que produzcan solamente falta de satisfacción, pero si existe dimensiones que se asocian con la insatisfacción o satisfacción.

Todos los estudios hacen uso del método que respecta al incidente crítico, es así que el análisis de todos los datos obtenidos (por tal motivo, estas dimensiones que se obtienen), los servicios o productos que se estudian, así como los segmentos de los clientes que se analizaron son diferentes.

El método del incidente crítico

Este método se trata de un procedimiento que sirve para recolección de observaciones directas de determinados hechos de importancia relacionados con el comportamiento humano en ciertas situaciones que ya se han definido, y que se han clasificado de tal manera que van a ser útiles para la resolución de las problemáticas consideradas de tipo práctico (Flanagan, 1954). De acuerdo a Ronan y Latham (1974; p. 53) "el método del incidente crítico consiste en una fórmula de entrevista sistemática usada en la recolección de comportamientos los cuales se observan y pueden llevar al fracaso y/o éxito en la ejecución de cierta tarea o actividad específica".

1.3 La Formulación del problema

¿La aplicación de reingeniería en restaurantes de comida criolla, podría lograr mejorar en la satisfacción del cliente?

1.4 Importancia y justificación del estudio

El implementar una reingeniería es importante para buscar la mejora de la satisfacción al cliente, porque el cliente adicionalmente de comprar un producto o servicio, debe obtener una atención de calidad, fomentando y brindando como resultado el crecimiento y desarrollo de los diferentes restaurantes.

La presente investigación se desarrolla respondiendo la necesidad de generar e implantar un nuevo proceso en el desarrollo prospero de todo restaurante orientados al negocio de la venta de comida criolla. La aplicación reingeniería ayudará a la solución de problemas en la que corresponde calidad de atención.

De esta manera, el resultado viene a ser de beneficio para el personal, los clientes y la población en general.

Además, al implementar esta metodología ayudará a alcanzar la excelencia de la calidad de atención, aquí se va a aplicar estrategias y técnicas de investigación empresarial que nos permita aplicar reingeniería de procesos.

1.5 Hipótesis

La aplicación de reingeniería en restaurantes de comida criolla, si mejora la satisfacción del cliente.

1.6 Los Objetivos

1.6.1 Objetivos General

Proponer un diseño de aplicación de reingeniería en restaurantes de comida criolla para mejorar la satisfacción del cliente.

1.6.2 Objetivos específicos

- a. Hacer un diagnóstico de la actual situación de restaurantes de comida criolla y la satisfacción de sus clientes
- b. Determinar y analizar los procesos más críticos que afectan la satisfacción del servicio al cliente.
- c. Aplicar herramientas de reingeniería para diseñar la propuesta.
- d. Evaluar la satisfacción del cliente antes y después de la propuesta.
- e. Evaluar el beneficio costo de la propuesta.

II. EL MÉTODO Y LOS MATERIALES

2.1 El Tipo y el Diseño de investigación

2.1.1 El Tipo de investigación

Respecto a este punto, en la presente investigación, según el enfoque ha sido cuantitativa porque analiza los datos numéricos recogidos de las diferentes técnicas como encuestas, entrevistas y cuestionarios; además dichos datos se procesan acorde a una línea de pasos los mismos que serán sometidos a un análisis estadístico.

Por su aplicación, es de forma descriptiva, debido a que analizamos los procesos actuales de la empresa. Además, es no experimental; es decir, no se está manipulando ningún dato de las variables independiente.

Según su propósito es aplicada ya que tiene como base las teorías o trabajos ya existentes aplicados, los cuales nos sirven como referencia.

Además, según sus medios para obtener datos, es mixta ya que no solo se analiza la información obtenida de los libros, revistas, periódicos, etc. Si no que también se trabaja con los datos obtenidos de campo.

2.1.2 El Diseño de investigación

Esta investigación se enmarca como no experimental su diseño, debido a que no se ha manipulado ningún dato de la variable independiente; es decir; no se manipulan los datos obtenidos e implementan cambios dentro de la empresa de estudio; solo se analizaron los acontecimientos presentes y se sugirieron mejoras que pueden ser aplicadas en el futuro, pero a decisión de la dirección de la empresa.

Es transversal, esto porque se recogió información mediante encuestas, entrevistas o cuestionarios en una determinada oportunidad y no de manera continua.

2.2 Las Variables, operacionalización

Tabla 02

La Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
Variable Independiente	Diagnóstico del servicio	Problemas	Observación	Fichas de observación
Aplicación de la reingeniería en restaurantes de comida criolla	Análisis a profundidad de la problemática	Alternativas de solución		
	Rediseño de los procesos	Estudio de métodos Tiempo estándar	Análisis documental	Guía de análisis documental
	Planificación de proyecto	Plan de servicio	Entrevista	Guía de entrevista
Variable dependiente	Empatía	Cortesía y amabilidad		
Mejorar la satisfacción al cliente	Comunicación	Nivel de confianza Comprensión de la comunicación Nivel de precio y servicio		
	Precio	Nivel de veracidad Expectativas de la atención	Encuesta Entrevista	Cuestionario Guía de entrevista
	Transparencia	Opinión de amistades y familiares		
	Expectativas	Conformidad del servicio.		

2.3 Población y Muestra

2.3.1 Población

Este presente estudio de investigación centra su evaluación en los clientes que hacen uso del servicio de restaurante de Comida Criolla; la misma que está conformada por 270 clientes en promedio por día, haciendo un total de 8100 clientes al mes, de acuerdo a la información brindada por el encargado.

2.3.2 Muestra

Determinaremos la muestra, utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2(N)(p)(d)}{z^2(p)(q) + e^2(N - 1)}$$

Donde:

N= 8100 Clientes al mes

P= Proporción de seres que cuentan en la población la característica de estudio.

Q= viene a ser la proporción de seres que no cuenta con dicha característica.

Z= Es el nivel de confianza de nuestro estudio.

E= Es el margen de error muestral deseado.

Aplicando la Formula seria:

$$n = \frac{(1.96)^2(8100)(0.8)(0.2)}{1.96^2(0.8)(0.2) + (0.05)^2(8100 - 1)}$$

n= 239 clientes

2.4 Los instrumentos y técnicas de recolección de datos, confiabilidad y validez

2.4.1 Las Técnicas

a. La Observación

Mediante esta técnica podemos clasificar y analizar el expediente recogido en la investigación.

De acuerdo a una ficha de observación se ha se ha determinado como principal punto de observación los procesos de trabajo, el ambiente físico y el nivel de afluencia de comensales.

b. Análisis documentario

Nos permite establecer conocimientos requiriéndose de la lectura, reflexión, análisis e interpretación de documentos. Barboza-Chacón, Barboza-Herrera y Villabona (2013, p. 90).

c. Entrevista

Se puede definir como el intercambio hablado que nos va a ayudar a juntar datos durante el encuentro de forma privada y cordial con las personas que van a dar su versión de los hechos respondiendo a preguntas que se relacionan con un específico problema, es quiere decir que, los datos que va a necesitar el investigador van a ser de tipo numérico, referente al peso, la edad, temperatura, millas de viaje, etc.

En la entrevista realizada a los administradores y supervisores de los diferentes restaurantes de comida criolla en la provincia de Chiclayo, región Lambayeque, se consideraron como principales temas los procesos de trabajo.

d. Encuesta

Es uno de los métodos con más frecuencia al ser usados en investigaciones ya que nos accede a una variedad de información y de fuentes primarias.

En la encuesta realizada se plantearon diferentes preguntas orientadas a la problemática que presentan los restaurantes de comida criolla, dicha encuesta se realizó con los diferentes colaboradores de diferentes restaurantes en estudio.

2.4.2 Los Instrumentos para recolectar datos

a. La Ficha de observación

Instrumento que contiene una serie de variables (características, atributos, comportamientos, etc.) Estas variables le permiten al investigador observar de manera sistemática el objeto de estudio para la presente investigación; además nos permite recolectar los datos importantes en cuanto a procesos de trabajos dentro de los restaurantes de comida criolla.

b. Guía de análisis documentario

Este documento se refiere al estudio de los documentos según su soporte; es decir puede ser un documento audiovisual, de papel, electrónico, etc. Este análisis nos va a permitir realizar búsquedas de forma retrospectivas para de esta manera recuperar la información del mismo y convertirlo en un documento secundario o principal de acuerdo a la información que contenga.

c. Guía de entrevista

Este instrumento, es un documento que va a contener los diferentes temas, las preguntas que se sugieren y los aspectos que se deben analizar dentro de una entrevista.

Se ha determinado entrevistar al personal calificado de los restaurantes de comida criolla respecto al ambiente, procesos de trabajo y entorno laboral.

d. Encuesta

Es un documento que permite recabar información de indicadores de ciertas variables empleadas.

El cuestionario que se ha implementado para los clientes que asisten a restaurantes de comida criolla, se ha considerado un rango de edades de 18 - 20 años, 20 - 24 años, 25 - 29 años, 30 - 34 años, 35 - 40 años y 40 años a más. Además, las preguntas se evaluarán de acuerdo a las siguientes indicaciones: Totalmente satisfecho (5), Satisfecho (4), medianamente satisfecho (3), poco satisfecho (2) e insatisfecho (1).

2.4.3 Validez y confiabilidad

De acuerdo a Woiceshyn & Daellenbach (2018) indican que el método inductivo nos hace saber que se debe pasar de lo particular hacia lo general. Se inició con observaciones y sondeos a la par que se da como propuesta teorías dirigidas a la etapa última del proceso del estudio que es resultado de estas observaciones. El presente razonamiento o método cuenta con el objetivo principal de generar conceptos teniendo como punto de partida a un grupo de datos, los que se han recopilados con la finalidad de que se identifique patrones y se relacione con la finalidad de que se construya una teoría.

Se partió de la premisa que, si la encuesta cuenta con preguntas de varias respuestas como alternativas, siendo este nuestro caso de investigación; se hizo uso del coeficiente de alfa de Cronbach:

- a. Se estimó el coeficiente de confiabilidad que cuenta nuestra encuesta: 1) la encuesta de satisfacción al cliente. Es un proceso consiste que se da por el hallazgo de la varianza por cada pregunta en el instrumento.
- b. Se hizo la sumatoria de los valores obtenidos en el punto anterior, de esta manera se encuentra la varianza total, así como se estableció el nivel de confiabilidad que existe. Usándose entonces el coeficiente de alfa de Cronbach (α). La fórmula es:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Dónde:

K = # de preguntas

S_i^2 = Es la Varianza de cada pregunta

S_t^2 = Es la Varianza total

Los valores que se encuentran, habiendo aplicado la encuesta a los colaboradores, para que se determine el nivel de confiabilidad, va a poder ser entendidos a través de la tabla siguiente.

Tabla 03

Valores de los niveles de confiabilidad

Valores	Nivel de Confiabilidad
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,0	Confiabilidad perfecta

Fuente: Hernández, T y otros (2006)

2.5 Procedimiento de análisis de datos

En esta investigación la recolección de datos, lo realizamos mediante etapas que hemos planificado para que se garantice la aplicación del análisis documental de la muestra total.

Como 1° paso, se programó la hora y fecha de aplicación del análisis documental, para lo cual fue necesario solicitar el permiso respectivo a las personas que salen de un restaurante de comida criolla o se encuentran transitando alrededor de alguno de ellos en la ciudad de Chiclayo, lo cual garantice que las informaciones que se obtuvieron solo serán para propósitos de investigación científica.

Como segundo paso, habiendo obtenido la información se procedió con tabular, así como analizar para que se lleguen a lograr los objetivos de nuestra investigación de estudio, el cual es mejorar la satisfacción de los clientes de restaurantes de comida criolla de la ciudad de Chiclayo.

2.6 Criterios éticos

Cuando se refiere a “principios éticos básicos” se está mencionando a los criterios de manera general que se usan como justificación base para diversas reglas éticas, así como también para evaluaciones de las acciones humanas. De acuerdo al reporte de Belmont, existen tres principios básicos que han sido aceptados de manera general para nuestra tradicional cultura, las mismas que son pertinentes de manera especial para la ética del estudio lo cual va a implicar a sujetos humanos, estos son:

- El Principio: De Respeto a la persona
- El Principio: De la Beneficencia
- El Principio: De la Justicia

La aplicación de estos principios base a la conducta de nuestra investigación conlleva que se tome en cuenta ciertos requisitos que se menciona a continuación: El Consentimiento informado, la determinación de riesgo-beneficios y por último la selección de sujetos que formaran parte de la investigación.

2.6.1 El Consentimiento Informado

De acuerdo al Código de Nüremberg, quien participa de la investigación cuenta con el derecho de tener de conocimiento el objetivo de la investigación, así como se va a tratar los resultados, así también que consecuencias se podría generar. También se pueda familiarizar con el rol que tiene en dicha investigación,

siendo de mandato que quien participa de por aprobada su participación, dando de forma explícita su consentimiento, pero se prefiere debería ser por escrito (Hernández et al., 2014).

La presente investigación contó con el conocimiento informado que se dio al principio de la aplicación de la herramienta, de manera escrita en el documento, los participantes que forman la investigación debieron estar de acuerdo y conformes con el rol de informantes que van a cumplir e identificación de sus derechos y responsabilidades.

2.6.2 Determinación de riesgos-beneficios

En una investigación que se realiza con sujetos humanos es inevitable que se cuente con un grado de incertidumbre que se relaciona con los riesgos y beneficios.

Por lo tanto, en primer lugar, debe existir una determinación de la validez de las conjeturas de la investigación; posteriormente, se debe distinguir con excelente claridad la probabilidad, la magnitud y la naturaleza de los riesgos. El método para determinar los riesgos debe ser explícito, más aún cuando no existe alternativa al uso de categorías vagas como puede ser las de riesgo bajo o leve.

Además, se debe establecer qué tan razonable es la estimación que los investigadores hace con lo que respecta a las probabilidades del beneficio perjuicio. Determinaciones que deberán ser realizadas considerando otros hechos ya conocidos que se hayan realizado en estudios previos.

En el presente estudio se tomó en cuenta la validez de las preguntas a través de instrumentos estadísticos.

2.6.3 Selección de sujetos

La presente investigación de estudio está considerando la selección de los participantes como el procedimiento que va a permitir obtener información relevante que sea útil para respuestas a las interrogantes de la investigación. Para establecer el procedimiento de selección de sujetos, primero se necesita la determinación del tipo de muestreo, la forma como se selecciona a los sujetos, así como los criterios que se dará para su clasificación.

Lo que respecta al tipo de muestreo, consideramos el muestreo probabilístico debido a que la muestra ha sido determinada por formula.

Para seleccionar los sujetos, es relevante decir que se ha tomado como población a los ciudadanos mayores de 20 años de la Ciudad de Chiclayo, de esta forma, se procederá a realizar la aplicación de la encuesta a clientes de restaurantes de comida criolla y población en general de ser el caso.

2.7 Los Criterios de rigor científico

De acuerdo a Noreña, et al. (2012), la aplicación de los criterios éticos en una investigación de tipo cuantitativo viene a estar considerado por los siguientes puntos.

2.7.1 Credibilidad a través del valor de autenticidad y verdad

Está caracterizado porque consigue efectos en las variables investigadas, para ello usa los procesos siguientes: con respecto a los resultados que se mostraron serán considerados auténticos por los sujetos encuestados.

2.7.2 Transferibilidad y aplicabilidad

Este aspecto, está caracterizado porque se va a obtener resultados que genere bienestar empresarial mediante la transferibilidad a través de los siguientes procesos: detallar el contexto así como los encuestados que participan en la investigación, es así que el muestreo ayudó a la recopilación de la información, gracias a que se ha codificado y analizado inmediatamente la información que se obtuvo de la página del INEI, posteriormente se recogerá exhaustivamente la información mediante la recolección de información relevante e importante haciendo uso de la observación, cuestionario y documentación.

2.7.3 Consistencia para la replicabilidad

Aspecto, que está caracterizado porque se generará resultados que se obtendrán a través del método mixto, haciendo uso de los siguientes procedimientos: la triangulación de la información haciendo uso de datos, participación de investigadores, así como teorías lo cual nos va a ayudar a fortalecer los resultados y su discusión, el juicio de expertos permitirá se certifique nuestro instrumento porque son fuentes primarias, brindándonos de manera detallada los puntos acerca de la coherencia del proceso de recolección de datos, así como análisis e interpretación de la misma utilizando ciertos enfoques de la ciencia: como son el empírico, vivencial y crítico.

2.7.4 Confirmabilidad y neutralidad

Este aspecto, se caracteriza porque en una investigación los datos deben contar con la verdad en la descripción, haciendo uso de los procedimientos siguientes: se comparó los resultados con la literatura que ya existe, lo hallado se comparó con antecedentes de ámbito internacional, nacional y local, los cuales contaron con información similar de las variables que se están estudiando en la investigación y que corresponde a los 05 últimos años de antigüedad declarándose la identificación y describió los alcances y limitaciones encontradas por los investigadores.

2.7.5 Relevancia

Este aspecto, está caracterizado porque permite lograr los objetivos planteados y de esta manera obtener un mejor estudio de las variables, se hará uso de los procedimientos siguientes: Se logró la amplia comprensión de las variables en estudio del presente trabajo de investigación, los resultados que se van a obtener deben tener correspondencia con la justificación.

III. RESULTADOS

3.1 Diagnóstico de la empresa

3.1.1 Información general

El Restaurante objeto de estudio, es una empresa de servicios que se especializa en platos criollos, ofreciendo una variedad de platos exquisitos a la carta, sus platos resaltan por su punto exacto de sabor y sazón, el cual llega a convencer al más exigente paladar.

El restaurante funciona desde 1996, está acondicionado para realizar almuerzos familiares, laborales y de cualquier tipo de reunión que implique disfrutar de un buen almuerzo al gusto de los diferentes paladares de los comensales, siendo este un ambiente de elección para los clientes.

En lo que respecta a insumos el restaurante cuenta con un proveedor de materias primas frescas el cual está a cargo de empresas distribuidoras para las ciudades de Chiclayo y Lambayeque. Para el insumo de pescados y mariscos es realizado por el encargado de cocina quien lo hace en el terminal pesquero “Santa Rosa”, esto debido a que el precio, calidad y frescura del insumo es el más recomendable para la preparación de los platos a base de pescados. En lo que corresponde a las bebidas y gaseosas los recibe de un distribuidor autorizado de Backus. Es necesario mencionar, que el precio de los insumos este afecto a variaciones, alzas o escasez, por distintos factores externos.

Los insumos que hace uso el restaurant se resumen en:

- a. Pescados y carnes: filetes de bonito, pulpo, filete de jurel, salmón y/o lenguado), langostinos y mariscos como conchas de abanico y conchas negras, carne de pollo, carne de res, carne de pato, carne de cerdo, carne cabrito.
- b. Abarrotes: Arroz, azúcar, fideos (diferentes tipos) harinas, condimentos, sal y agregados.
- c. Insumos Diversos como: Frutas, verduras, hortalizas.
- d. Verduras y Frutas frescas y congeladas.
- e. Agua, gaseosas, vinos y licores.

La empresa actualmente no cuenta con misión, visión y organigrama.

3.1.1.1 Productos que se ofrecen

Tabla 04**Platos del restaurante**

Platos Criollos	Entradas	Bebidas
Arroz con pato	Ceviche	Chicha morada
Tortilla de raya	Ceviche con tortita de choclo	Maracuyá
Tacú Tacú	Papa a la huancaína	Limonada
Espesado de Res		Chicha de jora
Churrasco		Gaseosas
Cabrito		Cervezas
Bistec		
Ají de gallina		
Frito		
Sudado		
Chicharon de pescado		
Tallarines Verdes		
Arroz con Pollo		
Lomo Saltado		
Cau Cau		
Causa		
Ceviche		
Arroz con Mariscos		
Chancho al horno		
Estofado de res		
Arroz con Chancho		
Sancochado		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 05**Ingresos promedio mensual por productos**

N°	Producto	Valor Venta Mensual	%	% Acumulado
1	Arroz Con Pollo	22500	26.02%	26.0%
2	Ceviche	18000	20.82%	46.8%
3	Aji de Gallina	15600	18.04%	64.9%
4	Tallarines Verdes con bistec	13200	15.27%	80.2%
5	Chancho al horno	1620	1.87%	82.0%

N°	Producto	Valor Venta Mensual	%	% Acumulado
6	Churrasco	1560	1.80%	83.8%
7	Tortilla de raya	1530	1.77%	85.6%
8	Espesado de Res	1500	1.73%	87.3%
9	Arroz con pato	1440	1.67%	89.0%
10	Frito de chancho	1440	1.67%	90.7%
11	Bistec a lo pobre	1350	1.56%	92.2%
12	Cabrito a la norteña	1200	1.39%	93.6%
13	Arroz con mariscos	1080	1.25%	94.9%
14	Sudado de pescado	960	1.11%	96.0%
15	Lomo saltado	960	1.11%	97.1%
16	Chicharron de pescado	900	1.04%	98.1%
17	Cau cau	840	0.97%	99.1%
18	Sancochado	780	0.90%	100.0%

Fuente: Elaboración propia

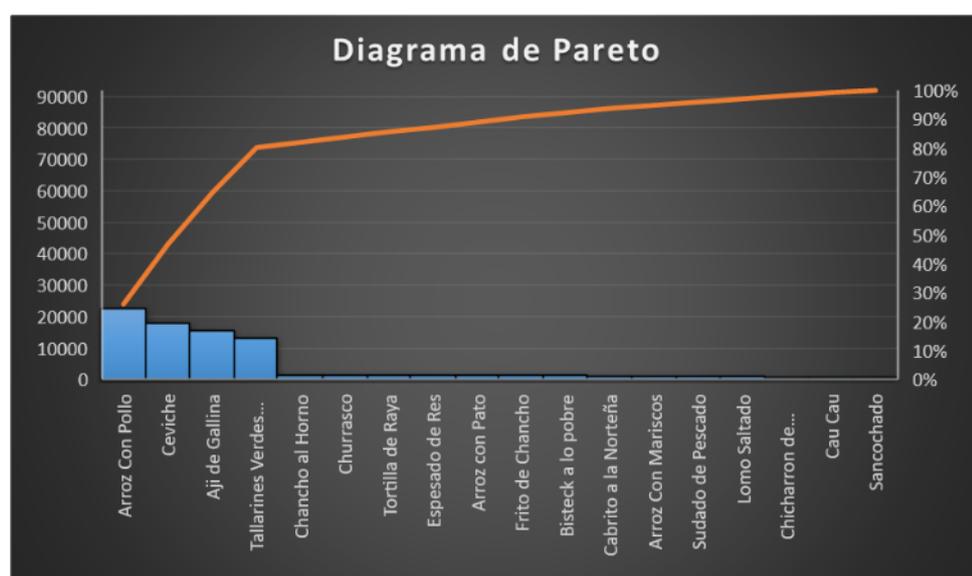


Figura 1. Diagrama de Pareto de los productos (platos) que generan mayor venta en el mes.

Fuente. Elaboración propia

3.1.1.2 Materiales de restaurante

Tabla 06

Equipos y accesorios de restaurante

Área	Equipos	Cantidad
Cocina	Cocina Industrial 8 hornillas	1
	Refrigerador	1
	Mesas de acero	4
	Ollas grandes	8
	Ollas pequeñas	6
	Platos tendidos	100
	Platos hondos	100
	Platos de entrada	100
	Vasos	100
	Cucharones	4
	Cuchillos	4
	Lavatorios	2
	Salón	Mesas de madera
Sillas		148
Estaciones de meseros		2
Dispensadores de refrescos		2
Caja	Caja registradora	1

Fuente: Elaboración propia

3.1.1.3 Personal que trabaja dentro del restaurante

Tabla 07

Distribución de personal

Personal	Cargo	Total
Cocina	Jefe de cocina	1
	Sub Chef	1
	Ayudantes de cocina	2
	Ayudante de lavandería	1
Salón	Jefe de salón	1
	Meseros	4
Caja	Cajera	1

Fuente: Elaboración propia

3.1.1.4 Distribución actual de restaurante

Actualmente el restaurante en estudio mide 4 m. de ancho y 18 m. de fondo, cuenta con dos niveles, para atención al público, veamos la distribución de ambos espacios.

a. Plano de primer nivel

- Cocina: Mide 4m x 5m. Incluye lavandería, 01 cocina industrial, 02 mesas de acero de 3 niveles y diferentes utensilios de trabajo.
- Salón: Mide 4m. x 13m. Cuenta con 10 mesas de trabajo, 01 estación de meseros, 01 baño pequeño y la caja.

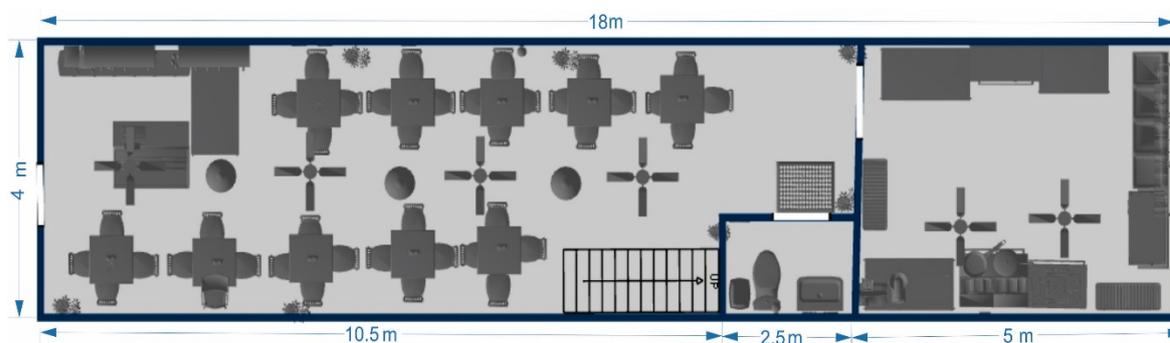


Figura 2. Plano de primer nivel

Fuente. Elaboración propia

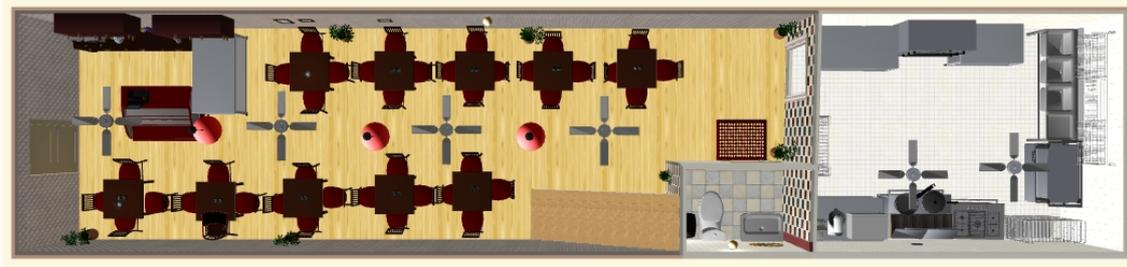


Figura 3. Vista 3D de primer nivel

Fuente. Elaboración propia

b. Plano de segundo nivel

- Salón: Mide 4m. x 18m. Conformado por 17 mesas con sillas, 01 estación de meseros y 01 baño pequeño.

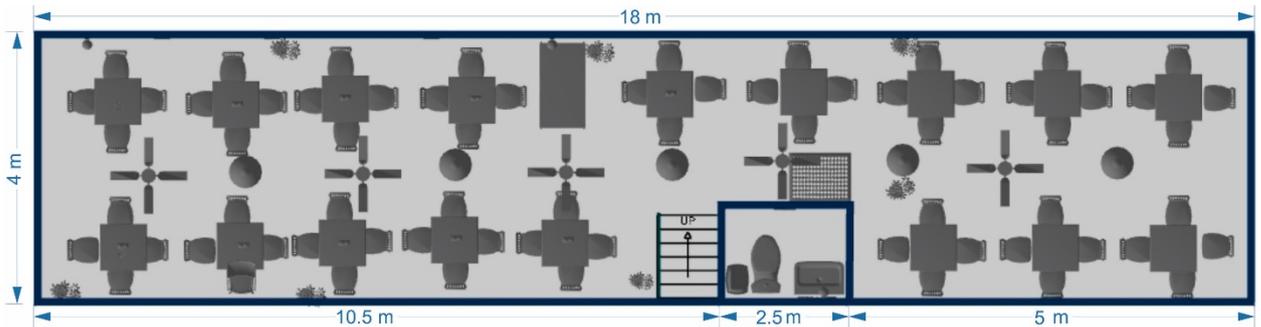


Figura 4. Plano de segundo nivel

Fuente. Elaboración propia

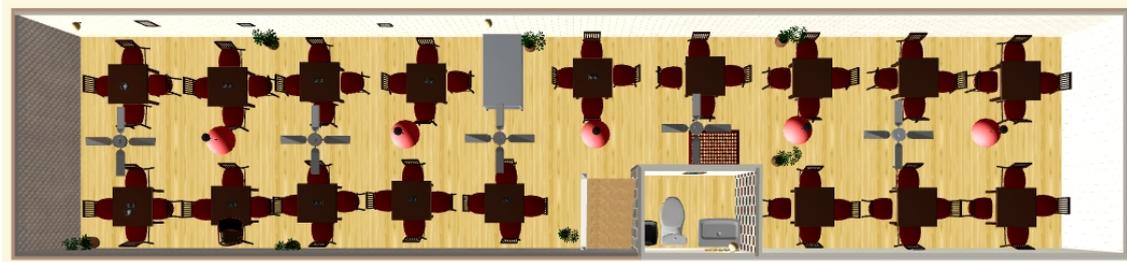


Figura 5. Vista 3D de Segundo nivel

Fuente. Elaboración propia

Según lo observado en la figura 2 y 4, podemos determinar que actualmente el restaurante no cuenta con un almacén de abastecimiento de alimentos, lo cual es muy necesario para poder llevar un control de stock de alimentos, control de mermas, reducción de tiempos de trabajo entre compras diarias y además reducir costos de adquisición de alimentos por una mala elección diaria de proveedores.

3.1.2 Diagramas de operaciones de procesos

Habiendo aplicado el Diagrama de Pareto, según la tabla 5, se hizo la clasificación ABC, obteniendo así los 03 platos que aportan mayor valor de ventas a la empresa, de los cuales a continuación se presenta su proceso de elaboración y diagrama correspondiente:

a. Diagrama de operaciones de Arroz con Pollo

En la siguiente imagen se determina el proceso de operación (DOP) en la preparación de arroz con pollo.



Figura 6. Plato de arroz con pollo

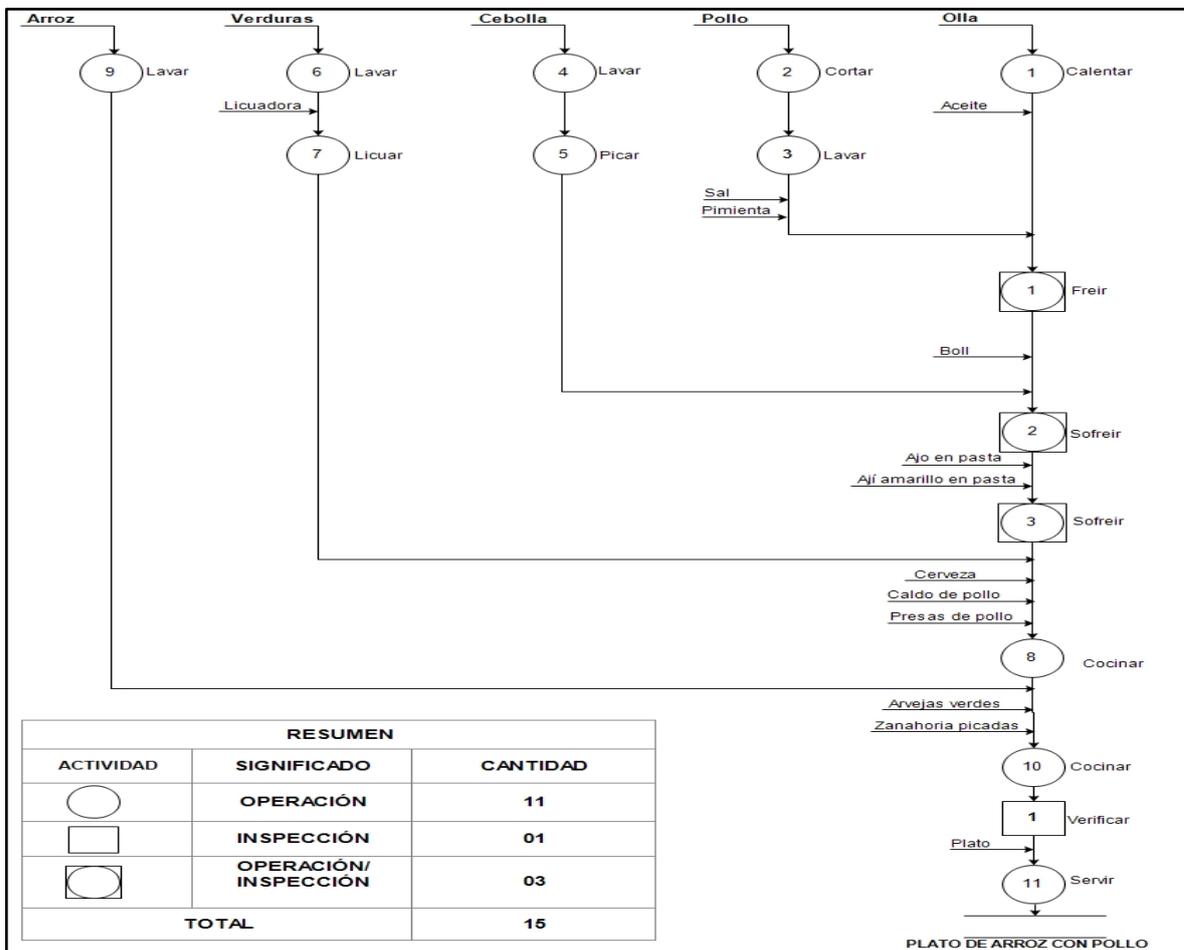


Figura 7. DOP de elaboración de arroz con pollo

a.1. Descripción de DOP de arroz con pollo

OP 01 - Calentar: Se calienta a fuego alto una olla con 1 ½ taza aceite vegetal.

OP 02 - Cortar: El pollo se debe cortar en presas.

OP 03 - Lavar: El pollo y colocar en la olla caliente con aceite

OP/INSPECCIÓN 01 - Freír: Las presas de pollo hasta dorarlas, verificar punto exacto de cocción. Retirar en un boll a parte.

OP 04 – Lavar: 02 cebollas

OP 05 – Picar: En cubos las cebollas e ingresarlas en la olla de la cual se retiraron las presas de pollo

OP/INSPECCIÓN 02 – Sofreír: La cebolla por 2 min.

OP/INSPECCIÓN 03 – Sofreír: Agregar el ajo y ají amarillo en pasta y sofreír por 2 min. Adicionales.

OP 06 – Lavar: Las verduras (la espinaca y el culantro) y colocar en la licuadora.

OP 07 – Licuar: Las verduras hasta obtener una pasta suelta, agregar el licuado a aderezo, luego agregar la cerveza, el caldo de pollo y las presas de pollo ya fritas.

OP 08 – Cocinar: Por 25 min, a fuego lento.

OP 09 – Lavar: El arroz y agregar a la olla conjuntamente con las alverjas y zanahoria.

OP 10 – Cocinar: Por 25 min a fuego medio.

INSPECCIÓN 01 – Verificar: La cocción correcta del arroz con pollo.

OP 11 – Servir: En platos para despachar.

b. Diagrama de operaciones de Ají de gallina

En la siguiente imagen se determina el proceso de operación (DOP) en la preparación de ají de gallina.



Figura 8. Plato de ají de gallina

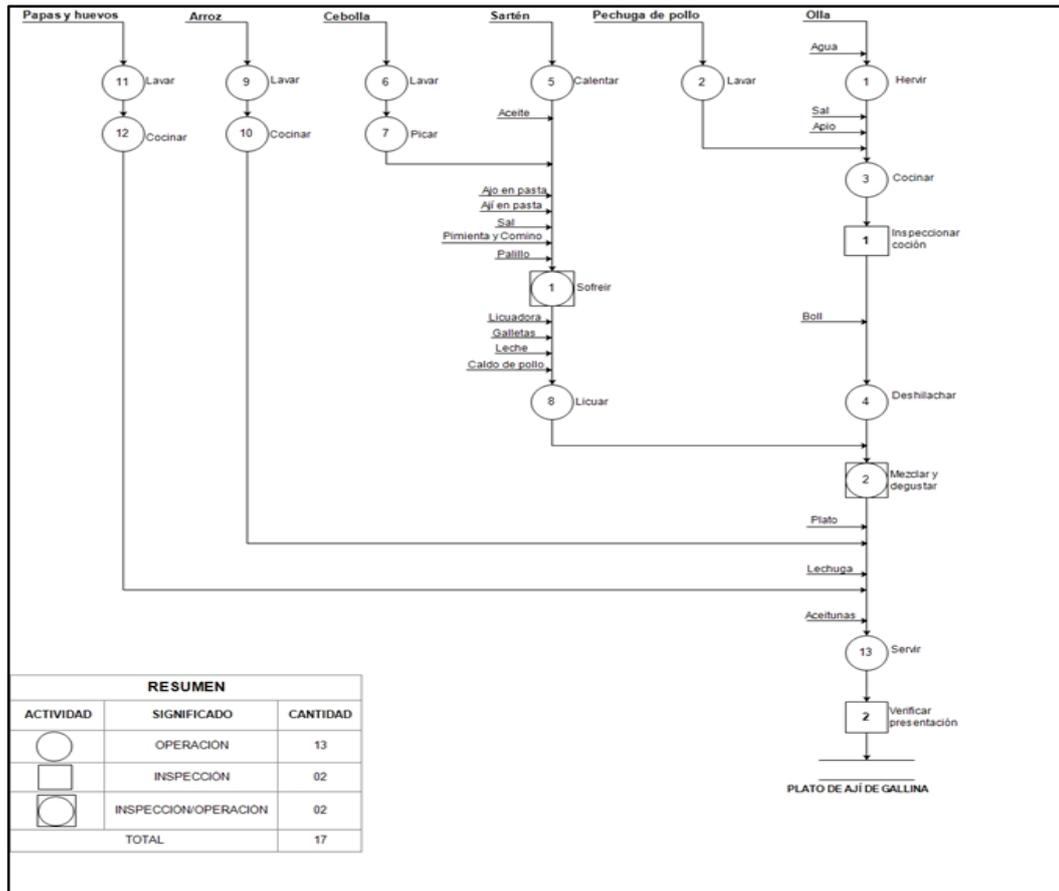


Figura 9. DOP de elaboración de ají de gallina

b.1. Descripción de DOP del ají de gallina

OP 01 - Hervir: A 100 °C una olla con agua, agregar sal y 01 rama de apio.

OP 02 - Lavar: Pechuga de pollo y colocar en olla de agua hirviendo.

OP 03 - Cocinar: Por 20 min a fuego medio.

INSPECCIÓN 01 – Verificar: que el pollo se encuentre bien cocido y retirar en un boll a parte.

OP 04 – Deshilachar: El pollo en tiras.

OP 05 – Calentar: Un sartén y agregar aceite.

OP 06 – Lavar: Las cebollas.

OP 07 – Picar: En tiras las cebollas y agregar al sartén con aceite, luego agregar el ají y ajo en pasta, palillo, sal, pimienta y comino al gusto.

OP/INSPECCIÓN 01 – Sofreír: Todo todos los ingredientes y luego agregar en la licuadora con galletas, leche y caldo de pollo.

OP 08 – Licuar: Todos los ingredientes y agregar la mezcla a la olla.

OP/INSPECCIÓN 02 – Mezclar: Revolver la mezcla y degustar, para servir y acompañar.

OP 09 – Lavar: El arroz.

OP 10 – Cocinar: Por 25 min a fuego medio.

OP 11 – Lavar: Papas y huevos.

OP 12 – Cocinar: A fuego lento.

OP 13 – Servir: En un plato, acompañado con el arroz cocido, lechuga, papas, la crema de ají de gallina, con los huevos y aceitunas.

INSPECCIÓN 02 – Verificar: La presentación del plato y despachar.

c. Diagrama de operaciones de ceviche

En la siguiente imagen se determina el proceso de operación (DOP) en la preparación de ceviche.



Figura 10. Plato de ceviche

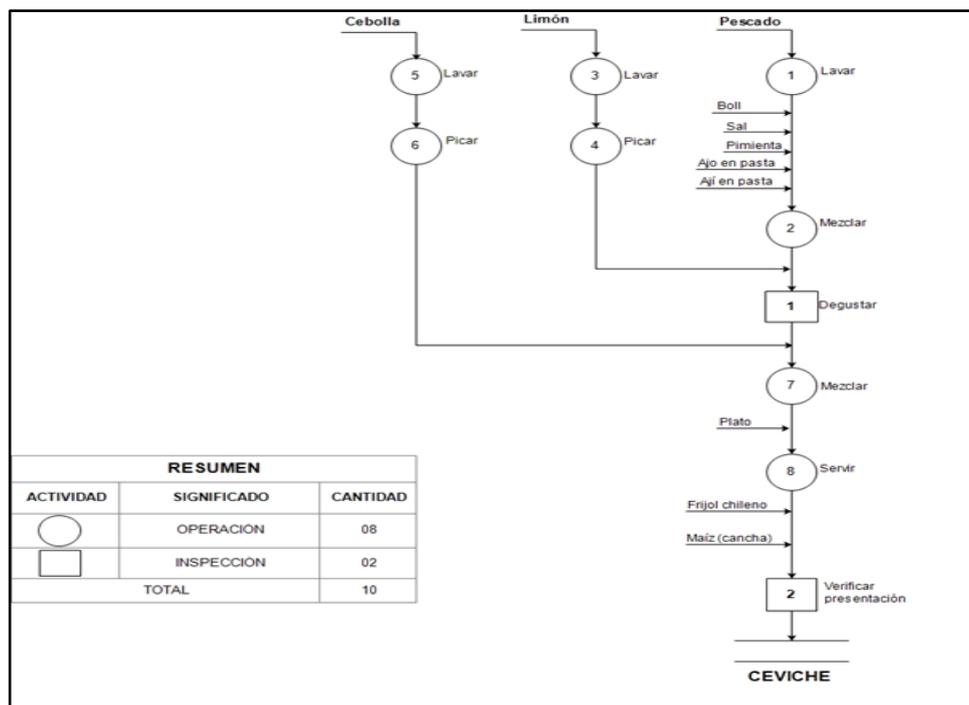


Figura 11. DOP de elaboración de ceviche

c.1. Descripción de DOP de ceviche

OP 01 - Lavar: Pescado (ya viene picado en trozos), agregar a un boll grande, con sal, pimienta, ajo y ají picante en pasta.

OP 02 - Mezclar: Todo en el boll.

OP 03 - Lavar: Limones (20 und.)

OP 04 - Cortar: Liberar jugo sobre la mezcla.

INSPECCIÓN 01 - Verificar: Degustar los que los ingredientes estén en su punto.

OP 05 - Lavar: Cebollas grandes.

OP 06 - Picar: Cebollas en tiras largas no muy gruesas.

OP 07 - Mezclar: Todo con la cebolla.

OP 08 – Servir: El ceviche en un plato, acompañar de frijol chileno y maíz (cancha).

INSPECCIÓN 02 - Verificar: Presentación del plato y despachar.

d. Diagrama de operaciones de tallarines verdes

En la siguiente imagen se determina el proceso de operación (DOP) en la preparación de los tallarines verdes.

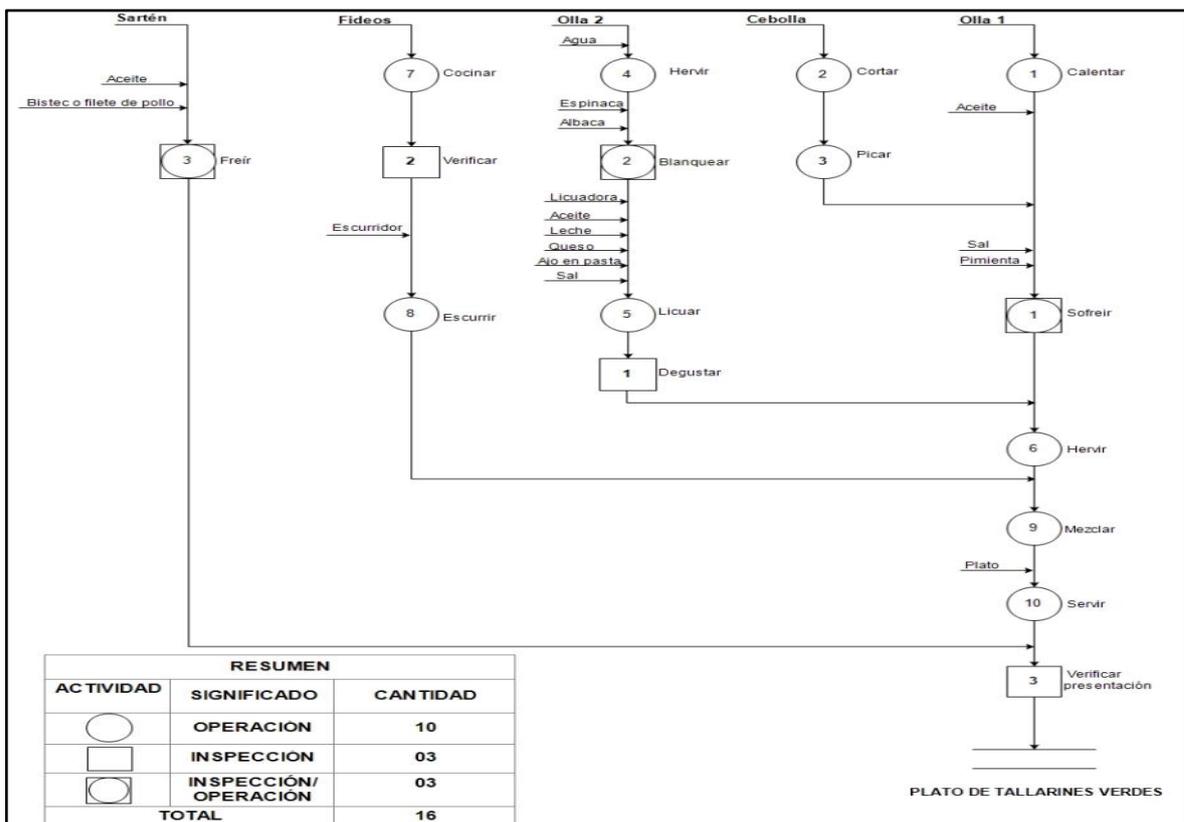


Figura 12. DOP de elaboración de tallarines verdes

d.1. Descripción de DOP de los tallarines verdes

OP 01 - Calentar: A fuego medio olla 1, luego agregar aceite.

OP 02 - Lavar: 02 cebollas medianas.

OP 03 - Picar: Cebollas en cuadrados pequeños y agregar a olla 1 con sal y pimienta.

OP/INSPECCIÓN 01 - Sofreír: Los ingredientes por 2 min.

OP 04 - Hervir: En una olla 2, hervir agua a fuego medio, agregar la espinaca y la albaca.

OP/INSPECCIÓN 02 - Blanquear: Dejar por 02 min. en agua, luego colocar en la licuadora con aceite, leche, queso, ajo en pasta y sal.

OP 05 - Licuar: Todos los ingredientes hasta obtener una pasta verde suelta.

INSPECCIÓN 01 - Degustar: Que no se exceda la sal y verifica que la pasta no esté muy espesa, luego agregar a la olla 1.

OP 06 - Hervir: Cocinar a fuego lento por 05 min.

OP 07 - Cocinar: Fideos gruesos 02 kg.

INSPECCIÓN 02 - Verificar: La cocción correcta de los fideos.

OP 08 - Escurrir: En un escurridor liberar del agua los fideos y colocarlos en la olla 01 con la pasta verde.

OP 09 - Mezclar: Mezclar homogéneamente los fideos con la pasta verde.

OP 10 – Servir: En un plato grande.

OP/INSPECCIÓN 03 – Freír: En aceite caliente, bistec o filete de pollo (según el pedido) que se encuentren en un punto exacto de cocción; luego agregar a plato de tallarines verdes.

INSPECCIÓN 03 – Verificar: La presentación del plato y despachar.

3.1.2.1 Procesos de actividades en el restaurante

De acuerdo a lo observado en el restaurante en estudio, desarrolla sus actividades en el área de cocina, salón y atención al cliente, a continuación, veamos los procesos de trabajo de cada uno de ellos.

a. Proceso de cocina

En la siguiente imagen veremos cómo se desarrollan las actividades dentro del área de cocina.

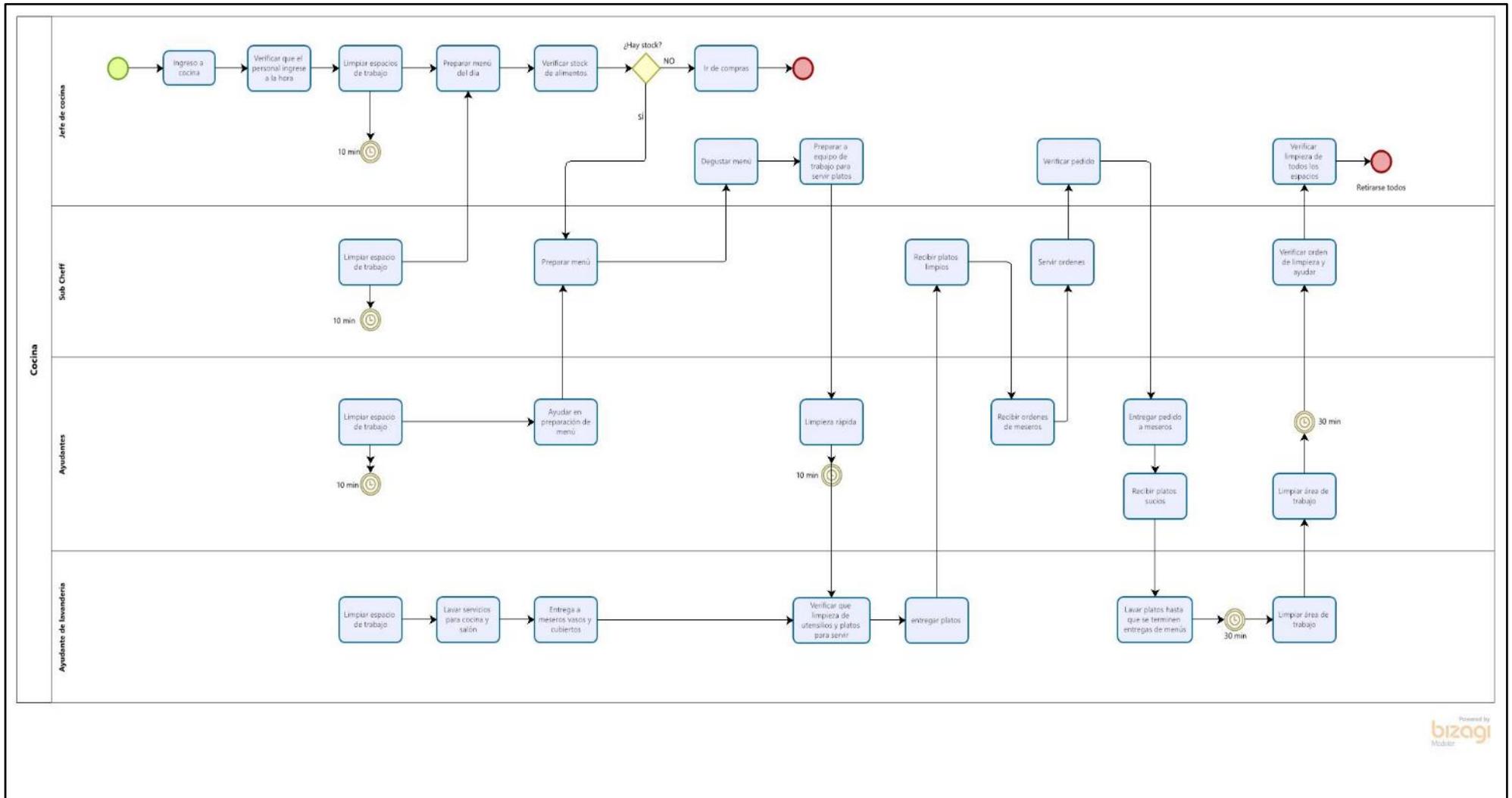


Figura 13. Proceso de cocina
Fuente: Elaboración propia

b. Proceso de actividades de salón

En la siguiente imagen veremos cómo se desarrollan las actividades dentro del área de cocina.

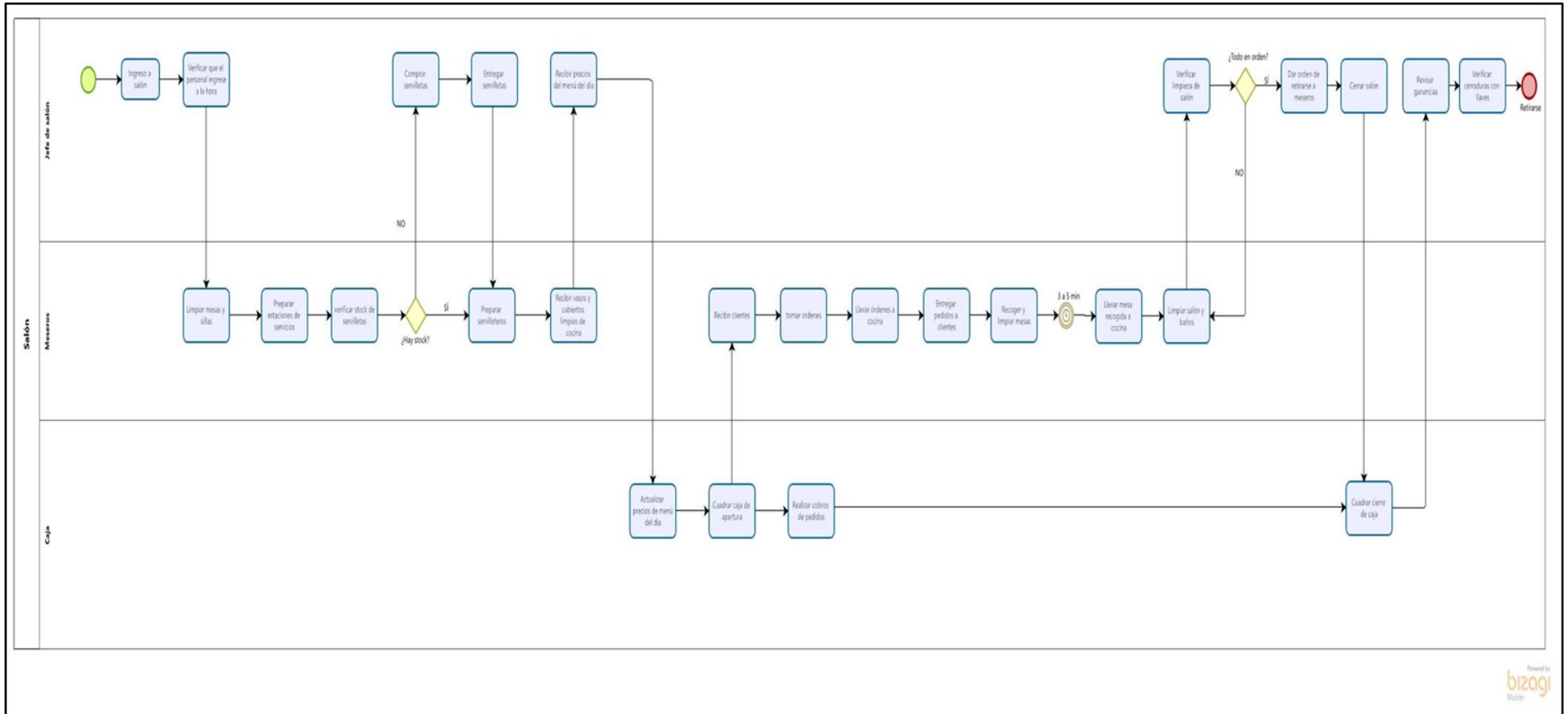


Figura 14. Proceso de actividades de salón

Fuente: Elaboración propia

c. Proceso de atención al cliente

En la siguiente imagen observamos como se procede a atender a los clientes.

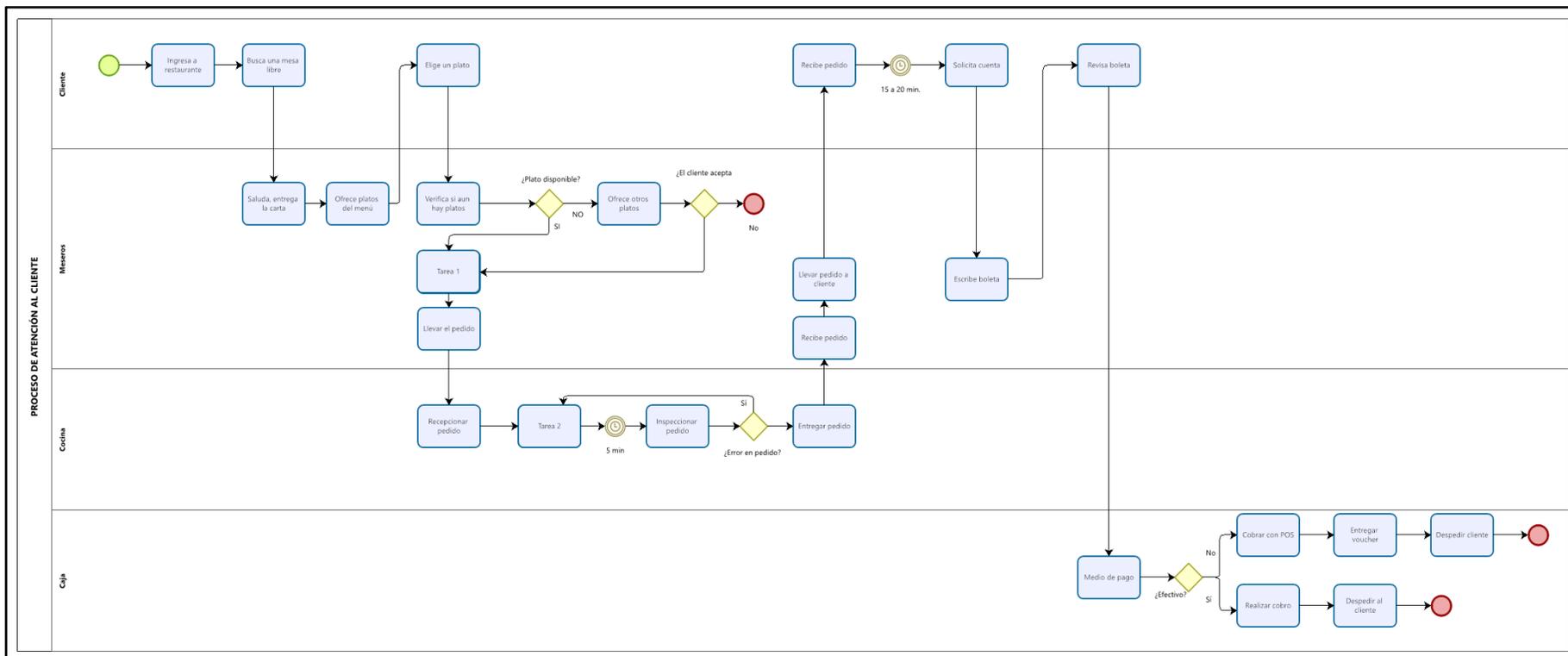


Figura 15. Proceso de atención al cliente

Fuente: Elaboración propia

3.1.3 Análisis de la problemática

3.1.3.1 Resultados de la aplicación de instrumentos

a. Entrevista

De acuerdo a la entrevista realizada al gerente general del restaurante en estudio, en la tabla 8 se presentan los resultados técnica aplicada.

Tabla 08

Resultados de la entrevista

CUESTIONARIO - RESPUESTA	DATOS IMPORTANTES
<p>1. ¿Cuál es el plato estrella del lugar?</p> <p>El arroz con pollo y la papa a la huancaína, son los mejores, también lo son el ají de gallina, los tallarines verdes con bistec, también podría mencionar al ceviche solo o acompañado con tortitas de choclo o con papa a la huancaína.</p>	<p>Cuenta con variedad de platos en su carta</p>
<p>2. ¿Cómo hacen para permanecer tantos años dentro del negocio?</p> <p>Bueno preparar platos de comida con la mejor sazón, buenos precios y buena atención. La sazón es lo mejor que tenemos. Es comida con sabor a casa.</p>	<p>Su punto fuerte es la buena sazón de sus platos</p>
<p>3. ¿Cómo se encuentra organizada la empresa?</p> <p>Mi papa es jefe de cocina, mi mama se ocupa de la caja, yo trabajo como gerente general veo los gastos, manejo la supervisión del salón y mi ayuda a mi papa en la cocina.</p>	<p>No cuentan con Organigrama</p>
<p>4. ¿La misión y visión de la empresa están bien definidas?</p>	<p>No cuenta con Misión ni Visión</p>

No contamos con misión ni visión, aunque si deberíamos por los años de trabajo. Pero no nos habíamos preocupado por implementarlo.

5. ¿Quién define las funciones de los colaboradores?

Yo contrato el personal, les explico que hacer y qué no hacer dentro del trabajo. Nos interesa que sean honestos, responsables y respetuosos con los compañeros y con los clientes.

No existe un procedimiento para la contratación del personal

6. ¿Se trabaja de acuerdo a procesos establecidos?

Sabemos cómo tenemos que trabajar, de acuerdo a que horario, pero no hemos definido procesos que se cumplan según lineamientos. Sabemos lo que tenemos que hacer.

No cuenta con procesos establecidos de manera adecuada

7. ¿Los colaboradores conocen los procesos? Saben lo que tienen que hacer, aunque como mencione antes no tenemos procesos definidos.

Al no contar con procesos, los colaboradores no los conocen.

8. ¿Cuál es el proceso para atender a un cliente?

Como todos los restaurantes. El cliente ingresa, busca una mesa, el mozo lo saluda, le entrega la carta, toma el pedido del plato que le gusta, se le sirve y bueno, al final termina cancelando en caja lo que le corresponde y se le despide.

Realizan sus actividades de manera empírica de lo que se ha aprendido de acuerdo a la experiencia

9. ¿Cuál es el mayor problema que se presenta en la atención con los clientes?

¿Cómo lo solucionan?

Bueno, el restaurante tiene una hora punta donde se llena y la gente quiere ingresar, a veces los mozos se demoran en limpiar las mesas, los clientes que ingresan les molestan eso y también quieren ser los primeros en que los atiendan; lo solucionamos tratando de ofrecerles a cambiarlos de mesa a una que quizá ya la limpiaron, y tratar de hablarles con buenas maneras para hacerlos entender.

El mayor problema es no cubrir la demanda en horas punta, perdiendo clientes

10. Los equipos que se utilizan en la cocina

¿Se les hace mantenimiento, con qué frecuencia?

Sí claro, no seguimos un estándar, pero si estamos pendientes de que estén en buen funcionamiento, de lo contrario tenemos que cambiarlo.

Realizan mantenimiento correctivo, pero no cuentan con procedimientos preventivos

Fuente: Elaboración propia

b. Resultados de Encuesta

Tabla 09

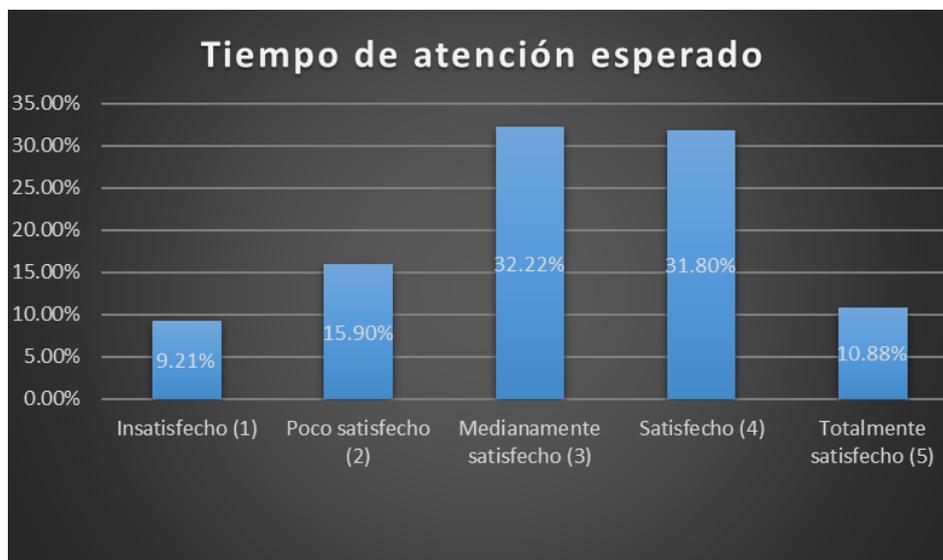
El personal que lo atendió fue respetuoso y amable.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho (1)	2	0.84%
Poco satisfecho (2)	16	6.69%
Medianamente satisfecho (3)	61	25.52%
Satisfecho (4)	95	39.75%
Totalmente satisfecho (5)	65	27.20%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Restaurantes

En los resultados se encontró que, el 39.75% de los encuestados se encuentra satisfecho con el servicio ofrecido por el personal que lo atendió, el 27.20% está Totalmente Satisfecho, el 25.52% se encuentra medianamente satisfecho, el 6.69% está poco satisfecho y el 0.84% esta Insatisfecho, esto significa que más del 66% está satisfecho con la atención del Personal.

Figura 16. El tiempo que fue atendido se encontró dentro de lo esperado por su persona.



Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Restaurantes

En los resultados se encontró que, el 32.22% de los encuestados se encuentra medianamente satisfecho con el tiempo de atención esperado, el 31.80% está Satisfecho, el 15.90% se encuentra Poco satisfecho, el 10.88% está Totalmente satisfecho y el 9.21% se encuentra insatisfecho, de aquí se puede establecer que existe un 57.33% de los clientes no se encuentra satisfecho con el tiempo que ha sido atendido.

Tabla 10

Recomendaría este restaurante según su grado de satisfacción.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho (1)	6	2.51%
Poco satisfecho (2)	21	8.79%
Medianamente satisfecho (3)	56	23.43%
Satisfecho (4)	96	40.17%

Totalmente satisfecho (5)	60	25.10%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Restaurantes

En los resultados se encontró que, el 40.17% de los encuestados se encuentra satisfecho y recomendaría el restaurante, el 25.10% está Totalmente Satisfecho, el 23.43% se encuentra medianamente satisfecho, el 8.79% está poco satisfecho y el 2.51% se encuentra Insatisfecho, Se ha encontrado que el 65.27% de los clientes recomendaría el restaurante.

Tabla 11

El mesero le atendió fue claro al momento de dar las indicaciones y paciente al momento de tomar la orden

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho (1)	4	1.67%
Poco satisfecho (2)	12	5.02%
Medianamente satisfecho (3)	67	28.03%
Satisfecho (4)	104	43.51%
Totalmente satisfecho (5)	52	21.76%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Restaurantes

En los resultados se encontró que, el 43.51% de los encuestados se encuentra satisfecho con la claridad y paciencia del mozo que lo atendió, el 28.03% está Medianamente Satisfecho, el 21.76% se encuentra Totalmente satisfecho y el 5.02% está poco satisfecho y el 1.67% esta Insatisfecho; de aquí se pudo obtener que más del 64% se encuentra satisfecho con la atención del personal.

Tabla 12

La carta del restaurant brinda variedad e información detallada de los platos.

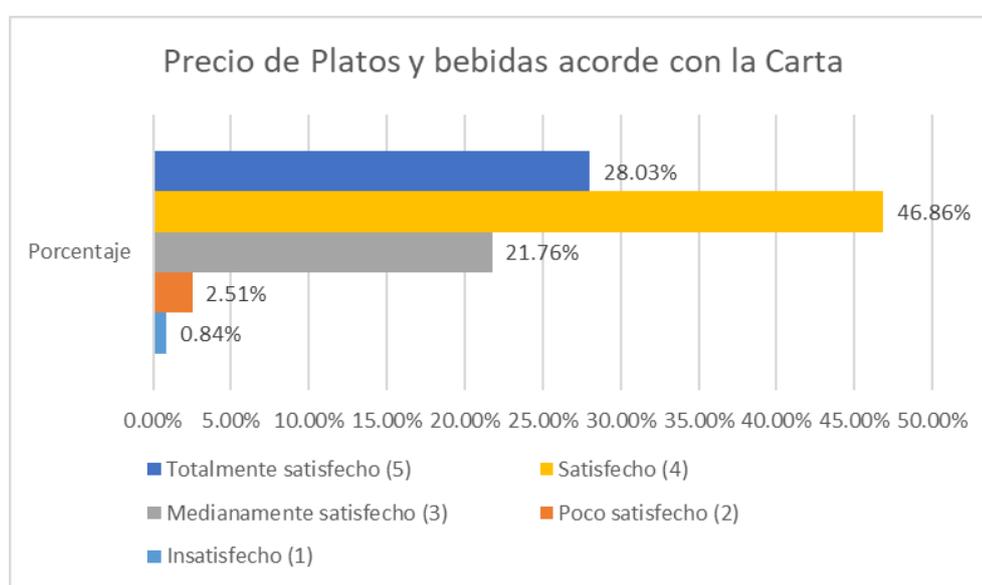
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho (1)	2	0.84%
Poco satisfecho (2)	17	7.11%

Medianamente satisfecho (3)	43	17.99%
Satisfecho (4)	119	49.79%
Totalmente satisfecho (5)	58	24.27%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Restaurantes

En los resultados se encontró que, el 49.79% de los encuestados se encuentra satisfecho con la variedad de la carta, el 24.27% está Totalmente Satisfecho, el 17.99% se encuentra medianamente satisfecho, el 7.11% está poco satisfecho y el 0.84% está Insatisfecho; con las respuestas se establece que existe un porcentaje de 30% que no está de acuerdo con lo presentado en la carta del restaurante.

Figura 17. El precio de los platos y bebidas van acorde con lo indicado en la carta y lo ofrecido en los platos y bebidas.



Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Restaurantes

En los resultados se encontró que, el 46.86% de los encuestados se encuentra satisfecho en el precio de los platos y bebidas acorde con la carta, el 28.03% está Totalmente Satisfecho, el 21.76% se encuentra medianamente satisfecho, el 2.51% está poco satisfecho y el 0.84% está Insatisfecho; Los clientes se encuentran satisfechos con el precio de los platos y que estos van acordes con lo expresado en la carta de menú.

Tabla 13**Considera que ha pagado un precio justo por el servicio brindado.**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho (1)	0	0.00%
Poco satisfecho (2)	3	1.26%
Medianamente satisfecho (3)	27	11.30%
Satisfecho (4)	137	57.32%
Totalmente satisfecho (5)	72	30.13%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Restaurantes

En los resultados se encontró que, el 57.32% de los encuestados está satisfecho indicando que pago un precio justo por el plato, el 30.13% está Totalmente Satisfecho, el 11.30% se encuentra medianamente satisfecho y el 1.26% está poco satisfecho; Se deduce que el 87% está satisfecho considerando que ha pagado un precio justo.

Tabla 14**Los platos y bebidas han cumplido con los ingredientes y características especificados en el Menú**

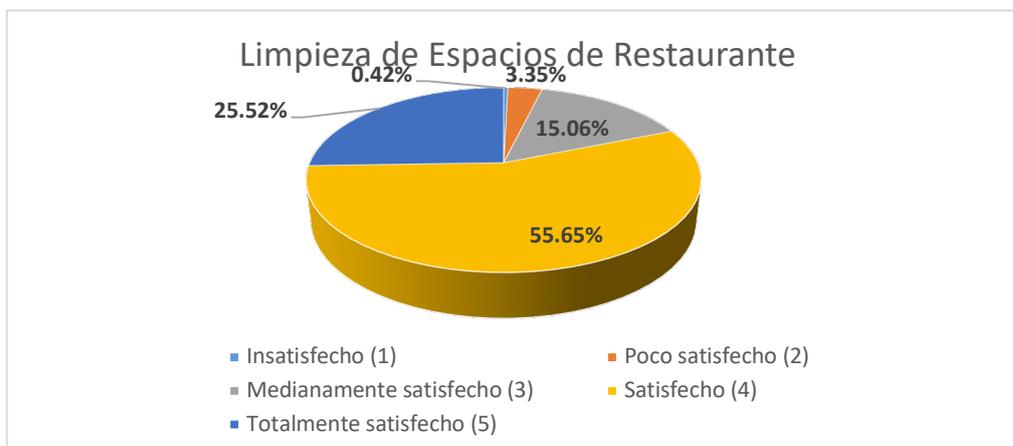
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho (1)	2	0.84%
Poco satisfecho (2)	16	6.69%
Medianamente satisfecho (3)	49	20.50%
Satisfecho (4)	122	51.05%
Totalmente satisfecho (5)	50	20.92%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Restaurantes

En los resultados se encontró que, el 51.05% de los encuestados está satisfecho con el cumplimiento de ingredientes y características del plato, el 20.50% está Medianamente Satisfecho, el 20.92% se encuentra Totalmente satisfecho, el 6.69% está poco satisfecho y el 0.84% está Insatisfecho, de esta manera podemos

observar que el 72% está satisfecho con los platos sus ingredientes y características.

Figura 18. Los espacios del restaurante en general estuvieron limpios.



Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Restaurantes

En los resultados se encontró que, el 55.65% de los encuestados está satisfecho con la limpieza de los espacios del restaurante, el 25.52% está Totalmente Satisfecho, el 15.06% se encuentra Medianamente satisfecho, el 3.35% está poco satisfecho y el 0.42% está Insatisfecho.

Tabla 15
Los baños se encontraban limpios.

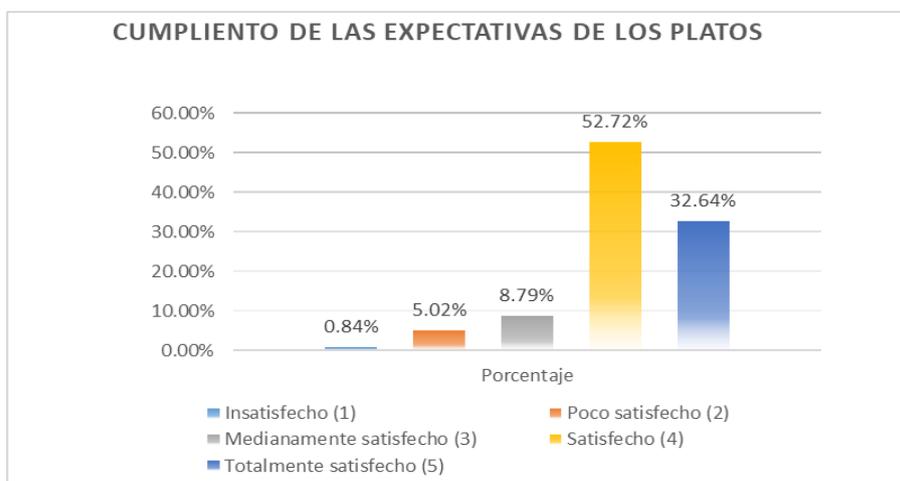
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho (1)	2	0.84%
Poco satisfecho (2)	9	3.77%
Medianamente satisfecho (3)	36	15.06%
Satisfecho (4)	141	59.00%
Totalmente satisfecho (5)	51	21.34%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Restaurantes

En los resultados se encontró que, el 59.00% de los encuestados está satisfecho con la limpieza de los baños, el 21.34% está Totalmente Satisfecho, el

15.06% se encuentra Medianamente satisfecho, el 3.77% está poco satisfecho y el 0.84% está Insatisfecho, se deduce entonces que el 80% de los encuestados está de acuerdo con la limpieza de los baños.

Figura 19. La presentación del plato típico ha cumplido con las expectativas esperadas.



Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Restaurantes

En los resultados se encontró que, el 52.72% de los encuestados está satisfecho con el cumplimiento en las expectativas de los platos, el 32.64% está Totalmente Satisfecho, el 8.79% se encuentra Medianamente satisfecho, el 5.02% está poco satisfecho y el 0.84 está Insatisfecho, por lo cual se deduce que más del 80% de los clientes se encuentra satisfecho con la presentación del plato y cumple sus expectativas.

Tabla 16

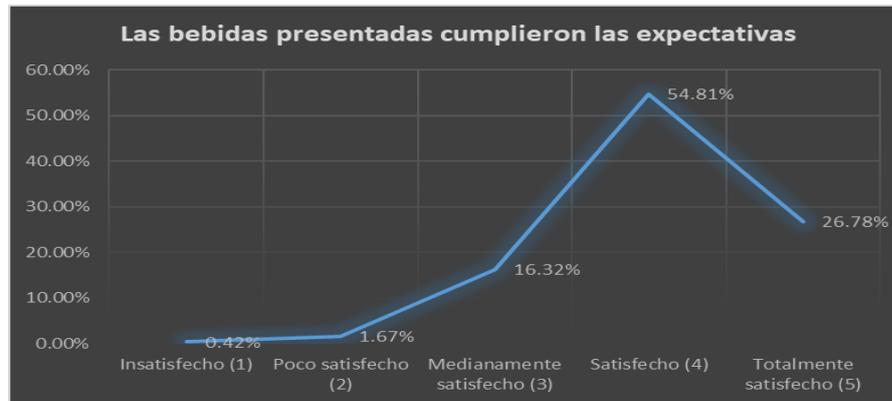
Los alimentos que se le ofreció han sido de su agrado.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho (1)	1	0.42%
Poco satisfecho (2)	12	5.02%
Medianamente satisfecho (3)	39	16.32%
Satisfecho (4)	108	45.19%
Totalmente satisfecho (5)	79	33.05%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Restaurantes

En los resultados se encontró que, el 45.19% de los encuestados está satisfecho los alimentos siendo estos de su agrado, el 33.05% está Totalmente Satisfecho, el 16.32% se encuentra Medianamente satisfecho, el 5.02% está poco satisfecho y el 0.42 está Insatisfecho, podemos decir entonces que casi el 80% de los clientes les agrado los alimentos consumidos.

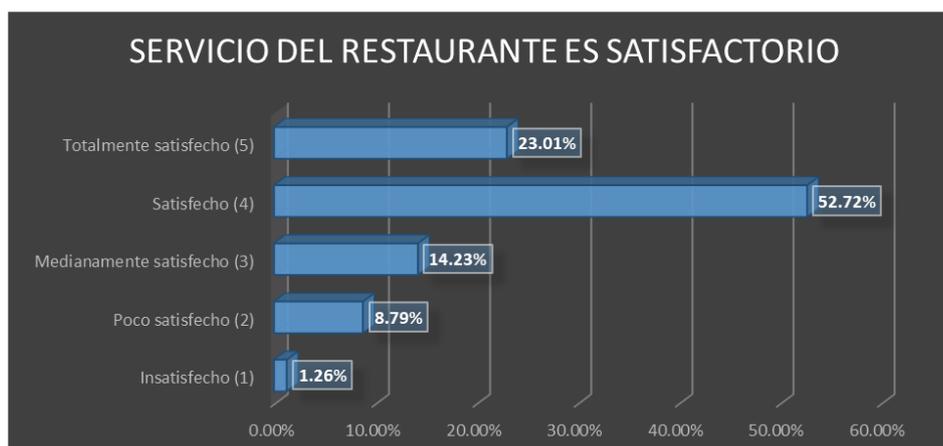
Figura 20. Las bebidas tuvieron una presentación que cumplieron con sus expectativas.



Fuente: Encuesta aplicada a clientes de Restaurantes

En los resultados se encontró que, el 54.81% de los encuestados está satisfecho con las bebidas cumpliendo sus expectativas, el 26.78% está Totalmente Satisfecho, el 16.32% se encuentra medianamente satisfecho, el 1.67% está poco satisfecho y el 0.42% está Insatisfecho, se deduce entonces que el 81% indica que las bebidas cumplieron sus expectativas.

Figura 21. El servicio que brinda en general el restaurante ha sido satisfactorio



En los resultados se encontró que, el 52.72% de los encuestados está satisfecho indicando que el servicio del restaurante es satisfactorio, el 23.01% está Totalmente Satisfecho, el 14.23% se encuentra medianamente satisfecho, el 8.79% está poco satisfecho y el 1.26% está Insatisfecho, concluyendo que el 75.80% de los encuestados está conforme con el servicio brindado por el restaurante.

a. Análisis FODA



Figura 22. Análisis FODA de restaurante

Fuente: Elaboración propia

b. Diagrama de Ishikawa

En la siguiente figura, se observa las principales causas de la pérdida de clientes.



Figura 23. Diagrama de Ishikawa

Fuente: Elaboración propia

3.1.4 Situación actual de la variable dependiente

Para nuestra investigación la variable dependiente es “Mejorar la Satisfacción del Cliente”, la misma que en el punto de operacionalización se ha definido en dimensiones las cuales veremos en la tabla 17.

Tabla 17

Dimensiones de la Satisfacción del Cliente

Variable dependiente		
Mejorar la satisfacción al cliente	Empatía	Cortesía y amabilidad
		Nivel de confianza
	Comunicación	Comprensión de la comunicación
		Nivel de precio y servicio
		Nivel de veracidad
		Expectativas de la atención
	Precio	Opinión de amistades y familiares
		Conformidad del servicio.
	Transparencia	
	Expectativas	

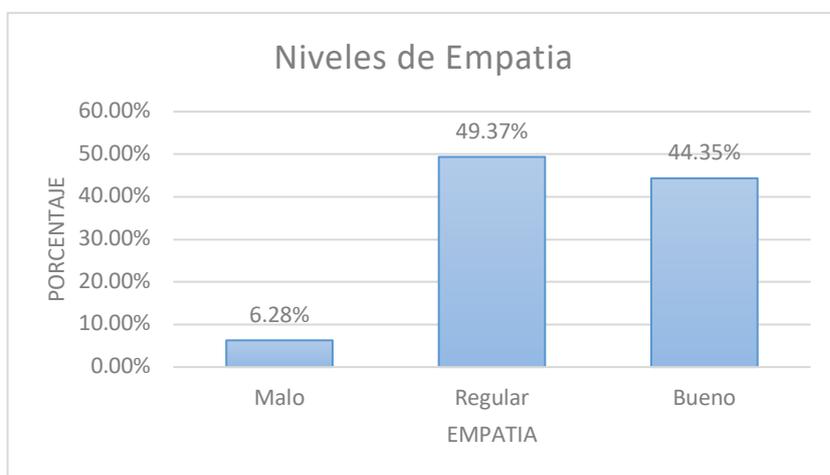
Fuente: Elaboración Propia

Se ha establecido 03 niveles para medir las dimensiones de la satisfacción de acuerdo a los ítems presentados en la encuesta, los cuales son:

- a. Malo
- b. Regular
- c. Bueno

Habiendo analizado los datos, de acuerdo a las 05 dimensiones mencionadas anteriormente, se procede a presentar el análisis de la situación de la variable satisfacción del cliente.

Figura 24. Nivel de la Dimensión Empatía



Fuente: Elaboración Propia

Niveles de empatía: Al observar la figura, se aprecia que el 49.37% de los encuestados muestra un nivel de Empatía Regular, el 44.35% presenta un nivel de Empatía Bueno y el 6.28% presenta un nivel de Empatía Malo, ante ello podemos deducir que la Dimensión Empatía tiene solo un 44.35% de aceptación, presentando aquí problemáticas.

Tabla 18

Nivel de Comunicación

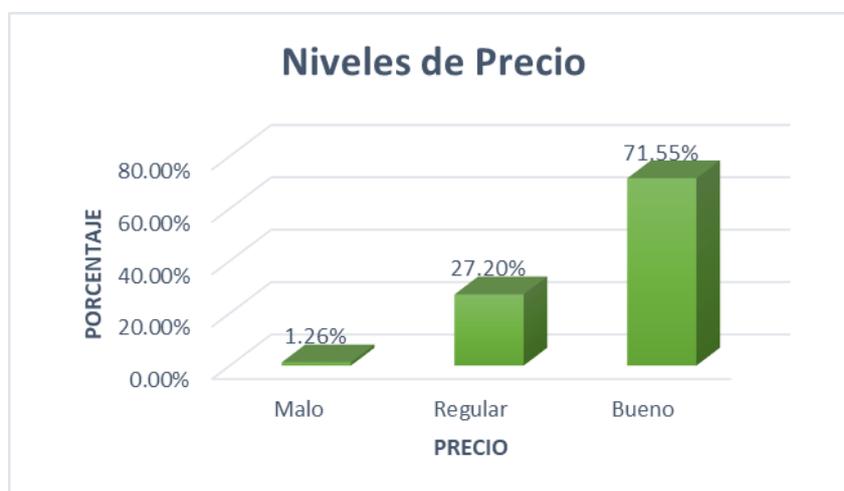
Nivel	Frecuencia	Porcentaje	%Acumulado
Malo	11	4.60%	4.60%
Regular	85	35.56%	40.17%
Bueno	143	59.83%	100.00%
Total	239	100.00%	

Fuente: Elaboración Propia

Niveles de comunicación: Al observar la figura, se aprecia que el 59.83% de los encuestados muestra un nivel de comunicación Bueno, el 35.56% presenta un

nivel de comunicación Regular y el 4.05% presenta un nivel de comunicación Malo, ante ello podemos deducir que la Dimensión Comunicación tiene un 40% que presenta problemas que deben ser mejorados.

Figura 25. Nivel Dimensión Precio



Fuente: Elaboración Propia

Niveles del precio: Al observar la figura, se aprecia que el 71.55% de los encuestados muestra un nivel de aceptación Bueno con respecto al Precio, el 27.20% presenta un nivel de aceptación Regular con respecto al precio y el 1.26% presenta un nivel de aceptación Malo con referencia al precio, ante ello podemos deducir que la Dimensión Precio tiene un alto porcentaje de aceptación.

Tabla 19

Nivel Dimensión Transparencia

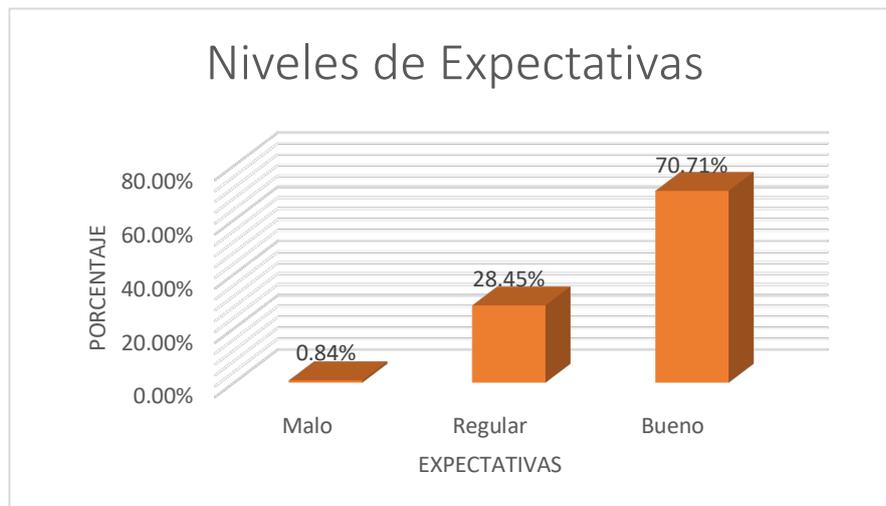
Nivel	Frecuencia	Porcentaje	%Acumulado
Malo	7	2.93%	2.93%
Regular	78	32.64%	35.56%
Bueno	154	64.44%	100.00%
Total	239	100.00%	

Fuente: Elaboración Propia

Niveles de transparencia: De la figura podemos apreciar que el 64.44% de los encuestados muestra un nivel de aceptación Bueno con respecto a la transparencia, el 32.64% presenta un nivel de aceptación regular con respecto a la transparencia y el 2.93% presenta un nivel de aceptación malo con respecto a la

transparencia, ante ello podemos deducir que la dimensión transparencia tiene un porcentaje bueno de aceptación.

Figura 26. Nivel Dimensión Expectativas



Fuente: Elaboración Propia

Niveles de expectativas: De la figura podemos apreciar que el 70.71% de los encuestados muestra un nivel de aceptación Bueno a las expectativas, el 28.45% presenta un nivel de aceptación Regular a las expectativas y el 0.84% presenta un nivel de aceptación Malo con respecto a las expectativas, ante ello podemos deducir que la dimensión expectativa tiene un porcentaje bueno de aceptación.

Habiendo analizado los datos, se concluye que, para la variable dependiente satisfacción del cliente, existen dos dimensiones con índices bajos de aceptación los cuales son empatía y comunicación, por ello es que deben ser mejorados a través de la aplicación de una reingeniería.

3.2 Propuesta de investigación

3.2.1 Fundamentación

La presente investigación se fundamenta en las teorías de reingeniería de procesos, que consiste en un rediseño de los procesos dentro de la empresa para lograr mejorar la distribución de espacios físicos, reducir costos y tiempos por procesos de trabajo en cada área. Ello nos ayuda a tener un mejor rendimiento para mejorar la satisfacción de nuestros clientes, en cuanto a rapidez en la atención, un servicio de calidad y reducción de costos, generando de esta manera utilidad para

la empresa. En la presente investigación vamos a estudiar los procesos de trabajo dentro del restaurante; evaluar cuales de ellos registran mayores problemas y determinar así un nuevo diseño de aplicación de reingeniería para estos restaurantes de manera que podamos mejorar la satisfacción al cliente.

3.2.2 Objetivos de la propuesta

- Incrementar la satisfacción del cliente en restaurantes de comida criolla aplicando herramientas de Reingeniería de procesos.

3.2.3 Desarrollo de la propuesta

La presente investigación se ha enfocado determinar cuál es el estado actual del restaurante en estudio, habiendo procesado la información obtenida se procede a aplicar la propuesta de mejora, es decir; aplicar reingeniería; esta se basa en estudiar los procesos ya existentes y en rediseñarlos si es necesario, anulando actividades de los mismos que no generen valor y que al mismo tiempo generan pérdida de tiempo, de dinero e incurren en mayores costes, etc.

Implementar reingeniería significa que hay que empezar de nuevo, considerando que es lo que desean o cuales son las necesidades que mis clientes internos y externos para así poder lograr el objetivo principal que es cumplir con la variable dependiente, lograr “la satisfacción del cliente”.

En la siguiente figura, veremos el esquema de reingeniería que se desarrollado como parte de la propuesta de mejora.



Figura 27. Esquema de procesos de reingeniería

Fuente: Elaboración propia

3.2.3.1 Propuesta 01 - Implementación de la organización del restaurante

Está enfocada en organizar de manera interna el restaurante, en cuanto misión, visión, objetivos, implementar un organigrama, funciones de trabajadores; es importante saber cuál es el rol de cada uno dentro de la empresa y las normas de higiene y código de vestimenta mientras se está dentro del área de trabajo.

a. Implementar misión, visión, objetivos y organigrama

De acuerdo al punto 3.1 diagnóstico de la empresa, pudimos determinar que el restaurante en estudio no cuenta con una misión y visión definida, considerando que cuando se inicia con una empresa es muy necesario determinar cuáles son nuestros objetivos a lograr dentro de la misma ya sea a corto y largo plazo.

La misión y visión es muy importante ya que muestra en que está encaminada la empresa, nos da a conocer como es una organización con principios, para que ha sido creada y justificar su existencia.

b. Misión

Ofrecemos desde hace años los mejores platos típicos de comida criolla de la zona norte del Perú, destacamos por el exquisito sabor, presentación, calidad de servicio, bajos precios e innovación que despiertan el interés de nuestros clientes interno y externos. Promovemos un entorno laboral saludable y se refleja en nuestro servicio.

c. Visión

Conservar la esencia de nuestra existencia y posicionarnos como el restaurante de comida criolla más reconocido en el norte del Perú traspasando las diferentes fronteras, destacando por la calidad y buen sabor en la variedad de nuestros platos, fomentando los buenos valores, la responsabilidad social y el constante compromiso con el cuidado del medio.

d. Objetivos para el restaurante

- Preparar y servir los mejores platos criollos, garantizando la calidad en atención al cliente.
- Capacitar al personal de manera mensual en cuanto a mejora de atención al cliente, manejo de inventarios y reducción de tiempos en actividades.
- Implementar un plan de manejo de residuos para evitar la contaminación.
- Gestionar, implementar y monitorear el control de almacén.

e. Organización de la empresa

El restaurante en estudio no cuenta con un organigrama establecido. La organización jerárquica es fundamental dentro de una empresa, ya que no solo determina y organiza las funciones que cada colaborador tiene destinado hacer, sino que también cumple un objetivo más importante que es determinar de qué manera afrontar los retos que se presenten, es decir cada quien conoce cual su función de fortaleza dentro de la organización según su desempeño laboral establecido en un organigrama, de tal manera que puede tomar decisiones a favor de la mejora de la empresa.

Cumpliendo con este objetivo y según la información obtenida, se propone implementar la organización del restaurante según la siguiente figura.

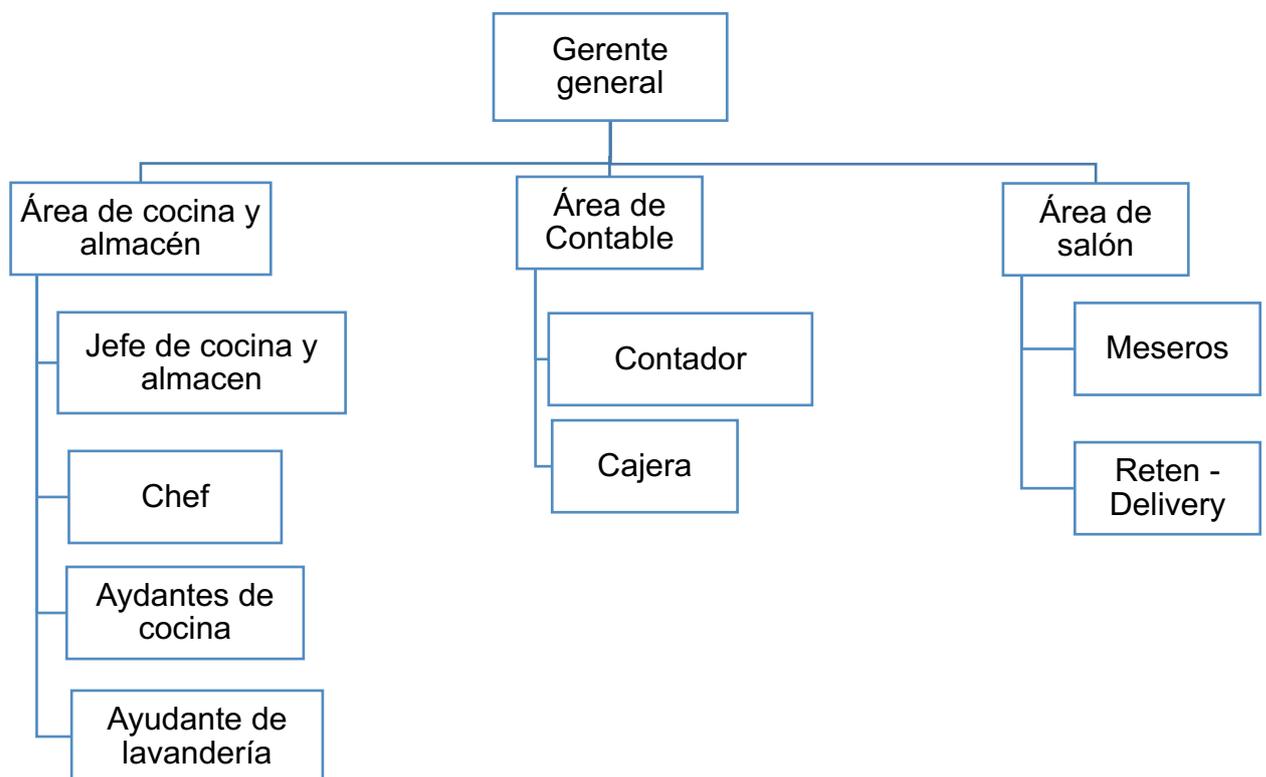


Figura 28. Organigrama del Restaurante

Fuente: Elaboración propia

En la figura 28 organigrama del restaurante, se ha determinado que se encuentre direccionado por gerente general quien va a dirigir las dos áreas propuestas como área de cocina, área contable y área de salón; la primera conformada por el jefe de cocina y almacén (01), el sub chef (02), ayudantes de cocina (02) y ayudante de lavandería (01); así mismo el área continua estará

conformada por un contador y una cajera (01) y finalmente el área de salón lo conforman los meseros (04) y reten (01), de esta manera se puede delegar funciones que sean supervisadas por el jefe de salón.

a. Establecer funciones de colaboradores

Gerente general

- Dirige y controla las dos áreas que conforman el restaurante.
- Revisa los estados financieros.
- Gestiona la busca de proveedores que ofrezcan calidad en la materia prima a bajos costos.
- Monitorea los inventarios de cocina y salón, incluyendo la gestión de entrega de materia prima.
- Verifica precios de menús de acuerdo a la variedad que se presenta diariamente, supervisión en apertura y cierre de caja diario.
- Supervisa las actividades dentro del salón (cajera y meseros).
- Revisa lista de orden de compra según los faltantes en almacén para cocina y salón.
- Controla el uso de servilletas, descartables en salón y mermas en cocina.
- Gestiona órdenes de compra con proveedores de la región y la entrega de materia prima.

Jefe de cocina

- Supervisar el correcto funcionamiento y aseo de la cocina, lavandería y almacén.
- Preparar variedad de menús diarios y platos de carta según los pedidos de los clientes.
- Revisar inventarios con sub chef y los remite al gerente general para generar orden de compra.
- Monitorea las diferentes actividades de los integrantes de cocina.
- Implementa capacitaciones a los integrantes de su área.

Chef

- Ayuda con la preparación de platos principales
- Trabaja en los inventarios diarios y mensuales, remite información al jefe de cocina.
- Dirige a los ayudantes de cocina

Ayudantes de cocina

- Prepara las entradas de los menús.
- Apoya en la preparación secundaria de los menús.
- Mantiene los implementos de cocina y los pisos limpios.
- Recepción y control de entrega de platos a meseros.
- Prepara cubiertos y platos para servir menús.

Ayudante de lavandería

- Lavar todos los utensilios de cocina.
- Mantener espacio de trabajo limpio y seco, para evitar caídas a desnivel.
- Apoya con la limpieza de cocina.

Contador

- Realiza apertura y cierre de caja conjuntamente con la cajera.
- Revisa, facturas (cobro y pagos) y procesa data en el sistema.
- Realiza pagos y cobros de facturas.
- Lleva un control de gastos e ingresos, actualiza libros contables y reporte de estados financieros.

Cajera

- Facturación a los clientes
- Apertura y cierre de caja diariamente
- Informe de total de ventas diarias y mensuales al gerente general.

Meseros

- Limpieza de salón (pisos, sillas, mesas, manteles y baños).
- Abastecen estaciones con vasos, cubiertos, servilletas, descartables y dispensadores de refresco.
- Reportan faltantes a gerente general.
- Atención a clientes desde su ingreso hasta su salida del restaurante.
- Preparan mesas para los clientes.
- Toman pedidos en comandas y las remiten a cocina.
- Hacer seguimiento a sus pedidos hasta que lleguen al cliente, evitar retrasos con los pedidos.
- Trabajar en constante comunicación con el área de cocina.

Retén

- Trabaja en limpieza de baños en horas punta
- Apoya con la recepción de materias primas.

- Apoyo en cocina de ser necesario.
- Mantiene atención constante para que todos los clientes estén correctamente atendidos; se le permite atender a los clientes si los meseros disponibles se encuentran muy ocupados.

b. Salud e Higiene de los Colaboradores

Acuerde a la normatividad vigente para que funcione un restaurante del Ministerio de Salud, los colaboradores deberán cumplir con lo siguiente:

- El Gerente general del restaurante será el responsable del control médico de forma periódica de los colaboradores en especial de los manipuladores de alimentos que trabajan en el restaurante, para lo cual deberá cumplir con presentar su Carnet sanitario y/o certificado médico, el cual acredita su buen estado de salud; dicha documentación deberá mantenerse actualizada ya que estos tienen una validez de 06 meses, adicionalmente deberá contar con carnet de vacunación COVID-19. Además se deberá evaluar diariamente si algún colaborador presenta síntomas o signos de alguna enfermedad infecto contagiosas, heridas abiertas o infectadas, diarreas, infecciones de la piel o llagas, estornudos, tos y fiebre para evitar ingresen a laborar y/o no continúen manipulando los alimentos, hasta verificar su buen estado de su salud.
- Se establecerá Normas de Higiene del Personal, de acuerdo a sus áreas de trabajo que deben ser socializadas de manera semanal y sea verificado por cada responsable de área y el Gerente general, además de ser difundida en los murales o lugares visibles.

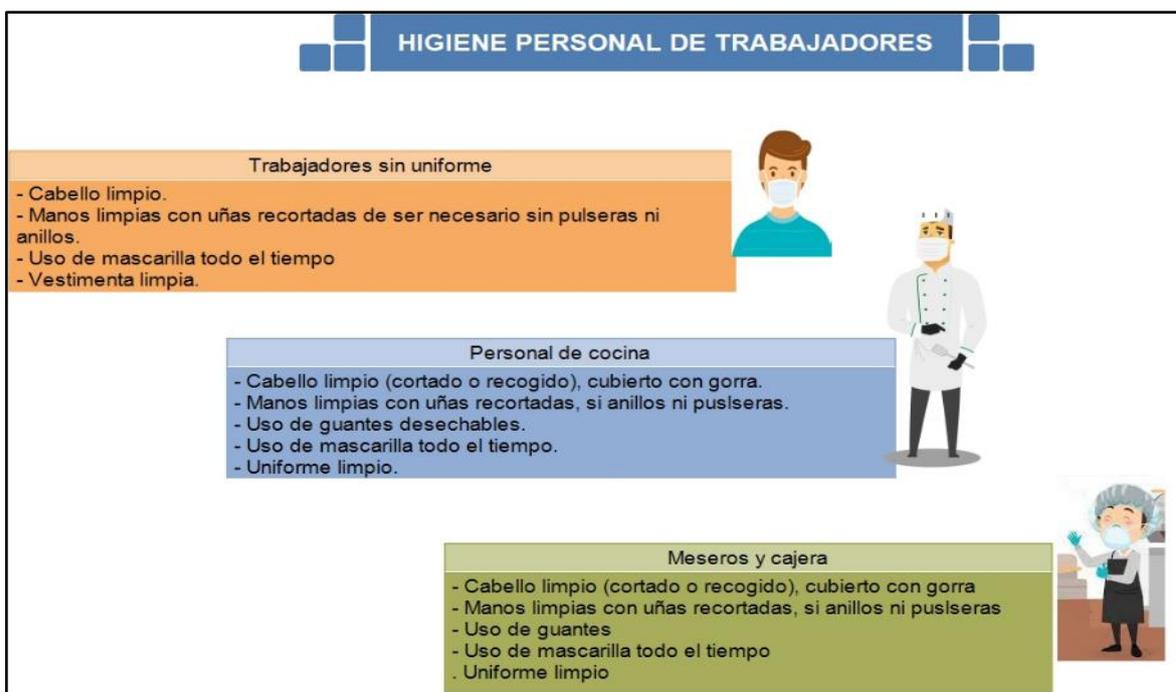


Figura 29. Normas de higiene de trabajadores

Fuente: Elaboración propia

El restaurante en estudio a pesar de cumplir con los protocolos de seguridad del covid-19 que exige el ministerio de salud, se debe implementar como parte del plan estratégico sobre la salud y seguridad, y que debe primar entre compañeros de trabajo y hacia los clientes Normas de higiene personal tal como muestra la figura 27, de esta manera se propone cumplir el siguiente esquema para resguardar la salud de los involucrados.

c. Establecer Sistema de Trabajo de Gestión de salud y seguridad en el Trabajo

En base a la investigación realizada sobre las normas de Salud y Seguridad en el trabajo, se presentará ahora el Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo a implementar en el restaurante de comida criolla; considerando los requisitos mínimos que tiene que cumplir en base a la normativa vigente.

c.1. Política de Salud y Seguridad en el Trabajo

Según el artículo 23 de la Ley 29783 “Política de Seguridad y salud en el trabajo, nos dice que, toda empresa debe cumplir de manera mínima con los principios y objetivos fundamentales siguientes:

- La Protección de Seguridad y salud para todos los que forman parte de la organización a través de la prevención.

- Cumplimiento de los requisitos legales en materia de seguridad y salud en el trabajo.
- La Garantía de que todos los trabajadores y sus representantes deberán ser consultados y participarán activamente en todos los que respecta al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- La Mejora continua del desempeño del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo tiene compatibilidad con los demás sistemas de gestión de la empresa, o debe estar integrado en esos mismos sistemas.

De igual manera, el artículo 22; menciona que, la Política de Seguridad y Salud en el Trabajo tiene que ser: Concisa, específica, ser clara en su redacción, fechada, y hacerla de efectivo cumplimiento a través de la firma del representante legal de la entidad. Además, debe ser difundida teniendo un facil acceso a todos los colaboradores, se debe actualizar de forma periodica y ponerla a disposición de todas las partes que sean de interes. En el anexo 07, se puede observar la propuesta de diseño de Política de Seguridad y Salud en el Trabajo para el restaurante de comida criolla.

c.2. Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el trabajo

Este reglamento, dará coherencia y ordenará todo el sistema de SST del restaurante, va a permitir que todos los colaboradores conozcan del SST, va a establecer funciones, así como responsabilidades, etc. Es por dichas razones, que será tomado como un documento importante a la hora de ser elaborado. Se establece como una herramienta básica que logrará: Establecer una cultura de prevención y promoverla en la empresa, además de transmitir como funciona el Sistema de SST a los colaboradores, e implementar la mejora continua en la organización.

Punto importante del reglamento es que esté ordenado en artículos, su escritura del mismo sea concisa y clara; para así pueda ser entendido por cualquier miembro de la organización.

La Ley N° 29783 de Seguridad y Salud en el Trabajo, indica en el art. 74 que las empresas con 20 o más colaboradores tienen que contar con un Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo (RISST), para las empresas de menos de 20 trabajadores es opcional su elaboración.

En nuestro caso, el restaurante cuenta con 9 trabajadores, es por ello que no sería obligatorio aplicar el RISST, pero se ha considerado diseñarlo para que el personal de la empresa vaya familiarizándose con el funcionamiento correcto del Sistema de SST.

Ver anexo 08

c.4. Registros Obligatorios en Seguridad y Salud en el Trabajo

La RM N° 050-2013-TR determina formatos de referencia de estos registros, los cuales se van a adaptar a la realidad de cada una de las empresas. Estos registros obligatorios que se presenta en la normatividad peruana son:

- Registro de los exámenes médicos ocupacionales (suficiente presentando el certificado médico de cada trabajador).
- Registros de enfermedades ocupacionales, accidentes de trabajo, incidentes peligrosos u otros incidentes, en el que deben quedar constancia de la investigación y las medidas correctivas.
- Registro de las inspecciones internas de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Registro de los equipos de seguridad y/o emergencia.
- Registro de las estadísticas de Seguridad y Salud.
- Registro del monitoreo de agentes químicos, físicos, biológicos, psicosociales y factores de riesgo disergonómicos.
- Registro de la inducción al personal, la capacitación, entrenamiento y de los simulacros de emergencia.
- Registro de las auditorías a la empresa.

El anexo 09, presentamos los formatos de los registros de carácter obligatorios que tienen que ser usados en el restaurante.

c.5. Capacitaciones

Se pudo observar y constatar a través de la investigación, que los colaboradores no son capacitados, es decir el restaurante no cuenta con programa de capacitación, ello influye en el riesgo de las labores de los trabajadores en sus puestos de trabajo; dado que, mayor parte de estos riesgos son debido a la falta de conocimiento de la forma correcta que deben realizar las actividades así como también de conocer cómo deben hacer uso de las herramientas entregadas para la realización de dichas actividades; adicionalmente, los colaboradores no cuentan con conocimientos de primero auxilios básicos para actuar frente a

accidentes/incidentes que surgen durante el horario de labores, ante ello se propone las capacitaciones a continuación mencionadas:

Tabla 20
Propuesta de Capacitaciones

Tema de Capacitación	Gerente General	Jefe de Cocina	Chef	Ayudantes	Contador	Cajero	Meseros	Reten
Pausas activas	X	X	X	X	X	X	X	X
Ergonomía	X	X	X	X	X	X	X	X
Manipulación manual de cargas			X	X			X	X
Trabajo seguro en cocina	X	X	X	X	X	X	X	X
Manipulación de objetos punzocortantes	X	X	X	X	X	X	X	X
Manipulación de alimentos	X	X	X	X	X	X	X	X
Manejo de productos químicos		X	X	X		X	X	X
Primeros auxilios	X	X	X	X	X	X	X	X
Protocolos de bioseguridad	X	X	X	X	X	X	X	X
Evaluación de emergencias	X	X	X	X	X	X	X	X
Lucha contra incendios	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración Propia

c.6. Equipos de Protección Personal (EPP's)

Son parte fundamental en la disminución de los riesgos durante el horario de labores, el correcto uso de los EPP's llega a ser determinante cuando un colaborador sufra algún posible accidente o incidente. Por esto que, se propone uso de los EPP's siguientes:

Tabla 21
Distribución de EPP's

EPP Propuesto	Area de Trabajo Aplicable
Mascarillas KN95 durante toda la jornada de labores	Todas las áreas

Guantes desechables para manejar el dinero y en la atención al cliente	Cajero/Mesero
Guantes anticorte	Cocina
Malla para el cabello	Cocina/Mesero
Respirador para limpieza	Cocina/Mesero/Reten
Guantes para limpieza	Cocina/Mesero/Reten

Fuente: Elaboración Propia

3.2.3.2 Propuesta 02 – Implementación de mapa de procesos

Actualmente el restaurante en estudio no cuenta con procesos de trabajo definidos para los cuales, como parte de la propuesta de mejora se está sugiriendo la implementación de un mapa de procesos generales, que permite conocer todas las actividades que engloban el negocio se encuentran relacionadas entre sí. Los procesos permiten a una empresa transforme las solicitudes de los clientes en resultados y que, al mismo tiempo estos resultados sean favorables para el crecimiento económico de la misma, un cliente satisfecho y una permanencia dentro del mercado.

Proponer un mapa de procesos generales para el restaurante



Figura 30. Mapa de procesos de restaurante

Fuente: Elaboración propia

Según la figura 30, vemos que las actividades del proceso inician con las necesidades del cliente y concluyen con un cliente satisfecho; para que se haga efectivo este proceso se requiere de procesos importantes que servirán de soporte; así tenemos:

a. Procesos estratégicos

- Planeamiento estratégico, de las actividades y decisiones que se tomen a favor del desarrollo económico y crecimiento del restaurante.
- Selección de proveedores: Importante para poder contar con alimentos perecibles y no perecibles, que garanticen calidad y bajos costos.
- Planificación de venta: Determinar cuáles serán mis platos que mayor ingreso me generen.
- Publicidad y promociones: Importante dar a conocer a travez de las diferentes redes sociales.

b. Procesos de apoyo

- Área contable
- Almacén de materia prima
- Gestión de compras
- Capacitación de personal

c. Procesos clave

- Bienvenida, asignación de mesa y solicitud del cliente.
- Preparación de pedido
- Servir y entregar pedido
- Solicitud de cuenta y recojo de mesa
- Facturación, pago y despedida.

3.2.3.3 Propuesta 03 - Mejora de la infraestructura por método SLP

Método SLP o Sistemático Layout Planning lo diseño y desarrollo Richard Muther como una guía que permita realizar planeamiento para distribución de planta, se publicó en 1968, a pesar de haber sido creado para aplicarse a cualquier situación, se ha utilizado mayormente en las diferentes industrias, se considera como un proceso multicriterio, sistemático y simple relativamente, es usado en la solución de problemas que respectan a la distribución en planta de variada característica.

El método lo usamos para encaminar de manera estructurada las diversas áreas dentro del restaurante para plantear un diseño para mejorar la infraestructura.

Para desarrollar el método SLP iniciamos identificando las áreas que cuenta del restaurante, las cuales son las que a continuación se presentan:

Figura 31. Diseño SLP (Sistematic Layout Planning)

Símbolo	Significado
	Operación o Proceso
	Transporte
	Control
	Servicios
	Sector Administrativo
	Almacén

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, las áreas de la empresa son:

1. Inspección de Materia Prima
2. Almacén de Materia Prima
3. Área de cocina
4. Área de atención al cliente
5. Inspección del producto terminado
6. Atención al Cliente
7. Caja – Administración

Teniendo especificada cada área, junto con su simbolos; aplicamos los criterios siguientes.

Tabla 22

Motivos

Código	Fundamentos
1	Por el flujo de información
2	Por la conveniencia de la dirección
3	Por la peligrosidad, toxicidad y ruidos
4	Por la inspección y control

- 5 Por el recorrido de los productos
- 6 Por la interrupción y distracción
- 7 Por el deterioro de los materiales
- 8 Por el uso de los mismos materiales

Elaboración propia

Tabla 23

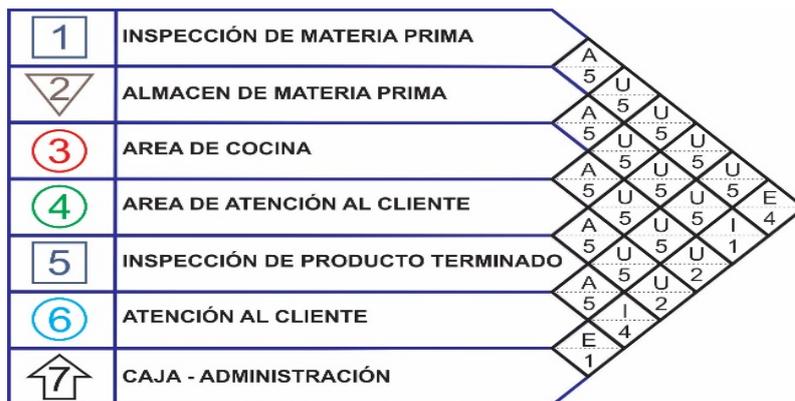
Tabla de proximidad:

Código	Relación de proximidad	Smbología
A	Necesidad Absoluta	
E	Necesidad Especial	
I	De Importancia	
O	Normal Ordinario	
U	No tiene Importancia	
X	No se recomienda	
XX	No deseable	

Fuente: *Elaboración Propia*

Aplicación: En los recuadros, hemos analizado de forma bilateral la proximidad en la parte de arriba y los motivos en la parte de abajo:

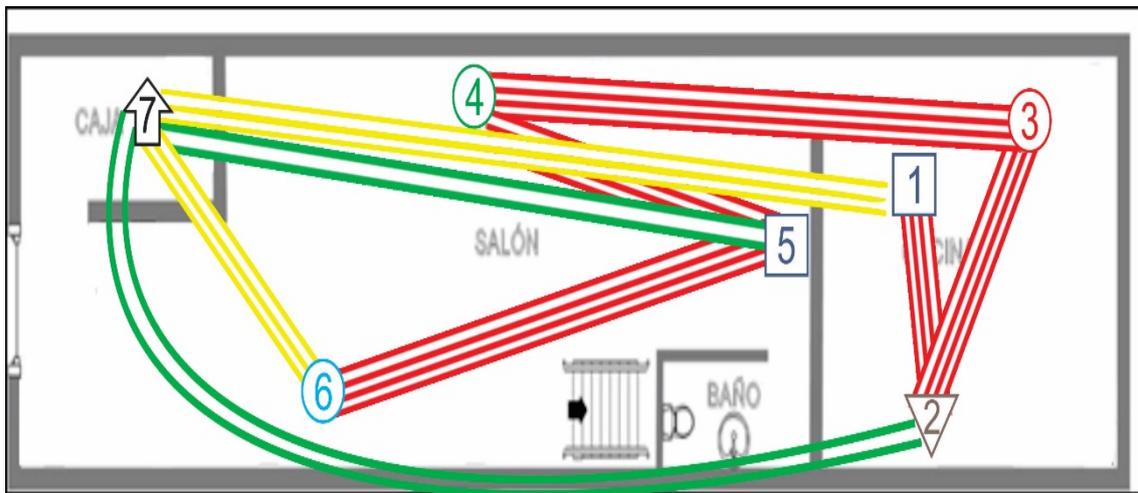
Figura 32. Análisis SLP



Fuente: *Elaboración propia*

b. La Alternativa 02 en nueva distribución

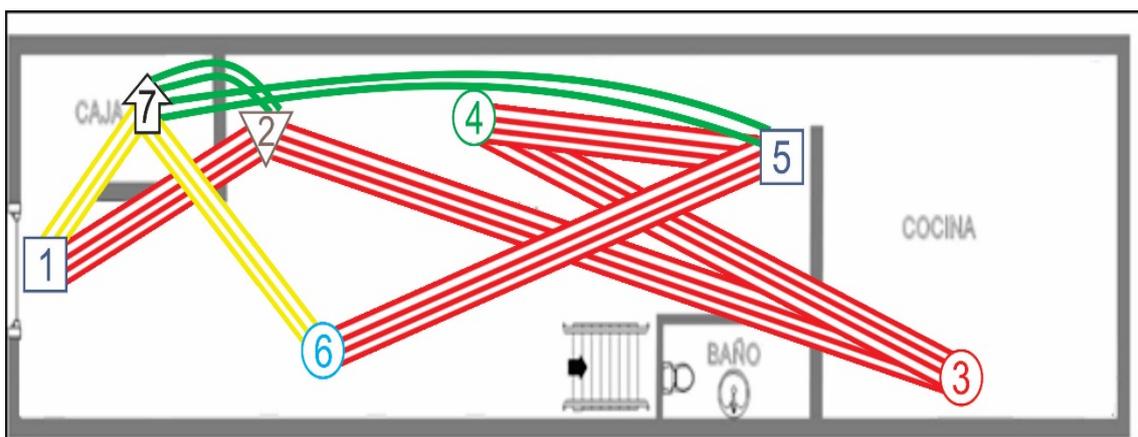
Figura 34. Propuesta de Distribución 02



Fuente: Elaboración propia

c. La Alternativa 03 en nueva distribución

Figura 35. Propuesta de Distribución 03



Fuente: Elaboración propia

La mejor opción la vamos a determinar, utilizando el método de ranking de factores, acorde con los pesos y significados siguientes:

Tabla 24**Método de Rankin - Pesos**

Significado	Peso
Casi-perfecto	4
Muy bueno	3
Obtiene Buen resultado	2
Resultado Ordinarios	1
Resultado no importante	0

Tabla 25**Ranking de factores**

Factores	Peso	Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3	
		Califi	Total	Califi	Total	Califi	Total
Facilidad de Control y supervisión	4	3	12	4	16	3	12
Eficacia de recorrido de los materiales	4	1	4	3	12	4	16
Comunicación en los procesos	3	3	9	4	12	3	9
Fluidez de traslado de área	3	3	9	4	12	3	9
Amplia Zona de Traslado	3	3	9	4	12	4	12
TOTAL			43		64		58

De la tabla N°25, se puede visualizar que la “Alternativa 02” tiene una puntuación de 64.

Con lo cual se evidencia que existirá implementando esta alternativa vamos a contar con una óptima línea de trabajo para la totalidad de áreas, logrando se reduzca tiempo en las actividades de inspección y almacenamiento de los insumos, y mejorando los tiempos para que a la vez el local sea más cómodo y acogedor y el tiempo de atención al cliente en su orden de pedido sea menor, atendiendo mayor cantidad de personas.

a. Plano propuesto para nueva distribución de primer nivel

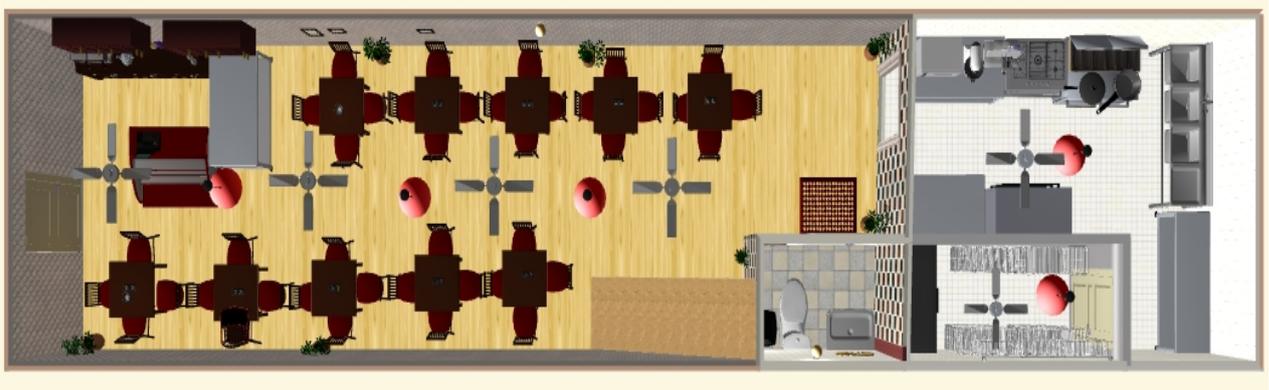


Figura 36. Plano propuesto para primer nivel de restaurante

Fuente: Elaboración propia

Tal como se visualiza en la figura 36, plano propuesto para primer nivel de restaurante. La propuesta de mejorar la infraestructura de la cocina, consiste en levantar una pared de concreto que mide 4m. de largo; la misma que será una división entre la cocina y el almacén.

Cuando se haya levantado la pared de concreto se considera realizar las instalaciones de luz que permitan tener una iluminación bastante buena a la hora de almacenar o retirar productos del mismo. Una vez realizadas las instalaciones de luz, se debe tarrajear y luego empastar, de modo que el lugar quede absolutamente blanco; continuamente se procede a instalar una puerta de madera con su cerradura.

Finalmente se debe colocar 4 stand de acero de 5 niveles los que me permitan ordenar mis productos y categorizarlos, aquello me permitirá encontrar con facilidad mis productos, poder ordenarlos, trabajar mis inventarios e incluso hacer limpieza con frecuencia.

Se sabe que la cocina genera una temperatura mayor a 30°C en horas de preparación de platos, lo cual puede afectar que mis alimentos se malogren y no se conserven en buen estado, que al mismo tiempo incurriría en pérdidas, así que se cree conveniente instalar dentro del almacén un Aire Acondicionado Electrolux Split EASX18A2RSDQW 18000 Btu; de acuerdo a su ficha técnica es apto para este tipo de necesidad, de esta manera los productos se mantendrán semi congelados y en un buen estado.

En las siguientes tablas veremos los detalles del presupuesto de la propuesta de mejora de infraestructura en la cocina.

Tabla 26

Costo en materiales

Materiales	Cantidad	Precio unitario (S/)	Precio Total (S/)
Ladrillo pandereta	100	S/ 0.90	S/ 90.00
Cemento (bolsas)	4	S/ 32.00	S/ 128.00
Arena Fina (m3)	0.5	S/ 18.00	S/ 9.00
Arena gruesa (m3)	0.5	S/ 25.00	S/ 12.50
Pasta sinolit (25 Kg)	1	S/ 56.00	S/ 56.00
Tubo luz 3/4"	2	S/ 9.90	S/ 19.80
Caja toma blanca	4	S/ 6.90	S/ 27.60
Interruptor termomagnético	1	S/ 45.00	S/ 45.00
Tablero adosable	1	S/ 12.00	S/ 12.00
Toma corrientes dobles	3	S/ 6.90	S/ 20.70
Interruptor	1	S/ 6.90	S/ 6.90
Foco LED	1	S/ 33.00	S/ 33.00
Cable THW14 (m.)	40	S/ 1.50	S/ 60.00
Cinta eléctrica	1	S/ 2.90	S/ 2.90
Stan de acero 170*90*45	4	S/ 320.00	S/ 1,280.00
Aire Acondicionado Electrolux Split EASX18A2RSDQW 18000 Btu	1	S/ 1,620.00	S/ 1,620.00
Puerta contra placada	1	S/ 250.00	S/ 250.00
Chapa cerradura forte	1	S/ 80.00	S/ 80.00
Total, materiales			S/ 3,753.40

Tabla 27

Costo de mano de obra

Personal	Cantidad días	Precio unitario (S/)	Precio Total (S/)
Albañil	2	S/ 90.00	S/ 180.00
Ayudante	2	S/ 50.00	S/ 100.00
Especialista en tarrajeo	1	S/ 90.00	S/ 90.00
Empastador	1	S/ 60.00	S/ 60.00
Electricista	1	S/ 80.00	S/ 80.00
Carpintero	1	S/ 80.00	S/ 80.00
Especialista en instalación de aire acondicionado	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Total mano de obra			S/ 740.00

En las tablas 26 y 27, se ha considerado el costo de materiales y de mano de obra; en ambas tablas se considera los costos desde la construcción del almacén, tarrajeo, empastado e instalación de stands de acero con un aire acondicionado, todo para que el almacén esté funcionando en óptimas condiciones.

Tabla 28

Presupuesto total de mejoramiento de infraestructura

Detalle	Precio Total (S/)
Materiales	S/ 3,753.40
Mano de Obra	S/ 740.00
Total	S/ 4,493.40

Según los valores obtenidos en la tabla 28, podemos decir que la inversión en la propuesta 03 – mejora de infraestructura tiene un total de S/ 4,493.40.

La propuesta del Almacén se ha diseñado teniendo como consideración las normativas vigentes para el funcionamiento de restaurantes que brinden garantía referente a la inocuidad de los alimentos evitando la contaminación cruzada, las condiciones que se han considerado se detallan a continuación:

- Estructuras Físicas: La edificación del almacén del restaurante será de construcción sólida, los materiales usados con resistencia a la corrosión, fáciles de desinfectar y limpiar para que se mantenga en estado bueno de higiene y conservación, en el caso de los pisos, paredes, techos, ventanas y puertas se construirá con materiales lavables, adsorbentes, impermeables y antideslizantes, las grietas no se deben y además de ser fáciles de desinfectar y limpiar, se construirá una pendiente al piso suficiente para que escurran los líquidos a los sumideros, además para que se evite la acumulación de suciedad deben construirse previendo ello, la puerta deben contar con cierre automático.

- Se considera como nivel de iluminación mínimo en esta área de 220 lux, además al ser bombillas éstas van aislarse usando protectores que evitarían en caso se rompan la contaminación de los alimentos.

- Para el almacenamiento de Productos secos: Sus espacios deben estar secos, ventilados, limpios, y tengan protección contra vectores, insectos, roedores,

animales y personal no autorizadas. Con lo que respecta a los productos químicos que puedan ser desinfectantes, detergentes, pinturas, insecticidas, rodenticidas u otro, deberán estar guardados en un ambiente seguro, separado y lejos de productos, es de estricto cumplimiento que el almacenamiento mantenga en consideración la fecha de vencimiento y/o vida útil del producto, teniendo como objetivo de controlar el cumplimiento del Principio PEPS (los productos que primero ingresan al almacén deben ser también los que salgan primero).

- Para distribuir el almacén se debe cumplir con lo siguiente: a) Todo alimento a almacenarse no deben presentar contacto al piso, serán colocados en anaqueles parihuelas o tarimas y deberán mantener una buena condición, a la distancia mínima de 0,20 m del piso. También, la distancia de 0,50 m. entre cada hilera y de 0,50 m. con la pared.

b) Los productos secos se van a almacenar en el envase de origen, los cuales deben ser íntegros y cerrados, en caso de los productos a granel se conservará en un envase rotulado y tapado.

- Para almacenar alimentos que necesiten cadena de Frío: La temperatura de los equipos de refrigeración, se calculará según la cantidad y el tamaño del alimento a almacenar, lo cual permita que los alimentos tengan la temperatura que será menor al 5°C en el centro de cada pieza, para lo que respecta a alimentos que se congelarán, el establecimiento considero implementar equipos de congelación esto para lograr que los alimentos mantengan la temperatura de -18° C en el centro de cada pieza. Punto importante es que los alimentos que se reciben congelados deberán almacenarse congelados, por ello los equipos de frío tienen que contar con termómetros, ubicados en una zona visible además se deberá tener en cuenta que los productos de origen vegetal y animal se van a almacenar de forma separada para que se evite la contaminación cruzada así como la transmisión de olores no deseables. También, se deben separar los que tienen cáscara o envoltura, de los que están fraccionados desprotegidos.

- Para lo que son grandes piezas de res su refrigeración no debe sobrepasar las 72 hs., pero para otro tipo de carne, como carne de aves y así también las menudencias no deben sobrepasar las 48 hs.

- Los alimentos se van a colocar separados el uno del otro y separar también de las paredes, con la finalidad que el aire frío logre que los productos alcancen la temperatura en el centro ellos que brinde seguridad antes de su uso.

- Para el caso de las cámaras, los productos se ubicarán en tarimas o anaqueles de material resistente e higienizable, se guardará la distancia mínima de 0,20 metros. En lo que respecta al piso y 0,15 metros. En lo que respecta al techo y las paredes.

- Las menudencias y carnes que sean congeladas se colocarán en bandejas o utensilio similar de material resistente e higienico, se colocará como bloques o en anaqueles, deberá protegerlas con un plástico de primer uso transparente, que evite la deshidratación y contaminación de los mismos.

3.2.3.4 Propuesta 04 – Implementación de nuevos procesos de trabajo

a. Proceso de gestión de compras

- Diagrama de procesos de gestión de compras

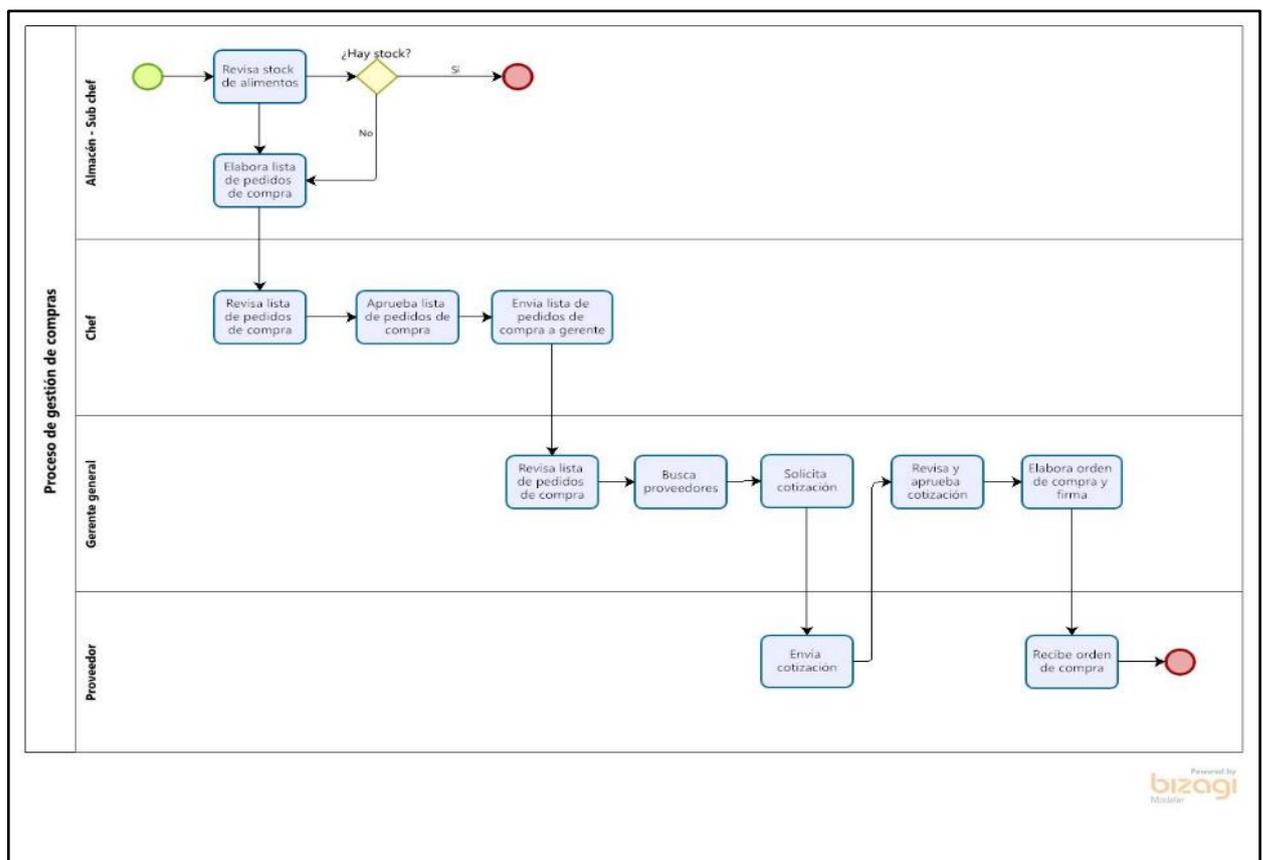


Figura 37. Nuevo proceso de gestión de compras

Fuente: Elaboración propia

- Diagrama de análisis de procesos (DAP) de gestión de compras

DIAGRAMA DE ANÁLISIS DE PROCESOS (DAP)				RESUMEN				
PROCESO: GESTIÓN DE COMPRAS				ACTIVIDAD	ACTUAL	PROPUESTA	TOTAL	
Actividad: PROCESO DE COMPRAS Método: DAP PROPUESTO Lugar: RESTAURANTE Elaborado por: Juan Ramos Piminchumo / Diana Ramírez Herrera Aprobado por: Fecha: 03/07/2022 Hojas N°: 1 de 1				Operación	●	1,2,3,4,6,7,8,9,10,11	10	
				Transporte	➡	5	1	
				Espera	⏸	1,3,6,7,8,9	6	
				Inspección	■	1, 9	2	
				Almacenamiento	▼		0	
				Distancia		20	20	
				Tiempo		51'	51'	
				Costo				
				Mano de obra				
				Material				
N°	DESCRIPCIÓN	C	Dist. (m)	T° (min)	SIMBOLO			Observaciones
					● ➡ ⏸ ■ ▼			
01	Sub chef, revisa stock de alimentos en almacén		2m	10'	●	—	●	
02	Elaborar lista de pedidos de compra			02'	●			
03	Revisa lista de pedido de compra			02'	●	—	●	
04	Aprueba lista de pedidos de compra			01'	●	—	●	
05	Envía lista de pedidos de compra a administrador		18m	05'	●	—	●	
06	Administrador revisa lista de pedidos de compra			02'	●	—	●	Vía telefónica
07	Administrador busca proveedores			10'	●	—	●	
08	Solicita cotización con fechas de entrega			10'	●	—	●	Vía correo electrónico o whatsapp
09	Revisa y aprueba cotización			05'	●	—	●	
10	Elabora orden de compra			02'	●	—	●	
11	Envía orden de compra a proveedores			02'	●			Vía correo electrónico o whatsapp
Total			20m	51'				

Figura 38. Diagrama de análisis de proceso de gestión de compras

Fuente: Elaboración propia

- **Ficha de proceso de gestión de compras**

ANEXO N°01. Ficha de Gestión de Compras				
FICHA DE DOCUMENTACIÓN DE PROCESOS				
PROCESO	Gestión de compras	CÓDIGO	1	
DEPENDENCIA	Jefe de cocina	NIVEL DEL PROCESO DOCUMENTADO	1	
OBJETIVO	Conocer los procesos correctos de compras de alimentos, ayudando a reducir tiempos de trabajo y optimizando costos.			
ALCANCE	Comprende desde el inventario inicial hasta la entrega de orden de compra al proveedor			
RESPONSABLE	Jefe de Cocina - Administrador			
INDICADORES	1.- Número de incidencias por solicitud de pedidos incorrectos. 2.- Número total de incidencias por pedidos rechazados.			
ENTRADAS		PROVEEDORES		
Inventario de alimentos existentes y faltantes.		Sub chef		
Lista de pedidos aprobados.		Jefe de cocina		
Orden de compra para proveedores.		Administrador		
SALIDAS		CLIENTES		
Manejo correcto de inventarios		Área de cocina		
Correcta gestión de compras		Área de administración		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO				
N°	ACTIVIDADES	EJECUTOR	DOCUMENTOS DE CONSULTA	REGISTROS GENERADOS
1	Conocer los stock de almacén.	Sub chef de cocina	Manual de inventarios	Inventario diario
2	Elaborar una lista de alimentos a comprar.	Sub chef de cocina	Manual de proceso de compras	Solicitud de pedido
3	Aprobar lista de compras.	Jefe de cocina	Manual de proceso de compras	Solicitud de pedido
4	Búsqueda de proveedores.	Administrador	Manual de proceso de compras	Cotizaciones
5	Solicitar cotizaciones.	Administrador	Manual de proceso de compras	Cotizaciones
6	Aprobar cotizaciones.	Administrador	Manual de proceso de compras	Cotizaciones
7	Enviar al proveedor orden de compra aprobada.	Administrador	Manual de proceso de compras	Orden de compra
PUNTOS DE CONTROL	- Revisar lista de pedidos de sub chef. - Revisar cotizaciones.			
INFRAESTRUCTURA	- Cocina - Almacén de restaurante - Oficina de restaurante	AMBIENTE DE TRABAJO	- Área de cocina - Área administrativa	
REVISIÓN 01	REVISIÓN 02	REVISIÓN 03	APROBADO	
			Fecha:	

Figura 39. Ficha de proceso de gestión de compras

Fuente: Elaboración propia

Como parte de la aplicación de reingeniería en el restaurante, hemos visto que carece de muchos procesos importantes; por lo tanto, se está sugiriendo implementar un nuevo proceso como es la “gestión de compras”, el mismo que es muy necesario en la reducción de costos, ya que ayuda a planificar un presupuesto de compras, verificar los pedidos, controlar los stocks y excedentes, verificar las mermas y qué hacer con ellas, planificar los días de compras y tener disposición de proveedores que me aseguren la calidad de los alimentos, precios justos y que cumplan con los plazos de entregas.

Es así que en la figura 24 el nuevo proceso de gestión de compras, lo conforman las áreas de cocina, el área administrativa y el proveedor. El área de cocina inicia las actividades revisando el stock de alimentos esta actividad la realiza el sub chef, quien si encuentra faltantes elabora una lista de pedidos de compra, la misma que será revisada por el jefe de cocina (chef), encargado de revisar, aprobar la lista y derivarla al área administrativa, el administrador es quien revisa los pedidos de compra, busca los proveedores adecuado para dichos pedidos, solicita cotizaciones y tiempos de entrega, revisa las cotizaciones, una vez aprobadas, elabora una orden de compra, la firma y se la envía al proveedor. Es así que se concluye este proceso.

En la figura 25 vemos el diagrama de análisis de proceso de gestión de compras (DAP), el cual sugiere que las actividades tienen un tiempo de 51 minutos y un recorrido de 20 metros (alrededor del restaurante), es un recorrido y tiempo apropiado considerando que actualmente como no se tiene este proceso implementado, debido a que el chef es quien prepara la lista de pedidos, hace las compras diariamente y prepara los menús del día, estas tareas le toman alrededor de 2 horas 30 minutos. Así que al implementar este proceso se consigue una reducción de tiempo de 2 horas con 5 minutos.

La figura 26 ficha de procesos de gestión de compras nos determina el inicio y fin del proceso, determinar que actividades específicas y que área están involucradas en el mismo, cuáles son los documentos de registros y puntos de control de las tareas, por lo cual es importante la implementación de la misma para el desarrollo continuo y como parte de la mejora del restaurante.

b. Proceso de recepción y almacenaje de alimentos

- Diagrama de procesos de recepción y almacenaje de alimentos

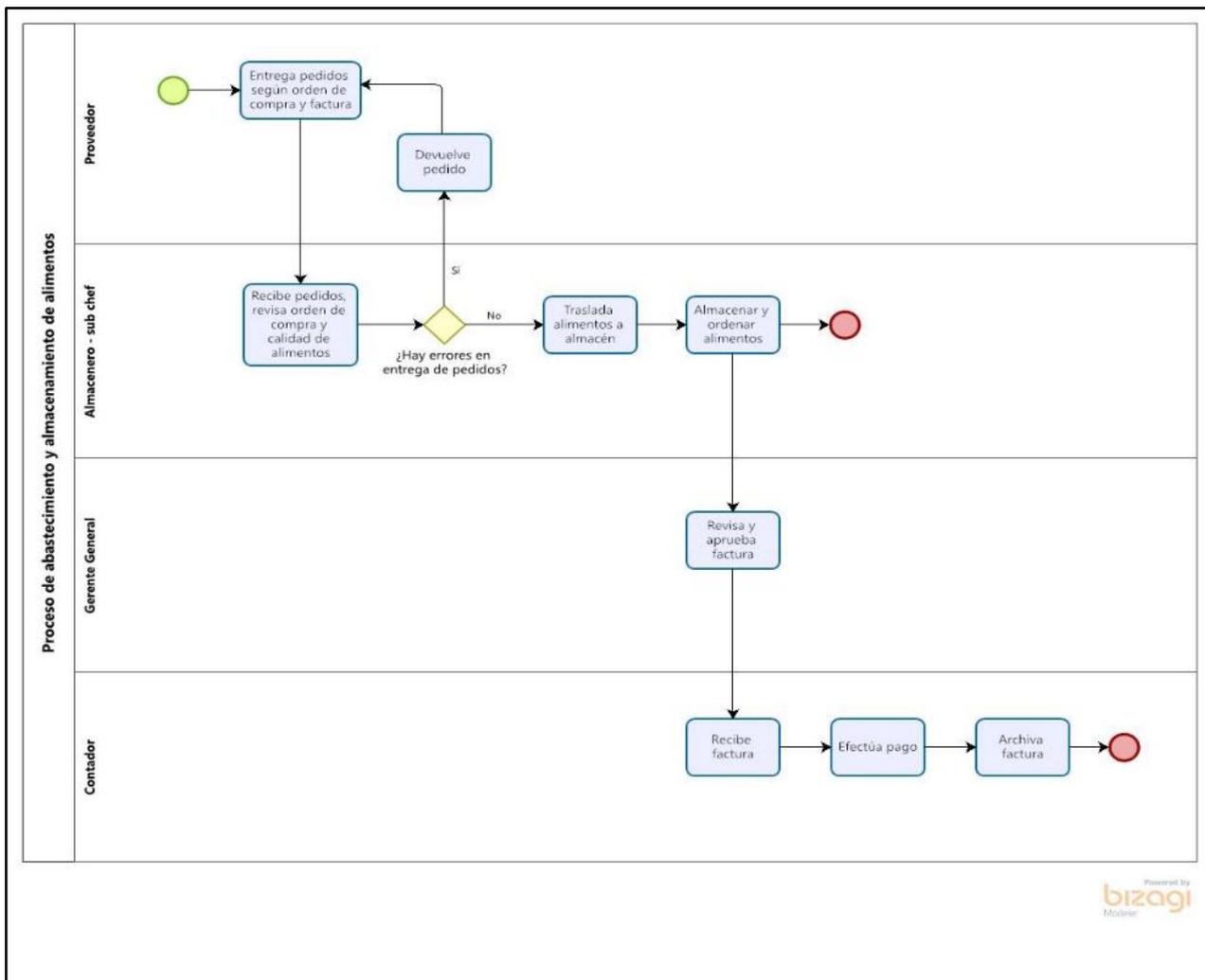


Figura 40. Nuevo proceso de recepción y almacenaje de alimentos

Fuente: Elaboración propia

- **Diagrama de análisis de procesos (DAP) de recepción y almacenaje de alimentos**

DIAGRAMA DE ANÁLISIS DE PROCESOS (DAP)				RESUMEN				
PROCESO: GESTIÓN DE RECEPCIÓN Y ALMASNAJE DE ALIMENTOS				ACTIVIDAD	ACTUAL	PROPUESTA	TOTAL	
Actividad: PROCESO DE DE RECEPCIÓN Y ALMASNAJE DE ALIMENTOS Método: DAP PROPUESTO Lugar: RESTAURANTE Elaborado por: Juan Ramos Piminchumo / Diana Ramírez Herrera Aprobado por: Fecha: 03/07/2022 Hojas N°: 1 de 1				Operación		1,2,4,5,7,8	6	
				Transporte		3,6	2	
				Espera		1,2,3	3	
				Inspección		2,5	2	
				Almacenamiento		4	1	
				Distancia		16	16	
				Tiempo		65'	65'	
				Costo				
Mano de obra								
Material								
N°	DESCRIPCIÓN	C	Dist. (m)	T° (min)	SIMBOLO			Observaciones
01	Proveedor entrega pedidos según orden de compra con factura			03'				Proveedor revisa que documentos de entrega de pedido esten en orden
02	Sub chef revisa orden de compra e inspecciona calidad de alimentos			10'				Hay demoras mientras se revisa pedidos
03	Traslado de alimentos a almacen		15m	20'				Ayudante de cocina, ayuda con tarea.
04	Ordenar y almacenar alimentos		1m	20'				
05	Administrador revisa factura			02'				
06	Administrador entrega a contador factura aprobada			02'				
07	Contador efectúa pago de factura			05'				Transferencia
08	Contador registra pago y archivo de factura			03'				
Total			16m	65'				

Figura 41. Diagrama de análisis de proceso de recepción y almacenaje de alimentos

Fuente: Elaboración propia

- **Ficha de proceso de recepción y almacenaje de alimentos**

ANEXO N°02. Ficha de Proceso de Recepción y Almacenaje de Alimentos				
FICHA DE DOCUMENTACIÓN DE PROCESOS				
PROCESO	Recepción y Almacenaje de Alimentos	CÓDIGO	2	
DEPENDENCIA	Jefe de cocina	NIVEL DEL PROCESO DOCUMENTADO	2	
OBJETIVO	Conocer los procesos adecuados de manejo de alimentos, su almacenaje y cuidado conservando la calidad de los mismos, optimizando recursos y tiempos de trabajo.			
ALCANCE	Inicia con la entrega de alimentos por parte del proveedor, la aceptación de la orden de compra, almacenaje y pago de factura.			
RESPONSABLE	Jefe de Cocina - Administrador			
INDICADORES	1.- Número de incidencias por pedidos rechazados. 2.- Número total de incidencias por pedidos observados.			
ENTRADAS		PROVEEDORES		
Alimentos requeridos perecibles y no perecibles		Sub chef		
		Jefe de cocina		
		Administrador		
SALIDAS		CLIENTES		
Alimentos observados		Área de cocina		
Alimentos rechazados		Área de administración		
		Área contable		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO				
N°	ACTIVIDADES	EJECUTOR	DOCUMENTOS DE CONSULTA	REGISTROS GENERADOS
1	Proveedor entrega pedidos según orden de compra con factura	Proveedor	Manual de proceso de compras	Orden de compra
2	Sub chef revisa orden de compra e inspecciona calidad de alimentos	Sub chef de cocina	Manual de proceso de compras	Pedidos aprobados / Pedidos rechazados
3	Traslado de alimentos a almacén	Sub chef de cocina	Manual de almacenaje de alimentos	Inventario actual
4	Ordenar y almacenar alimentos	Sub chef de cocina	Manual de almacenaje de alimentos	Inventario actual
5	Administrador revisa factura	Administrador	Manual de proceso de compras	Factura
6	Administrador entrega a contador factura aprobada	Administrador	Manual de proceso de compras	Factura
7	Contador efectúa pago de factura	Contador	Manual de proceso de compras	Factura cancelada
8	Contador registra pago y archivo de factura	Contador		Registro de factura y orden de compra
PUNTOS DE CONTROL	- Revisar pedidos correctos, observados y rechazados. - Revisar orden de compra y factura			
INFRAESTRUCTURA	- Cocina - Almacén de restaurante - Oficina de restaurante	AMBIENTE DE TRABAJO	- Área de cocina - Área administrativa	
REVISIÓN 01	REVISIÓN 02	REVISIÓN 03	APROBADO	
			Fecha:	

Figura 42. Ficha de proceso de recepción y almacenaje de alimentos

Fuente: Elaboración propia

Al igual que el proceso de gestión de compras, el proceso de recepción y almacenaje de alimentos es un nuevo proceso que se desea implementar, este ayudará no solo a llevar un mejor control de los alimentos, sino también a tener organizada nuestra cocina en cuanto a orden y limpieza de materiales de trabajo separados de los alimentos, un almacén ordenado genera un mejor manejo de los alimentos, conocer los stocks, los faltantes, que alimentos generan mayor costo, mayor consumo; un mejor control y uso de los mismos, controlar el tema de los desperdicios, incluso conocer, si los descartables, las servilletas y bolsas, que costo me generan; así mismo facilita la elaboración de un presupuesto para ajustar los costos de compras.

En la figura 33 Nuevo proceso de recepción y almacenaje de alimentos, el mismo que tiene como áreas involucradas la cocina, el contador, el administrador y el proveedor, este último es quien inicia el proceso con la entrega de pedidos según la orden de compra y con la factura, el sub chef (que tiene la función al mismo tiempo de almacenero) es quien recibe los pedidos, verifica la entrega según la orden de compra (pedidos correctos, incorrectos, observados y devueltos), con ayuda de un uno de los ayudantes de cocina, ingresan los pedidos correctos al almacén, los ordenan, registra de los nuevos ingresos y determina el inventario actual. El administrador recibe la factura, la revisa y aprueba para pago. Finalmente, el contador con la factura aprobada efectúa el pago a través de transferencia bancaria y archiva la factura.

La figura 34 Diagrama de análisis de proceso de recepción y almacenaje de alimentos (DAP), nos muestra que este proceso tiene ocupa un tiempo de 65 minutos y un recorrido de 16 metros, es un tiempo optimizado ya que, actualmente no se trabaja con un almacén ni con actividades definidas para llevar un mejor control de alimentos, simplemente se compra para el día y se pierde tiempo entre ir a comprar, trasladar los alimentos y prepararlos eso ocupa alrededor de 2 horas 30 minutos. Con el nuevo proceso solo se utilizaría 65 minutos del actual tiempo y sumado al proceso de gestión de compras sería un total de 116 minutos, es decir; de 150 minutos que se utilizan actualmente, se reduce 34 minutos de trabajo.

La ficha que se observa en la figura 35, nos dice que las actividades de este proceso inician con la entrega de alimentos según la orden de compra, aceptación de los pedidos, almacenaje y pago de factura, los clientes internos son el área de cocina, el área contable y el área administrativa, quienes establecen puntos de control al

momento de verificar los pedidos correctos, y la correcta facturación. Del mismo modo se lleva un registro de pedidos, órdenes de compra y se trabaja con un manual de inventarios para mejorar en cuanto al manejo de las existencias, **para verificar la calidad de los productos se han elaborado una ficha de Recepción que deben ser llenadas de acuerdo a las condiciones de calidad y características de los productos al momento de la recepción y remitidas al área administrativa. Ver Anexo 11.**

3.2.3.5 Propuesta 05 – Rediseño de procesos existentes

a. Nuevo proceso de actividades en cocina

- Diagrama de procesos de actividades en cocina

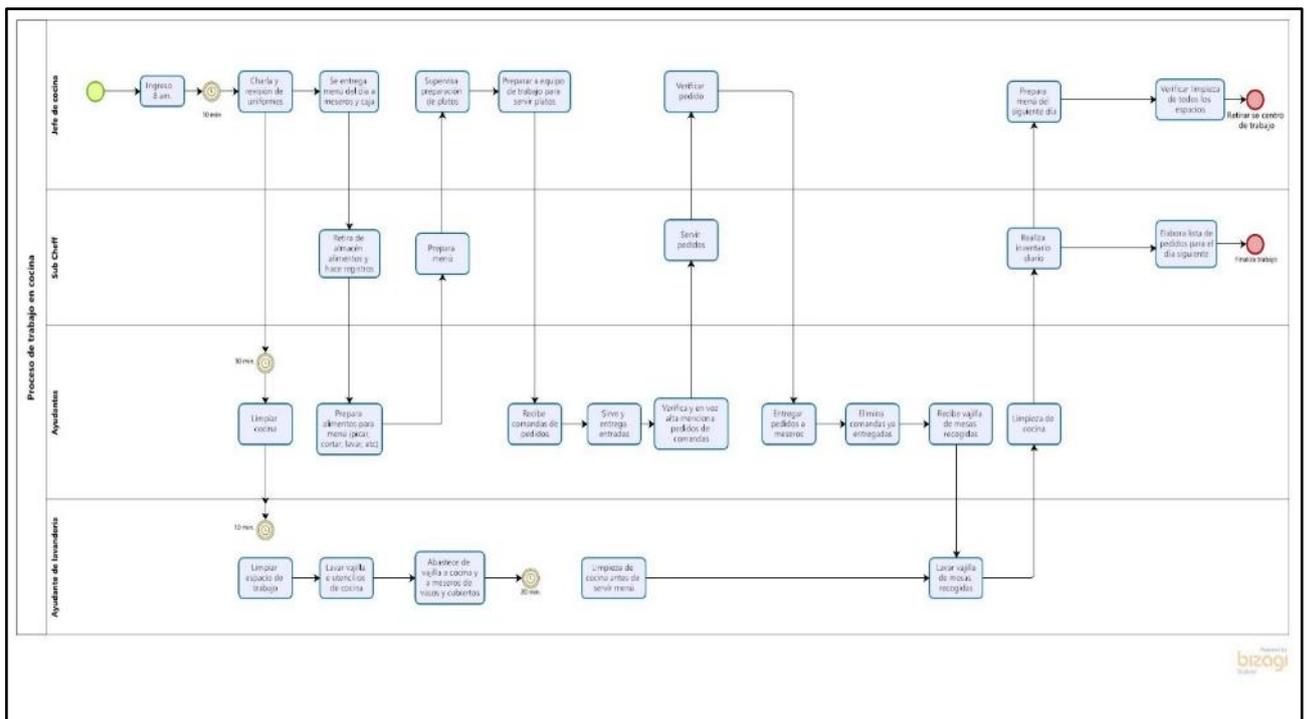


Figura 43. Nuevo proceso de actividades de cocina

Fuente: Elaboración propia

- Diagrama de análisis de procesos (DAP) de actividades en cocina

DIAGRAMA DE ANÁLISIS DE PROCESOS (DAP)		RESUMEN				
PROCESO: ACTIVIDADES DE COCINA		ACTIVIDAD		ACTUAL	PROPUESTA	TOTAL
Actividad: PROCESO DE ACTIVIDADES DE COCINA		Operación			1,2,4,5,7,8,10,11,13,14,15,16,18,20,21,22,23,24,25,26,27	21
Método: DAP PROPUESTO		Transporte			6,9,22,29	4
Lugar: RESTAURANTE		Espera			25,26	2
Elaborado por: Juan Ramos Piminchumo / Diana Ramírez Herrera		Inspección			3,12,17,19,28	5
Aprobado por:		Almacenamiento				
Fecha: 03/07/2022		Distancia			24m	24
Hojas N°: 1 de 1		Tiempo			319'	319'
		Costo				
		Mano de obra				
		Material				

N°	DESCRIPCIÓN	C	Dist. (m)	T° (min)	SIMBOLO					Observaciones	
01	Ingres personal a las 8 am.			05'	●						
02	Dictar charla de 5 min.			05'	●						Jefe de cocina
03	Revisión de uniformes y epps	4m		05'	●						Ayudantes de cocina
04	Limpieza de cocina	1m		05'	●						
05	Limpieza de lavandería	1m		05'	●						
06	Entrega de menú del día a meseros y a encargado de caja	10m		02'	●						Jefe de cocina
07	Retira alimentos de almacén y hace registros de salidas	2m		10'	●						Sub Chef de cocina
08	Lavar vajilla y utensilios de cocina			10'	●						
09	Abastece de vajilla a cocina y meseros			05'	●						
10	Colabora en preparación de menú			30'	●						Ayudantes de cocina
11	Prepara menú			120'	●						Sub Chef de cocina
12	Supervisa preparación de platos			05'	●						Jefe de cocina
13	Prepara equipo de trabajo para servir platos			10'	●						Chef de cocina, antes de recibir a los comensales
14	Limpieza de cocina antes de servir menús			10'	●						Ayudantes de cocina
15	Se recibe comandas			01'	●						Ayudantes de cocina
16	Servir entradas			02'	●						Ayudantes de cocina
17	Verifica comandas de pedidos entregados y faltantes en voz alta			02'	●						Ayudantes de cocina
18	Servir pedidos			05'	●						Sub Chef de cocina
19	Verificar pedidos			01'	●						Jefe de cocina
20	Entrega de pedidos a meseros			01'	●						Ayudantes de cocina
21	Eliminar comandas de pedidos entregados			01'	●						Ayudantes de cocina
22	Recibir vajilla de mesas recogidas			01'	●						Ayudantes de cocina
23	Lavar vajilla de mesas recogidas			10'	●						
24	Limpieza de cocina al terminar jornada			30'	●						Ayudantes de cocina y de lavandería
25	Realizar inventario diario al término de jornada	2m		15'	●						Sub Chef de cocina
26	Preparar menú del siguiente día			10'	●						Jefe de cocina
27	Elabora lista de pedido de compra			05'	●						Sub Chef de cocina
28	Verifica orden y limpieza de ambiente de trabajo	4m		03'	●						Jefe de cocina
29	Retiro de personal			05'	●						
Total			24m	319'							

Figura 44. Diagrama de análisis de nuevo proceso de actividades en cocina

Fuente: Elaboración propia

La figura 3 Nuevo proceso de actividades de cocina, ha sido mejorado en la propuesta de mejora, se han eliminado actividades que eran innecesarias, además con la propuesta de implementación de los procesos de gestión de compras y de recepción y almacenaje de alimentos, podemos determinar que con una mejor gestión en estos procesos ayudaría a que el nuevo proceso en la cocina logre la optimización de los tiempos y el correcto desarrollo de las tareas propuestas. El nuevo involucra solo al área de cocina, el cual se inicia con el ingreso del personal a cocina a las 8 am., el jefe de cocina (chef) es quien revisa los que los trabajadores ingresen a la hora correcta, cumpliendo con el reglamento de higiene estipulado en el apartado 3.2.3.3. "Implementación de reglamento de higiene en trabajadores". Luego los ayudantes de cocina y de lavandería son quienes se ocupan de la limpieza de cocina (ya no el chef, ni el sub chef). El jefe de cocina (chef) entrega a los meseros y a caja el menú del día (para que actualicen precios), un ayudante de cocina con instrucciones del sub chef retira los alimentos que se van a utilizar en los menús del día, ayudan con las actividades de precocido de los alimentos (lavar, cortar, picar, etc.), el sub chef prepara los platos bajo la supervisión del chef, paralelo a estas tareas el ayudante de lavandería abastece de vajilla a la cocina para servir los diferentes platos, al igual que al área de salón le abastece de vasos y cubiertos y va dejando limpio los utensilios utilizados en la preparación de las comidas. Una vez que todo está ya cocinado y con el visto bueno del jefe de cocina, se hace una limpieza rápida en cocina a cargo de los ayudantes (cocina y lavandería), luego se recibe los pedidos de los meseros para los clientes, uno de los ayudantes lleva un control de comandas (se orden según su llegada, así los pedidos se despachan según ese orden, si se da el caso de que si hay pedidos que toman menos tiempo de cocción y servido y son pedidos más atrasados se pueden atender primero, mientras se prepara los otros pedidos se demoran en salir), menciona los pedidos en voz alta, descarta las comandas de los pedidos ya entregados y hace seguimiento de lo que falta entregar, sirve las entradas, recoge de la mesa de entrega las vajillas de las mesas recogidas y las lleva a la lavandería. El sub chef sirve los pedidos, el jefe de cocina inspecciona que se sirva de acuerdo a la proporción de las porciones determinadas, que la presentación sea correcta y colabora con preparar algunos platos en horas puntas. Al finalizar la atención al cliente, se procede a limpiar toda la cocina (actividades a cargos de los ayudantes), el sub chef trabaja en los inventarios. El jefe de cocina determina el menú del

siguiente día, de acuerdo a ellos el sub chef elabora una lista de pedidos de ser necesario. El jefe de cocina verifica el orden y limpieza del área y todos se retiran del área de trabajo hasta el siguiente día.

La figura 31 Diagrama de análisis de nuevo proceso de actividades en cocina (DAP), nos dice que este proceso tiene 29 actividades, en las cuales se hace un recorrido de 24 metros y se utiliza un tiempo de 319 minutos, que equivale a 5 horas 32 minutos de trabajo. Actualmente este proceso incluye 8 horas de trabajo, es decir se ha podido optimizar un recorte de 2 horas y 30 minutos; tiempo que para cumplir con el horario establecido puede ser utilizado en trabajar en nuevas tareas o adelantar actividades del siguiente día; además se debe considerar que el personal tiene 1 hora de almuerzo; aun así se lograría optimizar tiempo de trabajo 1 hora y media.

b. Nuevo proceso en actividades de salón

- Diagrama de procesos de actividades de salón

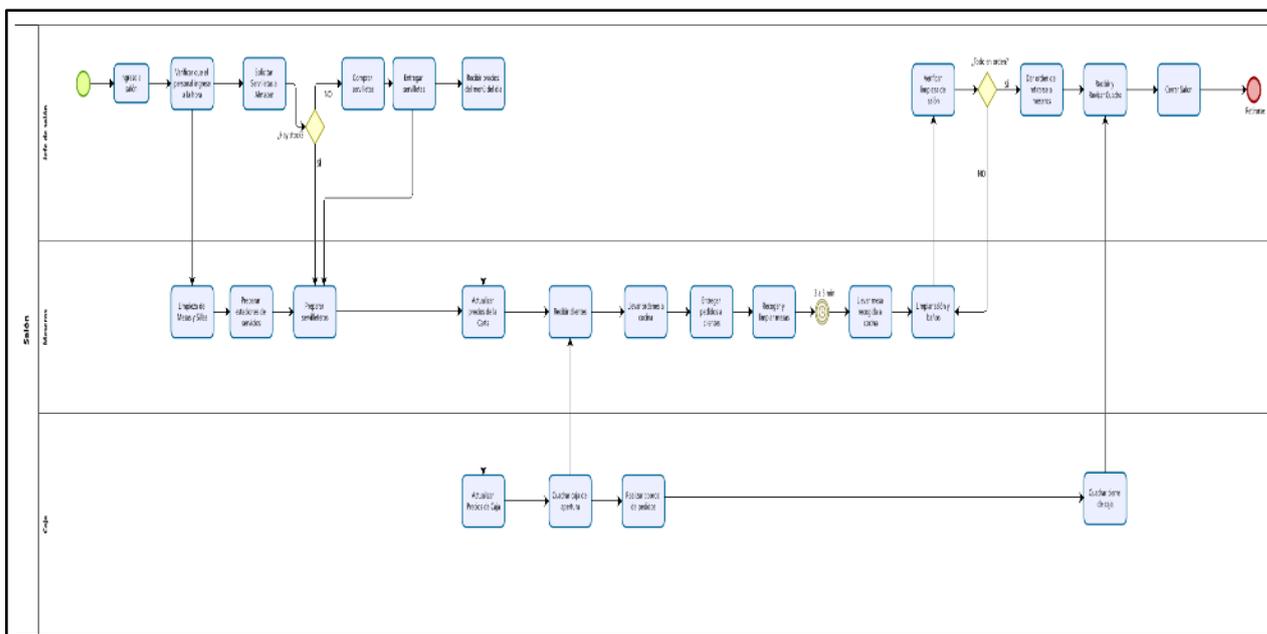


Figura 45. Diagrama de Procesos de Actividades de salón

Fuente: Elaboración propia

- Diagrama de análisis de procesos (DAP) de actividades de salón

DIAGRAMA DE ANÁLISIS DE PROCESOS (DAP)				RESUMEN				
PROCESO: GESTIÓN DE COMPRAS				ACTIVIDAD	ACTUAL	PROPUESTA	TOTAL	
Actividad: PROCESO DE SALON DE ATENCIÓN				Operación	●	1,2,3,4,6,7,8,9,10	9	
Método: DAP PROPUESTO				Transporte	→	5	1	
Lugar: RESTAURANTE				Espera	▢	1,3,6,7,8,9	6	
Elaborado por: Juan Ramos Piminchumo / Diana Ramírez Herrera				Inspección	■	1, 9	2	
Aprobado por: JUAN				Almacenamiento	▼		0	
Fecha: 03/07/2022				Distancia		32	32	
Hojas N°: 1 de 1				Tiempo		187'	187'	
				Costo				
				Mano de obra				
				Materia				
N°	DESCRIPCIÓN	c	Dist. (m)	T' (min)	SIMBOLO			Observaciones
					●	→	▢	
01	Jefe de Salon Verifica Ingreso de Personal			05'				Verifica Horario, indumentaria e Higiene
02	Meseros Realizan Limpieza de Mesas y Sillas			30'				
03	Mesero Prepara Estación de Servicio			15'				
04	Jefe de Salon Solicita Servilletas a Almacen			03'				
05	Solicita compra de Servilletas		10m	04'				Realiza Pedido a traves de una Orden
06	Jefe de Salon recibe servilletas		10m	02'				
07	Mozos Preparan Servilleteros			10'				
08	Jefe de Salon Recibe nuevos Precios de Menus			05'				Precios son entregados por el Administrador
09	Mesero Actualiza Precios de la Carta			10'				
10	Cajero Actualiza Precios de Caja			15'				
11	Mesero Recibe Clientes			05'				
12	Mesero Lleva Ordenes a Cocina			02'				
13	Mesero Entrega Pedido a Clientes			07'				
14	Mesero Entrega Cuenta a Clientes			03'				Realiza Boleta Manual
15	Cajero Realiza cobro de Pedidos			04'				
16	Mesero Recoje y Limpia Mesas			05'				
17	Mesero Lleva Servicios recogido a Cocina		12m	05'				
18	Mesero realiza Limpieza de Salon y Baños			05'				
19	Jefe de Salon Verifica Limpieza			10'				
20	Jefe Ordena retiro de meseros			03'				Da indicaciones para el dia siguiente
21	Cajero Cuadra Cierre de Caja			25'				Imprime Hoja de Cuadre
22	Jefe de Salon recibe y verifica cuadre de Caja			10'				
23	Jefe de Salón Cierra Salón			04'				Verifica Cerraduras y Llaves
Total			32m	187'	0	0	0	0

Figura 46. Diagrama de análisis de proceso de actividades de salón

Fuente: Elaboración propia

limpieza y preparación de estaciones de servicio; posteriormente solicita al almacenero las servilletas para el día, el almacenero revisa el stock en el Kardex el cual lleva el control de los insumos; de no contar con stock emite la solicitud de pedido y compra; se emite la orden de compra; y una vez que ingresan las servilletas se entrega al jefe de salón para que sean distribuidas entre los meseros, posteriormente el jefe de salón recibe los precios actualizados y los entrega a los meseros y cajero.

Los meseros reciben a los clientes, redactan los pedidos los mismos que son entregados a cocina para su preparación, estando listos estos son recogidos por los meseros para llevar a los clientes, a solicitud de los clientes se genera la boleta y el cálculo del consumo, el mismo que se entrega al cliente para que realice el pago, el mismo que es realizado por el cajero entregando el vóucher o boleta al cliente, una vez concluido el proceso el mesero despide al cliente.

En la figura 46 Diagrama propuesto de análisis de procesos de tiempos y movimientos del proceso de salón del restaurante, vemos que tiene una duración de 187 minutos y una distancia de 32 metros recorridos. Anteriormente se utilizaban 345 minutos y 133 metros, esto quiere decir, que se redujo en 188 minutos (46 %) y 101 metros (76%), todo esto conlleva a la optimización de tiempos operacionales. Las actividades que se mejoraron son la actividad 03 y 05 las cuales ya no presentan demora puesto que el jefe de Salón trabaja juntamente con el Almacenero, es decir, coordinadamente. A la vez, se observa que en las actividades 15 y 21 se percibe el uso del Software informático de manejo de caja; que producen reducción de tiempo.

c. Nuevo proceso de atención al cliente

- Diagrama de procesos de atención al cliente

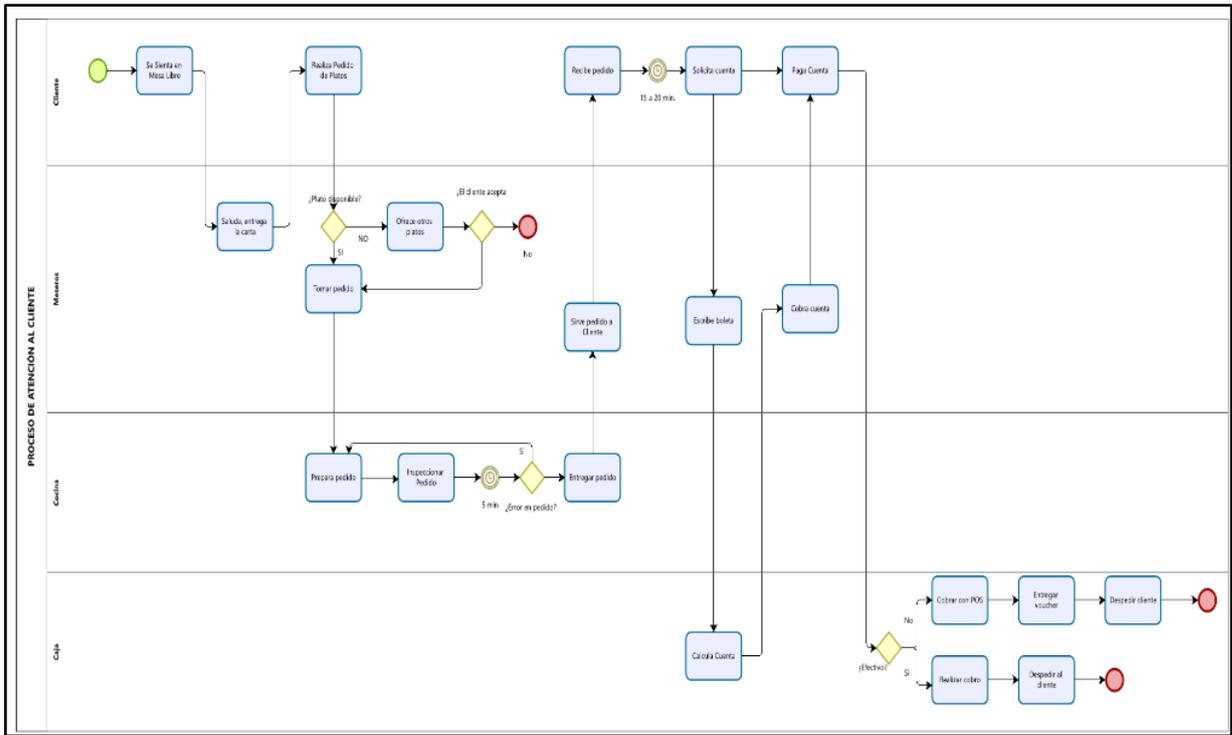


Figura 48. Diagrama de nuevo proceso de atención al cliente

Fuente: Elaboración propia

- Diagrama de análisis de procesos (DAP) de atención al cliente

DIAGRAMA DE ANÁLISIS DE PROCESOS (DAP)				RESUMEN							
PROCESO: GESTIÓN DE COMPRAS				ACTIVIDAD	ACTUAL	PROPUESTA	TOTAL				
Actividad: PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE				Operación	●	1,2,3,4,7,9,10,11, 12,13,14,15,16	13				
Método: DAP PROPUESTO				Transporte	➔	5,8,17	3				
Lugar: RESTAURANTE				Espera	■		0				
Elaborado por: Juan Ramos Piminchumo / Diana Ramírez Herrera				Inspección	■	6	1				
Aprobado por: JUAN				Almacenamiento	▼		0				
Fecha: 03/07/2022				Distancia		34m	34				
Hojas N°: 1 de 1				Tiempo		68'	68'				
				Costo							
				Mano de obra							
				Material							
N°	DESCRIPCIÓN	C	Dist. (m)	T' (min)	SIMBOLO					Observaciones	
					●	➔	■	■	▼		
01	Cliente se sienta en mesa libre			02'	●						
02	Meseros saluda y entrega la carta			02'	●						
03	Cliente realiza pedido			07'	●						Utiliza notas de venta autocopiable
04	Mesero toma pedido del cliente			03'	●						
05	Cocinero prepara pedido		12m	06'	●						Realiza Pedido en orden de llegada
06	Jefe de cocina inspecciona pedido			02'	●						
07	Cocinero entrega pedido			02'	●						Retira nota de pizarra pedidos pendientes
08	Mesero sirve pedido a cliente		12m	03'	●						
09	Cliente recibe y consume pedido			20'	●						
10	Cliente solicita la cuenta			03'	●						
11	Mesero escribe boleta			02'	●						
12	Cajero calcula cuenta			02'	●						Entrega boleta a mesero
13	Mesero cobra cuenta			04'	●						
14	Cliente paga cuenta			03'	●						
15	Cajero Realiza cobro de Cuenta			02'	●						Emite voucher y/o boleta
16	Mesero Entrega voucher y/o boleta			03'	●						
17	Mesero despide a clientes		10m	02'	●						
Total			34m	68'	0	0	0	0	0		

Figura 49. Diagrama de análisis de nuevo proceso de atención al cliente

Fuente: Elaboración propia

- **Ficha de proceso de actividades de atención al cliente**

ANEKO N°05. Ficha de Proceso				
FICHA DE DOCUMENTACIÓN DE PROCESOS				
PROCESO	Atención al Cliente	CÓDIGO	1	
DEPENDENCIA	Jefe de Salón	NIVEL DEL PROCESO DOCUMENTADO	1	
OBJETIVO	Conocer los procesos Atención al Cliente, ayudando a reducir tiempos de trabajo y optimizando costos.			
ALCANCE	Comprende desde el Ingreso del cliente hasta la despedida del cliente			
RESPONSABLE	Jefe de Salón Jefe de Cocina Administrador			
INDICADORES	1 - Número de incidencias por pedidos entregados incorrectos. 2 - Número total de incidencias por Clientes no atendidos.			
ENTRADAS		PROVEEDORES		
Pedido de cliente		Meseros		
Boleta de Consumo manual		Meseros		
SALIDAS		CLIENTES		
Menus entregados Correctamente		Área de Salón		
Boleta de pago electrónica		Área de Caja		
Voucher de Pago		Área de Caja		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO				
N°	ACTIVIDADES	EJECUTOR	DOCUMENTOS DE CONSULTA	REGISTROS GENERADOS
1	Entrega de Carta a cliente	Meseros	Manual de Proceso de Atención a Cliente	Solicitud de pedido
2	Redacta pedido de cliente	Meseros	Manual de Proceso de Atención a Cliente	Solicitud de pedido
3	Entrega pedido de cliente a Cocina	Meseros	Manual de Proceso de Atención a Cliente	Comanda de Pedido
4	Preparación de Pedido	Sub-Chef	Manual de Proceso de Cocina	Comanda de Pedido
5	Inspección de pedidos	Jefe de Cocina	Manual de Proceso de Cocina	
6	Entrega de Pedido a Mesero	Sub-Chef	Manual de Proceso de Cocina	
7	Entrega Pedido a Cliente	Meseros	Manual de Proceso de Atención a Cliente	
8	Emisión de Boleta	Meseros	Manual de Proceso de Atención a Cliente	Boleta Manual
9	Calculo de Cuenta	Cajero	Manual de Proceso de Caja	Boleta Manual
10	Cubrir Cuartita	Meseros	Manual de Proceso de Atención a Cliente	
11	Emitir Voucher y/o Boleta	Cajero	Manual de Proceso de Caja	Voucher y/o boleta
12	Despedir al Cliente	Meseros	Manual de Proceso de Atención a Cliente	
PUNTOS DE CONTROL	Inspección de Platos - Revisar Calculo de cuenta			
INFRAESTRUCTURA	- Salón de Atención - Área de Cocina	AMBIENTE DE TRABAJO	- Área de Salón de Atención - Área de Cocina	
REVISIÓN 01	REVISIÓN 02	REVISIÓN 03	APROBADO	
			Fecha:	

Figura 50. Ficha de nuevo proceso de actividades en cocina

Fuente: Elaboración propia

En la figura 48 Diagrama propuesto del proceso de atención al cliente del restaurante; intervienen cuatro (04) áreas representadas por meseros, el clientes, cocina y el cajero. Se da inicio con el uso de mesa por parte del cliente, teniendo como siguiente actividad el saludo y entrega de la carta por parte del mesero, verificando los platos y descripción de los mismos procede a realizar el pedido

siento tomado por el mesero, en caso no contar con el plato solicitado se ofrece otro, una vez tomado el pedido el mesero lo traslada a cocina para que sea preparado; Cocina al tener listo el pedido lo entrega al mesero para ser llevado al cliente.

Los meseros a pedido de los clientes generan la boleta y solicitan a caja el cálculo del consumo, el mismo que se entrega al cliente para que realice el pago, realizado por el cliente el pago entrega el vóucher o boleta al cliente, una vez concluido el proceso el mesero despide al cliente.

En la figura 49 Diagrama propuesto de análisis de procesos de tiempos y movimientos del proceso de Atención al cliente, vemos que tiene una duración de 68 minutos y una distancia de 34 metros recorridos. Anteriormente se utilizaban 296 minutos y 116 metros, esto quiere decir, que se redujo en 224 minutos (77 %) y 82 metros (71%), todo esto conlleva a la optimización de tiempos operacionales. Las actividades que se mejoraron son la actividad 01, 03 y 04 las cuales ya no presentan demora puesto que los meseros trabajan juntamente con personal de cocina, es decir, coordinadamente. A la vez, se observa que en las actividades 12 y 15 se percibe el uso del Software informático de Manejo de Caja; con lo cual se logra reducir tiempos de atención.

3.2.3.6 Evaluación de mejoras

a. Cuadro comparativo de nuevos procesos a implementar

Tabla 29

Nuevos procesos

Procesos	Tiempo actual empleado (min)	Tiempo en rediseño (min)	Diferencia de tiempos (min)
Gestión de compras	No existe proceso	51 min.	51 min.
Recepción y almacenaje	No existe proceso	65 min.	65 min.

Fuente: Elaboración propia

La tabla 29 Cuadro comparativo de nuevos procesos de rediseño, nos muestra que hay dos nuevos procesos que como parte de la reingeniería se deberían implementar, de acuerdo a lo analizado anteriormente se consideran necesarios en el desarrollo y correcto crecimiento del restaurante. Así mismo dichos

procesos forman parte del nuevo mapa de procesos propuestos como parte del plan estratégico en la mejora de las actividades. Y como podemos observar que a pesar de que estos procesos generan un tiempo de trabajo siguen siendo óptimos tiempos ya que solo se permite un uso de 116 minutos.

b. Cuadro comparativo de tiempos de procesos rediseñados

Tabla 30

Proceso rediseñado en actividades de cocina

DIAGRAMA DE ANÁLISIS DE PROCESOS (DAP)	CUADRO COMPARATIVO DE ACTIVIDADES EN COCINA			
PROCESO: ACTIVIDADES DE COCINA	ACTIVIDAD	ACTUAL	REDISEÑO	DIFERENCIA
Actividad: PROCESO DE ACTIVIDADES DE COCINA Método: DAP PROPUESTO Lugar: RESTAURANTE Elaborado por: Juan Ramos Piminchumo / Diana Ramírez Herrera Fecha: 03/07/2022	Operación 	20	21	1
	Transporte 		4	4
	Espera 		2	2
	Inspección 	4	5	1
	Almacenamiento 		0	0
	Distancia	20m	24m	4m
	Tiempo	432'	319'	113'

Fuente: Elaboración propia

La tabla 30 Cuadro comparativo de procesos rediseñados de actividades en cocina, nos muestra que hay cuatro nuevas actividades de transporte, dos actividades de espera y una de inspección que como parte de la reingeniería se deberían implementar, de acuerdo a lo que se puede analizar del mismo es que consideramos necesarios en el desarrollo y correcto crecimiento del restaurante. De igual manera, estas actividades forman parte del nuevo diagrama de procesos propuestos como parte del plan estratégico en la mejora de los procesos. Tal como se muestra en el cuadro se logra reducir la distancia y tiempos del proceso, obteniendo 4m menos de distancia y 113 minutos de diferencia que optimizan la productividad del personal.

Tabla 31

Cuadro comparativo de procesos rediseñados de actividades de salón

DIAGRAMA DE ANÁLISIS DE PROCESOS (DAP)	CUADRO COMPARATIVO DE ACTIVIDADES EN SALÓN			
PROCESO: ACTIVIDADES DE ACTIVIDADES EN SALÓN	ACTIVIDAD	ACTUAL	REDISEÑO	DIFERENCIA
Actividad: PROCESO DE ACTIVIDADES EN SALÓN Método: DAP PROPUESTO Lugar: RESTAURANTE Elaborado por: Juan Ramos Piminchumo / Diana Ramírez Herrera Fecha: 03/07/2022	Operación	 20	16	4
	Transporte	 2	2	0
	Espera	 0	0	0
	Inspección	 4	5	1
	Almacenamiento	 0	0	0
	Distancia	22m	32m	10
	Tiempo	268'	187'	81'

Fuente: Elaboración propia

La tabla 31, cuadro comparativo de procesos rediseñados de actividades en salón, podemos observar que hay cuatro actividades de operación que se han eliminado, una actividad de inspección que se ha agregado como parte de la reingeniería se deberían implementar, de acuerdo a lo que se puede analizar del mismo es que consideramos necesarios implementarse en el desarrollo y correcto crecimiento del restaurante. De igual manera, estas actividades forman parte del nuevo diagrama de procesos propuestos para las actividades de salón como parte del plan estratégico en la mejora de los procesos. Tal como se muestra en el cuadro se logra reducir la distancia y tiempos del proceso, obteniendo 10m menos de distancia y 81' minutos de diferencia que optimizan la productividad del personal, generando un beneficio para el restaurante.

c. Cuadro comparativo de procesos rediseñados de actividades de atención al cliente

Tabla 32

Cuadro comparativo de procesos rediseñados de atención al cliente

DIAGRAMA DE ANÁLISIS DE PROCESOS (DAP)	CUADRO COMPARATIVO DE ATENCIÓN AL CLIENTE				
PROCESO: ACTIVIDADES DE ATENCIÓN AL CLIENTE	ACTIVIDAD		ACTUAL	REDISEÑO	DIFERENCIA
Actividad: PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Método: DAP PROPUESTO Lugar: RESTAURANTE Elaborado por: Juan Ramos Piminchumo / Diana Ramírez Herrera Fecha: 03/07/2022	Operación	●	20	13	7
	Transporte	➔	2	3	1
	Espera	●		0	0
	Inspección	■	4	1	3
	Almacenamiento	▼		0	0
	Distancia		36m	34m	2
	Tiempo		106'	68'	38'

Fuente: Elaboración propia

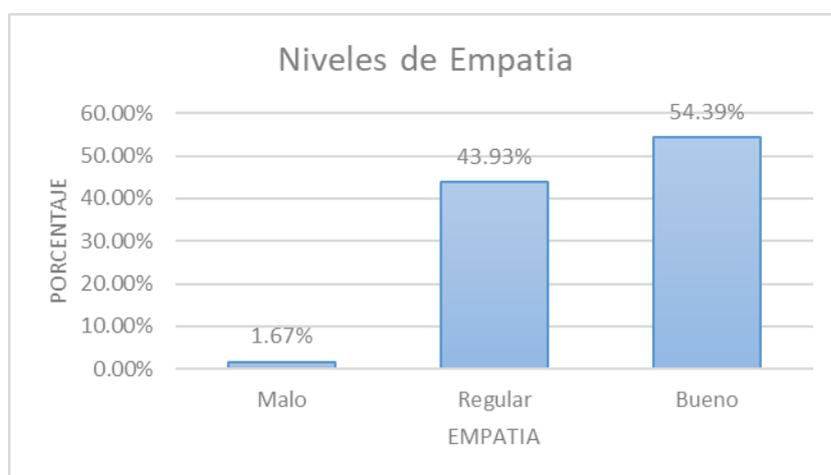
La tabla 32 Cuadro comparativo de procesos rediseñados de actividades en salón, podemos observar que hay siete actividades de operación que se han eliminado, una actividad de transporte que se ha agregado y tres actividades de inspección que se ha eliminado como parte de la reingeniería, de acuerdo a lo que se puede analizar del mismo es que consideramos necesarios implementarse en el desarrollo y correcto crecimiento del restaurante.

Así mismo, estas actividades forman parte de la propuesta del nuevo diagrama para las actividades de atención al cliente como parte del plan estratégico en la mejora de los procesos. Como observamos en el cuadro se logra reducir la distancia y tiempos del proceso, obteniendo 2m menos de distancia y 38' minutos de diferencia que optimizan la productividad del personal, generando un beneficio para el restaurante.

3.2.4 Situación de la variable dependiente con la propuesta

De acuerdo al punto anterior se ha calculado una reducción de tiempos en promedio del 30% en los tres procesos propuestos a implementar, esto significa que podemos obtener hasta un 30% más de producción en cocina y actividades de salón y la atención al cliente mejoraría en igual porcentaje, consideraremos entonces que la variable dependiente que es “Mejorar la Satisfacción del Cliente”, se mejoró en un 20%, con la propuesta la situación de la variable dependiente sería la siguiente:

Figura 51. Nivel de la Dimensión Empatía



Fuente: Elaboración Propia

Niveles de empatía: Al observar la figura 44, se aprecia que con la implementación de la propuesta este nivel regular con un 44.35% un nivel de empatía bueno con un 54.39%, ante ello podemos decir que la propuesta ha mejorado la dimensión empatía tiene solo un 44.35% de aceptación, presentando aquí problemáticas.

Tabla 33

Nivel de Comunicación

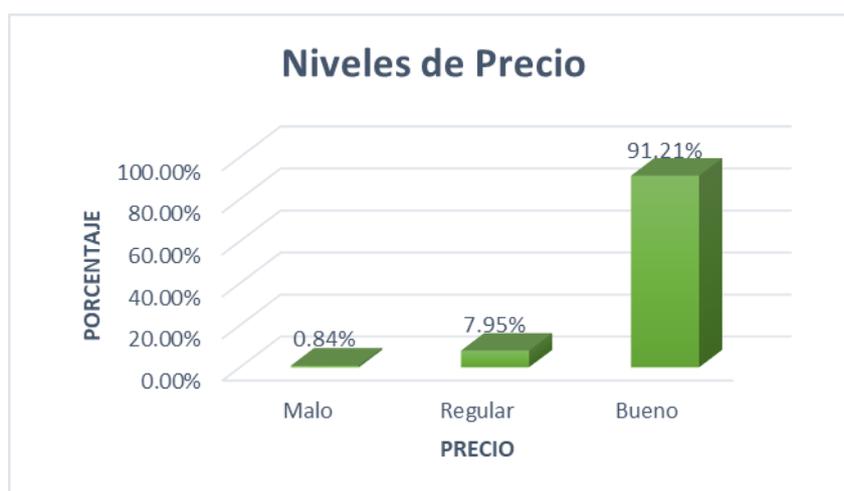
Nivel	Frecuencia	Porcentaje	%Acumulado
Malo	5	2.09%	2.09%
Regular	40	16.74%	18.83%

Bueno	194	81.17%	100.00%
Total	239	100.00%	

Fuente: Elaboración Propia

Niveles de comunicación: Al observar la tabla 33, se aprecia que antes de implementar la propuesta el nivel bueno se encontraba en un 59.83%, después de la propuesta este llegaría a un 81.17%, presentando una mejora significativa.

Figura 52. Nivel Dimensión Precio



Fuente: Elaboración Propia

Niveles del precio: Al observar la figura 46, se aprecia que con la propuesta el nivel de la dimensión precio logra alcanzar un 91.21%, lo cual demuestra que la implementación mejora significativamente la propuesta.

Tabla 34

Nivel Dimensión Transparencia

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	%Acumulado
Malo	5	2.09%	2.09%
Regular	23	9.62%	11.72%
Bueno	211	88.28%	100.00%
Total	239	100.00%	

Fuente: Elaboración Propia

Niveles de transparencia: De la tabla 34 podemos apreciar que anteriormente el nivel bueno de la dimensión de transparencia se encontraba en un 64.44%,

después de implementada la propuesta este porcentaje, se incrementa llegando al 88.28%.

Figura 53. Nivel Dimensión Expectativas



Fuente: Elaboración Propia

Niveles de expectativas: De la figura podemos apreciar que habiendo implementado la propuesta el nivel bueno ha pasado de 70.71% a un 93.72%, ante ello podemos establecer que la propuesta ha mejorado significativamente la variable dependiente.

3.2.5 Análisis beneficio/costo de la propuesta

a. Costo Propuesta 01 - Implementación de la organización del restaurante

Tabla 35

Costos de la Propuesta Implementación de la Organización del restaurante

Nro	Descripción	Costo
1	Impresiones	20.00
2	Fotocopias	15.00
3	Periódico Mural	120.00
4	Folletos	24.00
5	Uniformes	350.00
6	Guantes	30.00
7	Mascarillas	30.00

Total	S/ 589.00
--------------	------------------

Fuente: Elaboración Propia

b. Costos Propuesta 02 – Implementación de mapa de procesos

Tabla 36

Costos de la Propuesta Implementación de Mapa de Procesos

Nro.	Descripción	Costo
1	Impresiones	20.00
2	Fotocopias	15.00
Total		S/ 35.00

Fuente: Elaboración Propia

c. Costos Propuesta 03 - Mejora de la infraestructura

Tabla 37

Costos de la Propuesta mejoramiento de infraestructura

Nro.	Detalle	Precio Total (S/)
1	Materiales	S/ 3,753.40
2	Mano de Obra	S/ 740.00
Total		S/ 4,493.40

Fuente: Elaboración Propia

d. Costos de la Propuesta 04 – Implementación de nuevos procesos de trabajo

Tabla 38

Costos de la Propuesta implementación de nuevos procesos

Nro	Descripción	Costo
1	Impresiones	35.00
2	Contratación de personal	55,200.00
Total		S/ 55,235.00

Fuente: Elaboración Propia

e. Costos de funcionamiento del Restaurante

Tabla 39**Gastos de Operaciones del Restaurante Anual**

N°	Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
1	Insumos	S/ 49,225.00	S/ 590,700.00
2	Luz y Agua	S/ 1,800.00	S/ 21,600.00
3	Cable	S/ 120.00	S/ 1,440.00
4	Personal	S/ 11,500.00	S/ 138,000.00
5	Gastos varios	S/ 2,800.00	S/ 33,600.00
Total		S/ 65,445.00	S/ 785,340.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 40**Cuadro resumen de costos Anual**

Nro	Descripción	Costo
1	Propuesta 01	589.00
	Propuesta 02	35.00
	Propuesta 03	4,493.40
	Propuesta 04	55,235.00
	Gastos de Operaciones	785,340.00
Total		S/ 845,692.40

De acuerdo al punto 3.2.4, se ha obtenido que las dimensiones de la satisfacción mejoro en un 20% después de implementar la propuesta obteniéndose resultados positivos, en base a ello se realizó la proyección de ventas la cual se incrementaría en un máximo este porcentaje:

Tabla 41**Proyección de Ventas del restaurante**

N°	Años	Ventas
1	2016	86400
2	2017	87300
3	2018	88450
4	2019	87900
5	2020	88098
6	2021	88789
7	2022	90345

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla 41, podemos observar que la proyección de ventas tiene un significativo aumento, de igual manera este porcentaje se confirma en base a lo expresado por el personal de primer nivel del restaurante.

Tabla 42

Proyección de demanda

Años	Demanda	Ingreso Anual
0	97,200.00	1,037,520.00
1	116,640.00	1,245,024.00
2	139,968.00	1,494,028.80
3	167,961.60	1,792,834.56
4	201,553.92	2,151,401.47
Total	S/ 723,323.52	S/ 7,720,808.83

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla 42, podemos observar que después de la implementación se obtendrá en el primer año un 20% de ventas adicionales, gracias a la reducción de tiempos y mejor organización del restaurante, incrementándose proporcionalmente en los años siguientes.

f. Evaluación Costo/ Beneficios de la Propuesta:

Tabla 43

Relación Costo Beneficio

	0	1	2	3	4
Ingresos	1,037,520.00	1,245,024.00	1,494,028.80	1,792,834.56	2,151,401.47
Costos	S/ 845,692.40	S/ 840,575.00	S/ 840,575.00	S/ 840,575.00	S/ 840,575.00

Habiendo realizado el Cálculo la Relación C/B es de 1.23, por lo cual la propuesta se acepta por ser de beneficio para el restaurante.

Adicionalmente, se verifica que el beneficio es mayor al costo, dado que con la implementación de nuevos procesos y el rediseño de los mismos, desarrollados en el punto 3.2.3.6 se muestra que se ha reducido los tiempos en un 30%, logrando mejorar la producción de las áreas hasta en un 30%, lo cual significa que de 270 clientes atendidos al día se pasa a atender 350 clientes, esto incide en las ventas e ingresos para el restaurante.

3.3 Discusión de resultados

De acuerdo al objetivo principal de la investigación el cual se basa en Proponer un diseño de aplicación de reingeniería en restaurantes de comida criolla para mejorar la satisfacción del cliente, logramos obtener como resultado que con la implementación de la propuesta de reingeniería se elevó la satisfacción al cliente en un 20% en base a las dimensiones definidas para esta variable, comparados con la investigación de Espinoza, Pereyra y Ulibarri (2016) en un artículo: sobre las “Expectativas y percepciones de clientes en restaurante de la ciudad de Mérida - Yucatán” publicado en Reacción revista Ciencia y Tecnología Universitaria; quienes aplican para la calidad del servicio una herramienta al interior de la empresa en nuestro caso es la reingeniería, esta brinda un valor agregado en el desarrollo del negocio. A través de ella se va a obtener la calidad de servicio que se percibe el cliente y las expectativas en dimensiones: confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad, como también en los elementos tangible, con estos resultados se afirma que al aplicar una herramienta en nuestra investigación la reingeniería de procesos brinda resultados favorables en la mejorar de la satisfacción del cliente, concluyendo que la propuesta es viable.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Se propuso un diseño de aplicación de reingeniería en restaurantes de comida criolla donde aplicando rediseño de procesos se ha podido mejorar la satisfacción del cliente.

Se logró diagnosticar la situación actual del restaurante de comida criolla utilizando herramientas como análisis foda, diagrama de Pareto y diagrama causa y efecto - Ishikawa y la satisfacción de sus clientes se determinó mediante la

medición de cinco dimensiones como empatía, precio, comunicación, transparencia y expectativas.

Se pudo determinar y analizar los procesos más críticos que afectan la satisfacción del servicio al cliente, se trabajó en el rediseño de dichos procesos y se implementaron nuevos procesos que complementan a la mejora de sus actividades.

Se aplicó herramientas de reingeniería para diseñar la propuesta de mejora.

Se evaluó la satisfacción del cliente antes y después de la propuesta, en lo que hemos podido observar que las dimensiones como comunicación y empatía que tenían una calificación como buena ahora se ha pasado a tener una calificación como excelente.

Hemos evaluado el beneficio costo de la propuesta y podemos decir que nuestro proyecto es viable y aceptable para el restaurante.

4.2 Recomendaciones

Se sugiere evaluar el presente informe para que la propuesta que se presenta pueda ser aplicada en un restaurante con problemáticas similares, y se elabore un plan de capacitación e implementación de reingeniería, a todas las áreas de trabajo, incluyéndose procesos establecidos que permitirán cumplir con los objetivos.

Se sugiere la implementación de un sistema de control de caja, así como la capacitación del responsable que se hará cargo de esta área y del uso del sistema.

Se sugiere la implementación de los documentos internos, que incluya la estructura organizacional, descripción a detalle de las funciones de los puestos del restaurante, perfil de cada puesto; y demás información importante sobre los procesos y responsabilidades que se deben cumplir.

REFERENCIAS

- Alarcón, R. (1998). La investigación psicológica en América Latina: Un enfoque histórico. *Revista de Psicología (UNMSM)*, 2, 7-47
- Barbosa Chacón, J., Barbosa Herrera, J. & Rodríguez Villabona, M. (2013). Revisión y análisis documental para estado del arte: una propuesta meteorológica desde el contexto de la sistematización de experiencias educativas. *Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información*, 27(61), 90
- Cabana, S. R., Gálvez, P. A. y Muñoz, C. I. (2015) Variables Críticas en las Ventajas Competitivas de Restaurantes Gourmet, La Serena, Chile, *Cuadernos de Administración Universidad del Valle*, 31(54), 57-67
- Cadena-Badilla, J.; Vega-Robles, A.; Real, I.; Vásquez, J. (2016). Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México, *Redalyc*, 5(17),41-60. Recuperado desde: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215049679004>
- Calvante, M., Santos V., De Oliveira, L. y Oliveira A. (2019) Análisis de la influencia del ambiente sobre la satisfacción de los clientes del Restaurante Reteteu (Recife – Brasil), *Scielo*, 28(3), Recuperado desde http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322019000300009&lang=pt
- Carpio, A., Hanco, M., Cutipa, A. y Flores, E. (2019) Estrategias del marketing viral y el posicionamiento de marca en los restaurantes turísticos de la Región de Puno, *Scielo*, 10(01), 70-80. Recuperado desde: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682019000100006&script=sci_abstract
- Castañeda, Y. y Echevarría, J. (2017), Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente en el restaurante “el cantaro” Lambayeque 2017, *Horizonte Empresarial*, 5(2), Recuperado desde: <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/963>

- Du, Y. e Tang, Y. (2014) A Literature Review on the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty, *Business and Management Research*, 3(3), 27-33
- Espinoza,L., Pereyra,A., Ulibarri, H. (2016), Expectativas y percepciones de los clientes de un restaurante en la ciudad de Mérida, Yucatán, *Reaxion*, 3(2), Recuperado desde: http://reaxion.utleon.edu.mx/Art_Expectativas_y_percepciones_de_los_clientes_de_un_restaurante_en_la_ciudad_de_Merida_Yucatan.html
- Flanagan J. The critical incident technique. *Psychol Bull* 1954; 15(4): 327-58.
- Fuentes Gómez, L., González Álvarez, R., Parrado Hernández, C. A., & Gálvez Pereira, K. Y. (2020), Evaluación de la calidad percibida de servicios en restaurante a la carta. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 179-191
- Gamboa, J., Navarro, C., Gamarra, J., Caja, K., De la cruz, Y.,(2018), Influencia De La Realidad Aumentada Para La Gestión De Pedidos En Restaurantes, *Journal* 06(1): 62-87. Recuperado desde: <https://journal.ceprosimad.com/index.php/ceprosimad/article/view/91>
- González, R. (2013). *Procedimiento para la evaluación de la calidad percibida de los servicios bancarios. Caso de estudios; Sucursal 4822 del BPA en Cienfuegos*. (Tesis de Maestría). Universidad de Cienfuegos
- Hammer, M. y Champy, J. (1993). *Reingeniería*. Bogotá: Norma.
- Hammer, M. y Champy, J. (1993). *Reingeniería*. Bogotá: Norma.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta. ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Hokanson, S. (1995), The Deeper You Analyse, The More You Satisfy Customers, *Marketing News*, p. 16
- Howard, J and Sheth, J. (1969). The Theory of Buyer Behavior. *New York U.S.A.:John Willey & Sons*
- Hoyer, W.D. y MacInnis, D.J. (2001): *Consumer behavior*, Houghton Mifflin, Boston.

- Kotler, P. y Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico, DF Pearson Educación, S.A., p.132
- Lefcovich, M. (2009). *Sistema de mejora continua integral*. Córdoba, España: El Cid Editor.
- Lee, Y.L. y Hing, N. (1995) *Measuring Quality in Restaurant Operations: an Application of the Servqual Instrument*, *Int. J. Hospitality Management*, 14 (3/4), 293-310
- López, C. y Serrano, A. (2001) Dimensiones y Medición de la Calidad de Servicio en Empresas Hoteleras, *Revista Colombiana de Marketing*, 2(3), 1-13
- McCollin, Ch., Ograjenšek, I., Göb, R. y Ahlemeyer-Stubbed, A. (2011) SERVQUAL and the Process Improvement Challenge, *Quality and Reliability Engineering International*, 27, 705 - 718
- Monroy, M. y Urcádiz F. (2019) Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México, *Dialnet*, 48(2) 1-21. Recuperado desde <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7986077>
- Monterroso, E. (2002). *¿Por qué se administra la empresa en forma vertical cuando los procesos productivos fluyen en forma horizontal? Reingeniería: Un enfoque de todo o nada*. (Tesis de Maestría) Universidad Nacional de Luján, Disponible en: <http://www.unlu.edu.ar/~ope20156/pdf/reingenieria.pdf>
- Morris, D., y Brandon J. (1994). *Reingeniería*. Santa Fe de Bogotá. Colombia: Mc Graw Hill.
- Noreña, A., Alcaraz, N., & Rojas, J. &. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Redalyc*, 12(3), 263-274.
- Parasuraman, A.; Zeithalm, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.

- Parasuraman, A.; Zeithalm, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Peppard, Joe y Rowland Phillip (1998). *La esencia de la reingeniería en los procesos de negocios*. Prentice Hall Hispanoamérica S.A. México.
- Perez, E., Villalobos, A. (2016), *Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa chifa polleria Mi Triunfo Chiclayo*. (Tesis de Maestría) *Alicia*, 3(2), Recuperado desde: https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/SSSU_36498e2842a1afe62d27d04d777bafa4/Description#tabnav
- Pintelon I, Gelders lf. (1992). *Maintenance Management Decision Making*. *Eur. J. Oper. Res.* 58:301-317.
- Raymond, L.;Manganalli & Klein, M (1994) *Cómo hacer reingeniería*. Bogotá: Norma.
- RONAN, W. W. y LATHAM, G. P. (1974): "The Reliability and Validity of the Critical Incident Technique: A Closer Look". *Studies in Personnel Psychology*, 6(1), Spring, pp. 53-64
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). Research methods for business students. *Essex: Pearson Education Ltd*.
- Swan y Combs, (1976), Maddox, (1981), Bitner, Booms y Tetreault, (1990), y Silvestro y Johnston, (1990), *Investigaciones Europeas*, 4,(1), 1998, pp.53-80.
- Silva, R., Julca, F., Lujan, P., Trelles, L. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente empresas turísticas de Canchaque-Perú, *Dialnet*, 27(3), 193-203, Recuperado desde: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766>
- Tan, W., Fan, Y. y MengChu, Z. (2009) A Petri Net-Based Method for Compatibility Analysis and Composition of Web Services in Business Process Execution Language, *IEEE Transactions on Automation Science and Engineering*, 6, 2

- Vara, A. (2012). *Desde La Idea hasta la sustentación: siete pasos para una tesis exitosa. un método efectivo para las ciencias empresariales*. (Tesis de Doctorado) Disponible en el Repositorio de la Universidad del Pacifico
- Vasquez, C. (2019), *Calidad De los Servicios y cómo influye con la Satisfacción De Clientes para Los Restaurantes que venden comida Rápida entre los años 2008 – 2017*, (Tesis Bachiler Ingeniería) Repositorio UPN, Recuperado desde: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21569/Vasquez%20Garc%c3%ada%20Cynthia%20Alexandra%20-%20parcial.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Vera, J., Trujillo, A. (2017). Escala mexicana de calidad en el servicio en restaurantes. *Redalyc*, 27(63), 43-60, Recuperado desde: <https://www.redalyc.org/journal/818/81849067004/html/>
- Yu-qiang, S. y Jun-Jia, W. (2011) Evaluation of Service Quality of Restaurant Enterprise Based on ServQual, *International Conference on Management and Service Science*, 12 (14), 1 - 3

ANEXOS

Anexo 01: Aprobación de Tema de Tesis



FACULTAD DE INGENIERÍA, ARQUITECTURA Y URBANISMO RESOLUCIÓN N° 0427-2022/FIAU-USS

Pimentel, 20 de junio de 2022

VISTOS:

El Acta de reunión N° 006 – 2022 - I del Comité de investigación de la Escuela profesional de INGENIERÍA INDUSTRIAL remitida mediante oficio N° 0055-2022/FIAU-II-USS de fecha 17 de junio de 2022, y;

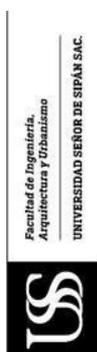
CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 48° que a letra dice: "La investigación constituye una función esencial y obligatoria de la universidad, que la fomenta y realiza, respondiendo a través de la producción de conocimiento y desarrollo de tecnologías a las necesidades de la sociedad, con especial énfasis en la realidad nacional. Los docentes, estudiantes y graduados participan en la actividad investigadora en su propia institución o en redes de investigación nacional o internacional, creadas por las instituciones universitarias públicas o privadas.";

Que, de conformidad con el Reglamento de grados y títulos en su artículo 21° señala: "Los temas de trabajo de investigación, trabajo académico y *tesis* son aprobados por el Comité de Investigación y derivados a la facultad o Escuela de Posgrado, según corresponda, para la emisión de la resolución respectiva. El periodo de vigencia de los mismos será de dos años, a partir de su aprobación. En caso un tema perdiera vigencia, el Comité de Investigación evaluará la ampliación de la misma.

Que, de conformidad con el Reglamento de grados y títulos en su artículo 24° señala: La tesis es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito de la escuela profesional. Para el grado de doctor se requiere una tesis de máxima rigurosidad académica y de carácter original. Es individual para la obtención de un grado; es individual o en pares para obtener un título profesional. Asimismo, en su artículo 25° señala: "El tema debe responder a alguna de las líneas de investigación institucionales de la USS S.A.C."

Que, según documentos de vistos el Comité de investigación de la Escuela profesional de INGENIERÍA INDUSTRIAL acuerda aprobar el(los) tema(s) de Tesis, así como aprobar la designación de asesor a cargo de los estudiantes o egresados que se detallan en el anexo de la presente Resolución.



Estando a lo expuesto, y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO 1°: APROBAR, el tema de las Tesis perteneciente a la línea de investigación de INFRAESTRUCTURA, TECNOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE, a cargo de los egresados del Programa de estudios de **INGENIERÍA INDUSTRIAL** según se detalla en el anexo de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2°: APROBAR, la designación de Asesor especialista en el extremo del tema de la tesis quedando tal como se detalla en el anexo de la presente Resolución.

ARTÍCULO 3°: DEJAR SIN EFECTO, toda Resolución emitida por la Facultad que se oponga a la presente Resolución.



Mg. Victor Alextri Torres Montoya
Decano (a) / Facultad De Ingeniería,
Arquitectura Y Urbanismo
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN SAC.



DR. HALYN ALVAREZ VÁSQUEZ
SECRETARIO ACADÉMICO | FACULTAD
DE INGENIERÍA, ARQUITECTURA Y URBANISMO
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN SAC.
CHICLAYO

Anexo 02: Resolución de Asesor de Tesis



FACULTAD DE INGENIERÍA, ARQUITECTURA Y URBANISMO

RESOLUCIÓN N° 0427-2022/FIAU-USS

Pimentel, 20 de junio de 2022

11	ESTUDIO DEL TRABAJO EN LA EMPRESA "PROSEGD E.I.R.L" PARA INCREMENTAR SU PRODUCTIVIDAD.	DIAZ NUÑEZ BRAYHAN IVAN CORONADO CHAVEZ MICHEL ANGELO	Dr. Vásquez Coronado Manuel Humberto
12	PLANEAMIENTO Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN PARA REDUCIR COSTOS EN UNA PANIFICADORA	GARCIA ZAPATA ALAN VALLEJOS ADRIANZEN JORGE EDUARDO	Dr. Vásquez Coronado Manuel Humberto
13	SISTEMA DE GESTIÓN DE INVENTARIO PARA MEJORAR EL CONTROL DE STOCK EN LA EMPRESA DE CALZADO 4SIS, 2021	JIBAJA LEJABO ANADELY SUAREZ ROGGERO ANYELA	Dr. Vásquez Coronado Manuel Humberto
14	MEJORA DE LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL EN UNA EMPRESA RETAIL MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA BALANCED SCORECARD	LOPEZ PISCOYA JUNIOR GARCIA NEIRA SANDRA HITAMAR	Dr. Vásquez Coronado Manuel Humberto
15	APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA SIX SIGMA PARA REDUCIR DESPERDICIOS EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE UNA FÁBRICA DE FIDEOS	NUÑEZ MOROCHO JUAN ANTONIO PACHECO TORRES LIZ KATHERINE	MSc. Purihuamán Leonardo Celso Nazario.
16	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD EN EMPRESAS DE PRODUCCIÓN DE LADRILLOS DE CONCRETO	POEMAPE GRAU YAMIR EDGARDO DELGADO QUINTANA WILLAM PERCY	: Dr. Vásquez Coronado Manuel Humberto
17	APLICACIÓN DE REINGENIERÍA EN RESTAURANTES DE COMIDA CRIOLLA PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	RAMIREZ HERRERA DIANA YAQUELINE RAMOS PIMINCHUMO JUAN AUGUSTO	MSc. Purihuamán Leonardo Celso Nazario
18	MODELO DE GESTIÓN DE INVENTARIO PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS EN EL ÁREA DE ALMACÉN DE LA EMPRESA CALZADOS MARIBEL	RAYMUNDO CARRANZA MIRELLA DALESKA NICOLLE ZEVALLOS AGUILAR SHARON PIERINA	Dr. Vásquez Coronado Manuel Humberto
19	GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE MANUFACTURA ESBELTA PARA AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA CACAO EL REY INDUSTRIAS S.A.C	SALAS FLORES FRANK RICHARD	MSc. Purihuamán Leonardo Celso Nazario

20	GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS PARA AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA LA VAQUITA MUU S.A.C.	VASQUEZ ROJAS CESAR HERMINIO	Mg. Larrea Colchado Luis Roberto
21	MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE MEDIANTE LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS EN UNA EMPRESA PRODUCTORA DE MUEBLES.	VELASQUEZ GAMARRA ROYMER JHON CHAVEZ PONCIANO PEDRO EMILIO	Mg. Larrea Colchado Luis Roberto

Anexo 03: Ficha de Opinión de Expertos

UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN

Universidad Señor de Sipán

Escuela Profesional de Ingeniería Industrial

FICHA DE OPINIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Alvarado Sánchez Lilia Nicole
 Grado Académico: Licenciada en Administración
 Cargo e Institución: Asistente administrativa / Maquinera y Equipos Mundo
 Nombre del instrumento a validar: Cuestionario
 Autor del instrumento: Diana Yaqueline Ramirez Herrera, Juan Augusto Ramos
 Título del Proyecto de Tesis: Aplicación de reingeniería en restaurantes de comida criolla para mejorar la satisfacción al cliente

Deficiente: 1 Regular: 2 Bueno: 3 Muy bueno: 4

Indicadores	Criterios	Puntuación			
Claridad	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado y comprensible				
Organización	Existe una organización lógica en la redacción de los ítems				
Suficiencia	Los ítems son suficientes para medir los indicadores de las variables				
Validez	El instrumento es capaz de medir lo que se requiere				
Viabilidad	Es viable su aplicación				
Puntaje parcial					
Puntaje total					

Valoración

5 a 11: No válido (rechazar)

12 a 14: No válido (reformular)

15 a 17: Válido (mejorar)

18 a 20: Válido (aplicar)

Observaciones

Fecha: 21/04/22

Firma: Nicole Alvarado

No. Colegiatura: 26888

Anexo 04: Modelo de encuesta de satisfacción al cliente

1. Formatos de instrumentos de recolección de datos.

Estimado participante, los alumnos del Curso Investigación I de la Universidad Señor de Sipán están haciendo un proyecto de investigación sobre como los clientes de restaurantes y población en general percibe los servicios ofrecidos por estas empresas. Las preguntas NO tienen respuestas correctas o incorrectas. Sólo queremos conocer tu opinión sobre toda una serie de situaciones que puedas haber vivido en un restaurante de comida criolla y tu satisfacción respectiva.

TUS RESPUESTAS SERAN CONFIDENCIALES. No serán publicadas por ningún medio de comunicación masiva, redes sociales u otros.

Por favor, lee con atención las instrucciones para las diferentes preguntas y sé TAN HONESTO COMO PUEDAS en expresar lo que piensas.

Muchas gracias por tu colaboración.

La presente encuesta, tiene como objetivo tener un conocimiento del nivel de satisfacción de los clientes. La misma que será usada con fines académicos. Ayúdanos a mejorar, solo te llevará 1 minuto responder y marcar con una X.

1. Género: Femenino Masculino
2. Edad:
18-25 26-30 31-35 36-40 +40
3. Evalué las siguientes preguntas, de acuerdo a las siguientes indicaciones:
Totalmente satisfecho (5), Satisfecho (4), medianamente satisfecho (3), poco satisfecho (2) e insatisfecho (1)

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
Dimensión: Empatía						
01	El personal que lo atendió fue respetuoso y amable.					
02	El tiempo que fue atendido se encontró dentro de lo esperado por su persona.					
03	Recomendaría este restaurante según su grado de satisfacción.					
Dimensión: Comunicación						
04	El mesero le atendió fue claro al momento de dar las indicaciones y paciente al momento de tomar la orden					
05	La carta del restaurant brinda variedad e información detallada de los de platos.					
Dimensión: Precio						
06	El precio de cada los platos y bebidas van acorde con lo indicado en la carta y lo ofrecido en los platos y bebidas.					
07	Considera que ha pagado un precio justo por el servicio brindado.					
Dimensión: Transparencia						
08	Los platos y bebidas han cumplido con los ingredientes y características especificados en el Menú					
09	Los espacios del restaurante en general estuvieron limpios.					
10	Los baños se encontraban limpios.					
Dimensión: Expectativas						
11	La presentación del plato típico ha cumplido con las expectativas esperadas.					
12	Los alimentos que se le ofreció han sido de su agrado.					
13	Las bebidas tuvieron una presentación que cumplieron con sus expectativas.					
14	El servicio que brinda en general el restaurante ha sido satisfactorio					

Universidad Señor de Sipán

Escuela Profesional de Ingeniería Industrial

FICHA DE OPINIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: MAYO LUZON ELKY MAMYRE
 Grado Académico: BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
 Cargo e Institución: GERENTE GENERAL / RESTAURANTE DON MATEO
 Nombre del instrumento a validar: CUESTIONARIO
 Autor del instrumento: DEANA LA QUELME RAMIREZ HERRERA / JUAN RAMOS
 Título del Proyecto de Tesis: APLICACIÓN DE REINVENTADO EN RESTAURANTE ANTES DE COMIDA CRUJIDA PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE

Deficiente: 1 Regular: 2 Bueno: 3 Muy bueno: 4

Indicadores	Criterios	Puntuación			
		1	2	3	4
Claridad	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado y comprensible				X
Organización	Existe una organización lógica en la redacción de los ítems			X	X
Suficiencia	Los ítems son suficientes para medir los indicadores de las variables			X	X
Validez	El instrumento es capaz de medir lo que se requiere				X
Viabilidad	Es viable su aplicación				X
Puntaje parcial				3	16
Puntaje total					19

Valoración

- 5 a 11: No válido (rechazar)
- 12 a 14: No válido (reformular)
- 15 a 17: Válido (mejorar)
- 18 a 20: Válido (aplicar)

Observaciones

.....

Fecha: 17/07/2022

Firma: [Firma manuscrita]

No. Colegiatura:

Anexo 05: Modelo de encuesta de satisfacción al cliente

1. Formatos de instrumentos de recolección de datos.

Estimado participante, los alumnos del Curso Investigación I de la Universidad Señor de Sipán están haciendo un proyecto de investigación sobre como los clientes de restaurantes y población en general percibe los servicios ofrecidos por estas empresas. Las preguntas NO tienen respuestas correctas o incorrectas. Sólo queremos conocer tu opinión sobre toda una serie de situaciones que puedas haber vivido en un restaurante de comida criolla y tu satisfacción respectiva.

TUS RESPUESTAS SERAN CONFIDENCIALES. No serán publicadas por ningún medio de comunicación masiva, redes sociales u otros.

Por favor, lee con atención las instrucciones para las diferentes preguntas y sé TAN HONESTO COMO PUEDas en expresar lo que piensas.

Muchas gracias por tu colaboración.

La presente encuesta, tiene como objetivo tener un conocimiento del nivel de satisfacción de los clientes. La misma que será usada con fines académicos. Ayúdanos a mejorar, solo te llevará 1 minuto responder y marcar con una X.

1. Género: Femenino Masculino
2. Edad: 18-25 26-30 31-35 36-40 +40
3. Evalué las siguientes preguntas, de acuerdo a las siguientes indicaciones: Totalmente satisfecho (5), Satisfecho (4), medianamente satisfecho (3), poco satisfecho (2) e insatisfecho (1)

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
Dimensión: Empatía						
01	El personal que lo atendió fue respetuoso y amable.					
02	El tiempo que fue atendido se encontró dentro de lo esperado por su persona.					

03	Recomendaría este restaurante según su grado de satisfacción.					
Dimensión: Comunicación						
04	El mesero le atendió fue claro al momento de dar las indicaciones y paciente al momento de tomar la orden					
05	La carta del restaurant brinda variedad e información detallada de los de platos.					
Dimensión: Precio						
06	El precio de cada los platos y bebidas van acorde con lo indicado en la carta y lo ofrecido en los platos y bebidas.					
07	Considera que ha pagado un precio justo por el servicio brindado.					
Dimensión: Transparencia						
08	Los platos y bebidas han cumplido con los ingredientes y características especificados en el Menú					
09	Los espacios del restaurante en general estuvieron limpios.					
10	Los baños se encontraban limpios.					
Dimensión: Expectativas						
11	La presentación del plato típico ha cumplido con las expectativas esperadas.					
12	Los alimentos que se le ofreció han sido de su agrado.					
13	Las bebidas tuvieron una presentación que cumplieron con sus expectativas.					
14	El servicio que brinda en general el restaurante ha sido satisfactorio					

Anexo 06: Cuestionario para Entrevista a Gerente o Encargado N° 01

Objetivo: Nos permitirá obtener información que se necesita para conocer el sistema y procesos que actualmente utiliza el

1. ¿Cuál es su nombre y cargo dentro del restaurante?
2. ¿Cuánto tiempo tiene trabajando?
3. ¿Qué tiempo tiene dedicado a este rubro?
4. ¿Cuál es el plato estrella del lugar?
5. Según su historia tienen muchos años dentro del mercado de comida ¿Cómo hacen para permanecer tantos años dentro del negocio?
6. ¿Cómo se encuentra organizada la empresa?
7. ¿La misión y visión de la empresa están bien definidas?
8. ¿Quién define las funciones de los colaboradores?
9. ¿Se trabaja de acuerdo a procesos establecidos?
10. ¿Los colaboradores conocen los procesos?
11. ¿Cuál es el proceso para atender a un cliente?
12. ¿Cuál es el mayor problema que se presenta en la atención con los clientes?
¿Cómo lo solucionan?
13. Los equipos que se utilizan en la cocina ¿Se les hace mantenimiento, con qué frecuencia?
14. ¿Considera que es importante trabajar en base a procesos ya establecidos?

Anexo N° 07: POLÍTICA DE SEGURIDAD Y SALUD

	SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	VERSIÓN:
		01
		FECHA:
		22/04/2022

El restaurante se dedica a la venta de comida criolla. Tiene como prioridad a sus colaboradores; por tal motivo, su primacía está basada en mantener óptimas condiciones de seguridad y salud en el trabajo; además de mantener al personal comprometido y motivado frente a la prevención de los riesgos laborales.

Como empresa se compromete a lo siguiente:

- Mantener medidas de Protección a la integridad física de sus colaboradores y terceros, previniendo las lesiones, enfermedades, dolencias y accidentes que estén relacionados con las labores y/o el trabajo.
- Estricto cumplimiento de la legislación peruana vigente así como de los estándares internacionales de seguridad y salud ocupacional.
- Promover la participación y consulta de sus colaboradores en las medidas y acciones que se deben ejecutar para cumplir con la seguridad y salud ocupacional.
- Promoción de la mejora continua del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. Este Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo se deberá integrar a otros sistemas de gestión que se apliquen a la empresa.

GERENCIA GENERAL

Anexo N° 08: REGLAMENTO INTERNO DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

	SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	VERSIÓN:
		01
		FECHA:
		22/04/2022

I. OBJETIVOS:

El presente reglamento tiene como objetivos los siguientes:

- Instituir, fomentar difundir y lograr la sostenibilidad de la Política de Seguridad y Salud en el Trabajo de la en empresa estudio, con el objetivo de prevenir los accidentes/incidentes en las diferentes áreas de la misma, velando por la seguridad y salud de los colaboradores; para ello, se buscará lograr un 100% de conocimiento de la Política de Seguridad y Salud a través de las capacitaciones y verificado en la Encuesta de Clima Organizacional Anual.
- Promover la cultura de prevención de los riesgos de trabajo y seguridad en los colaboradores de la empresa, en busca de reducir al mínimo los niveles de peligros y riesgos potenciales; ante ello se propone que, el personal encargado brinde capacitaciones mensuales sobre Seguridad y Salud en el Trabajo; así a la vez, reducir los accidentes de trabajo.
- Establecimiento de procedimientos acerca de la actuación del personal al momento de desarrollarse acciones de respuesta ante las emergencias, con el objetivo de que sean controladas de manera oportuna, efectiva y durante el menor tiempo posible; se propone para ello, que en el Plan Anual de Seguridad incluyan al año dos simulacros de incendios.
- Determinación de los niveles de coordinación entre los actores responsables, que permita desarrollar acciones de mutuo apoyo en el control y la prevención de una emergencia; ello se logrará, fijando un cronograma de capacitaciones que sean dictados una vez por mes.

- Sean Fijados los procedimientos adecuados y estandarizados para la prevención de riesgos en las áreas de trabajo, para tener en conocimiento las causas de incidentes y/o accidentes, para poder evitarlos y/o prevenirlos; se propone para ello que, se ejecute mínimo una acción preventiva por cada área de trabajo en un año.
- Mantener reuniones de manera periódica para la revisión de objetivos, que incluya al personal que disponga de deseo participar en el proceso; para la cual se propone que, se realice una vez al año.

II. ALCANCE:

La empresa ofrece servicio en el rubro de preparación de comida criolla en el departamento de Lambayeque, tiene un local en el cual se ejecutan todas las actividades necesarias para cumplir con los clientes. Por otro lado, define las responsabilidades y funciones que con relación a la seguridad y salud en el trabajo tienen que cumplir de forma obligatoria para los trabajadores que forman la empresa, sin excepción alguna.

III. FORMACIÓN DE COMITÉ DE SEGURIDAD:

Siendo un centro laboral con menos de 20 colaboradores, no es necesario contar con un comité de seguridad; por tal motivo, para una buena gestión se ha considerado como líder al Gerente General y a una persona, en este caso ingeniero industrial que sea el encargado de todo el procedimiento de Seguridad y Salud en el Trabajo.

IV. COMPROMISOS Y LIDERAZGO, RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES:

1. Gerente General: Liderazgo y Compromiso:

El gerente general, se va a comprometer a:

- Ser quien lidere y brinde los recursos que permita el desarrollo de todas las actividades en la organización y lo que sea necesario para que se implemente el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, con la finalidad de conseguir su éxito para la prevención de accidentes y de las enfermedades ocupacionales.
- Es quien asume la responsabilidad de la prevención de accidentes de trabajo así como de las enfermedades ocupacionales, fomenta el compromiso de todos los

colaboradores a través del estricto cumplimiento de disposiciones que cuenta el presente documento.

- Proveer de todos los recursos que se necesitan para que se mantenga un ambiente de trabajo saludable y seguro.
- Establece los programas de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Es quien mide el desempeño de Seguridad y Salud, ejecutando las mejoras que se hayan justificado.
- Sera quien apoye con el cumplimiento de las leyes, reglamentos de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Debe Investigar las causas de enfermedades ocupacionales, accidentes de trabajo, incidentes peligrosos y otros incidentes; tambien desarrolla las acciones preventivas de forma efectiva.
- Mantiene un nivel alto de alistamiento que permita a los colaboradores actuar en casos de emergencia, además de promover su integración con el Sistema Nacional de Defensa Civil.
- Exige que los contratistas y proveedores deban cumplir con todas la normativa aplicable acerca de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Respetar y cumplir las normas vigentes sobre la materia.

2. Encargado de la gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo:

Funciones y Responsabilidades:

- Deberá conocer todos los documentos e informes relacionados a las condiciones de trabajo que se necesitan para que pueda cumplir con sus funciones, además como los procedentes de la actividad del servicio de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Aprueba el Reglamento Interno de Seguridad y Salud del empleador.
- Aprueba el Programa Anual de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Debe conocer y debe aprobar la Programación Anual del Servicio de Seguridad y Salud en el Trabajo.

- Debe participar en la constitución, aprobación, puesta en marcha y evaluación de políticas, programas y planes de promoción de la seguridad y salud en el trabajo, para la prevención de enfermedades ocupacionales y accidentes.
- Debe aprobar el Plan Anual de Capacitación de los trabajadores sobre Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Promoverá que los trabajadores ingresantes nuevos reciban una correcta inducción, información, orientación e instrucción sobre la prevención de riesgos.
- Vigilará que se cumpla con las normas internas, la legislación, así como también las especificaciones técnicas sobre el trabajo que se relaciona con la Seguridad y Salud en el Trabajo; y el RIT.
- Asegura que los trabajadores deban conocer los reglamentos, las instrucciones, las especificaciones técnicas de trabajo, los avisos y todos los materiales gráficos o escritos relacionados a la prevención de los riesgos las zonas de trabajo.
- Promueve la colaboración, el compromiso y la participación activa de los trabajadores para la prevención de riesgos del trabajo, a través de la eficaz comunicación, la participación de los colaboradores para solucionar problemas de capacitación, seguridad, entrenamiento, simulacros, etc..
- Realizará las inspecciones de forma periódica en las áreas operativas, áreas administrativas, instalaciones, equipos y maquinaria, con la finalidad de reforzar la prevención y su gestión.
- Considerará las circunstancias, quien investigue las causas que ocasionaron todos los accidentes, incidentes como también de las enfermedades ocupacionales que se generan en el lugar de trabajo, emite las respectivas recomendaciones para evitar que éstos se repitan.
- Verifica se cumpla con eficacia sus recomendaciones así se evite la repetición de accidentes de trabajo y la ocurrencia de enfermedades.
- Brindar recomendaciones apropiadas para mejorar las condiciones y el ambiente de trabajo, debe velar para que se lleve a cabo las medidas adoptadas y examine su eficiencia y eficacia.

- Analiza y genera informes sobre las estadísticas de incidentes, accidentes y enfermedades ocupacionales que ocurren en el área de trabajo, los registros y evaluaciones deberán ser constantemente actualizados a cargo de la unidad de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Deberá colaborar con los servicios de primeros auxilios y servicios médicos.
- Supervisión de los servicios de Seguridad y Salud en el Trabajo además del asesoramiento y la asistencia al empleador y colaboradores.
- Informar y/o reportar a la autoridad máxima del empleador la información siguiente: Accidente mortal o el incidente peligroso, de manera inmediata.
- Sobre la investigación de cada accidente mortal y las medidas correctivas implementadas se dará dentro de los (10) diez días de haber ocurrido.
- En cada trimestre se llevará en el Libro de Actas el control de cumplimiento de acuerdos y deberá tener reuniones al mes de forma ordinaria para evaluar y analizar el avance de los objetivos que se establecieron en el Programa Anual, y en forma extraordinaria para que se analice los accidentes que están presentando gravedad o cuando las circunstancias lo ameriten.
- Desarrollará las funciones y responsabilidades con sujeción señalado en la Ley y el Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo, no está facultado de hacer actividades con distintos fines a la prevención y protección de la Seguridad y Salud.
- Coordina y apoya en las actividades que realiza el Supervisor de Seguridad y Salud en el Trabajo, según corresponda.
- Realizará actividades coordinadas con el Servicio de Seguridad y Salud en el Trabajo. De forma anual, redactará un informe resumen sobre las acciones que se realizaron durante el año.
- Finalmente, el Supervisor de Seguridad y Salud en el Trabajo, será quien lleve un registro en el cual consten los acuerdos que se adoptaron con la máxima autoridad del empleador o de la empresa.

2. Registros incidentes peligrosos u otros incidentes.

N° REGISTRO:		REGISTRO DE INCIDENTES PELIGROSOS E INCIDENTES																					
DATOS DEL EMPLEADOR PRINCIPAL:																							
1	RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN SOCIAL	2	RUC	3	DOMICILIO (Dirección, distrito, departamento, provincia)			4	TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	5	N° TRABAJADORES EN EL CENTRO LABORAL												
Completar sólo si contrata servicios de intermediación o tercerización:																							
DATOS DEL EMPLEADOR DE INTERMEDIACIÓN, TERCERIZACIÓN, CONTRATISTA, SUBCONTRATISTA, OTROS:																							
6	RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN SOCIAL	7	RUC	8	DOMICILIO (Dirección, distrito, departamento, provincia)			9	TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	10	N° TRABAJADORES EN EL CENTRO LABORAL												
DATOS DEL TRABAJADOR (A): Completar sólo en caso que el incidente afecte a trabajador(es).																							
11								APELLIDOS Y NOMBRES DEL TRABAJADOR :		12	N° DNI/CE	13	EDAD										
14	ÁREA	15	PUESTO DE TRABAJO	16	ANTIGÜEDAD EN EL EMPLEO	17	SEXO F/M	18	TURNO D/T/N	19	TIPO DE CONTRATO	20	TIEMPO DE EXPERIENCIA EN EL PUESTO DE TRABAJO	21	N° HORAS TRABAJADAS EN LA JORNADA LABORAL (Antes del suceso)								
INVESTIGACIÓN DEL INCIDENTE PELIGROSO O INCIDENTE																							
22												MARCAR CON (X) SI ES INCIDENTE PELIGROSO O INCIDENTE											
23						INCIDENTE PELIGROSO						24						INCIDENTE					
N° TRABAJADORES POTENCIALMENTE AFECTADOS												DETALLAR TIPO DE ATENCIÓN EN PRIMEROS AUXILIOS (DE SER EL CASO)											
N° POBLADORES POTENCIALMENTE AFECTADOS																							
25				FECHA Y HORA EN QUE OCURRIÓ EL INCIDENTE PELIGROSO O INCIDENTE				26				FECHA DE INICIO DE LA INVESTIGACIÓN				27				LUGAR EXACTO DONDE OCURRIÓ EL HECHO			
DÍA		MES		AÑO		HORA		DÍA		MES		AÑO											
28 DESCRIPCIÓN DEL INCIDENTE PELIGROSO O INCIDENTE																							
<p>Describe solo los hechos, no escriba información subjetiva que no pueda ser comprobada.</p> <p>Adjuntar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Declaración del afectado, de ser el caso. - Declaración de testigos, de ser el caso. - Procedimientos, planos, registros, entre otros que ayuden a la investigación de ser el caso. 																							
<input type="button" value="Agregar más filas"/>																							
29 DESCRIPCIÓN DE LAS CAUSAS QUE ORIGINARON EL INCIDENTE PELIGROSO O INCIDENTE																							
Cada empresa, entidad pública o privada puede adoptar el modelo de determinación de las causas que mejor se adapte a sus características.																							
<input type="button" value="Agregar más filas"/>																							
30 MEDIDAS CORRECTIVAS																							
DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA CORRECTIVA A IMPLEMENTARSE PARA ELIMINAR LA CAUSA Y PREVENIR LA RECURRENCIA						RESPONSABLE		FECHA DE EJECUCIÓN			Completar en la fecha de ejecución propuesta, el ESTADO de la implementación de la medida correctiva (realizada, pendiente, en ejecución)												
								DÍA	MES	AÑO													
1.-																							
2.-																							
<input type="button" value="Agregar más filas"/>																							
31 RESPONSABLES DEL REGISTRO Y DE LA INVESTIGACIÓN																							
Nombre:								Cargo:				Fecha:				Firma:							
Nombre:								Cargo:				Fecha:				Firma:							

3. Registros de enfermedades ocupacionales,

N° REGISTRO:	REGISTRO DE ENFERMEDADES OCUPACIONALES																							
DATOS DEL EMPLEADOR PRINCIPAL:																								
1	RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN SOCIAL	2	RUC	3				4	TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	5		N° TRABAJADORES EN EL CENTRO LABORAL												
6		7						8																
AÑO DE INICIO DE LA ACTIVIDAD		COMPLETAR SÓLO EN CASO QUE LAS ACTIVIDADES DEL EMPLEADOR SEAN CONSIDERADAS DE ALTO RIESGO						LINEAS DE PRODUCCIÓN Y/O SERVICIOS																
		N° TRABAJADORES AFILIADOS AL SCTR		N° TRABAJADORES NO AFILIADOS AL SCTR		NOMBRE DE LA ASEGURADORA																		
Completar sólo si contrata servicios de intermediación o tercerización:																								
DATOS DEL EMPLEADOR DE INTERMEDIACIÓN, TERCERIZACIÓN, CONTRATISTA, SUBCONTRATISTA, OTROS:																								
9	RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN SOCIAL	10	RUC	11				12	TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	13		N° TRABAJADORES EN EL CENTRO LABORAL												
14		15						16																
AÑO DE INICIO DE LA ACTIVIDAD		COMPLETAR SÓLO EN CASO QUE LAS ACTIVIDADES DEL EMPLEADOR SEAN CONSIDERADAS DE ALTO RIESGO						LINEAS DE PRODUCCIÓN Y/O SERVICIOS																
		N° TRABAJADORES AFILIADOS AL SCTR		N° TRABAJADORES NO AFILIADOS AL SCTR		NOMBRE DE LA ASEGURADORA																		
DATOS REFERENTES A LA ENFERMEDAD OCUPACIONAL																								
17	TIPO DE AGENTE QUE ORIGINÓ LA ENFERMEDAD OCUPACIONAL (VER TABLA REFERENCIAL 1)	18										19	NOMBRE DE LA ENFERMEDAD OCUPACIONAL	20	PARTE DEL CUERPO O SISTEMA DEL TRABAJADOR AFECTADO	21	N° TRAB. AFECTADOS	22	ÁREAS	23	N° DE CAMBIOS DE PUESTOS GENERADOS DE SER EL CASO			
		N° ENFERMEDADES OCUPACIONALES PRESENTADAS EN CADA MES POR TIPO DE AGENTE																						
		AÑO:																						
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D											
Insertar más filas																								
24 TABLA REFERENCIAL 1: TIPOS DE AGENTES																								
FÍSICO					QUÍMICO					BIOLÓGICO					DISERGONÓMICO					PSICOSOCIALES				
Ruido	F1	Gases			Q1	Virus				B1	Manipulación inadecuada de carga				D1	Hostigamiento psicológico				P1				
Vibración	F2	Vapores			Q2	Bacilos				B2	Diseño de puesto inadecuado				D2	Estrés laboral				P2				
Iluminación	F3	Nebulinas			Q3	Bacterias				B3	Posturas inadecuadas				D3	Turno rotativo				P3				
Ventilación	F4	Rocio			Q4	Hongos				B4	Trabajos repetitivos				D4	Falta de comunicación y entrenamiento.				P4				
Presión alta o baja	F5	Polvo			Q5	Parásitos				B5	Otros, indicar				D5	Autoritarismo				P5				
Temperatura (Calor o frío)	F6	Humos			Q6	Insectos				B6					Otros, indicar				P6					
Humedad	F7	Líquidos			Q7	Roedores				B7														
Radiación en general	F8	Otros, indicar			Q8	Otros, indicar				B8														
Otros, indicar	F9																							
25 DETALLE DE LAS CAUSAS QUE GENERAN LAS ENFERMEDADES OCUPACIONALES POR TIPO DE AGENTE																								
Adjuntar documento en el que consten las causas que generan las enfermedades ocupacionales y adicionalmente indicar una breve descripción de las labores desarrolladas por el trabajador antes de adquirir la enfermedad.																								
Agregar más filas																								
26 COMPLETAR SÓLO EN CASO DE EMPLEO DE SUSTANCIAS CANCERIGENAS (Ref. D.S. 039-93-PCM / D.S. 015-2005-SA)																								
RELACIÓN DE SUSTANCIAS CANCERIGENAS										SE HAN REALIZADO MONITOREOS DE LOS AGENTES PRESENTES EN EL AMBIENTE (SI/NO)														
Agregar más filas																								
27 MEDIDAS CORRECTIVAS																								
DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA CORRECTIVA										RESPONSABLE					FECHA DE EJECUCIÓN			Completar en la fecha de ejecución propuesta, el ESTADO de la implementación de la medida correctiva (realizada, pendiente, en ejecución)						
															DÍA	MES	AÑO							
1.-																								
2.-																								
Agregar más filas																								
28 RESPONSABLES DEL REGISTRO Y DE LA INVESTIGACIÓN																								
Nombre:					Cargo:					Fecha:					Firma:									
Nombre:					Cargo:					Fecha:					Firma:									

4. Registro de las inspecciones internas de Seguridad y Salud en el Trabajo.

N° REGISTRO:		REGISTRO DE INSPECCIONES INTERNAS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO				
DATOS DEL EMPLEADOR:						
1 RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN SOCIAL	2 RUC	3 DOMICILIO (Dirección, distrito, departamento, provincia)	4 ACTIVIDAD ECONÓMICA	5 N° TRABAJADORES EN EL CENTRO LABORAL		
6 ÁREA INSPECCIONADA	7 FECHA DE LA INSPECCIÓN	8 RESPONSABLE DEL ÁREA INSPECCIONADA	9 RESPONSABLE DE LA INSPECCIÓN			
10 HORA DE LA INSPECCIÓN	11 TIPO DE INSPECCIÓN (MARCAR CON X)					
	PLANEADA	NO PLANEADA	OTRO, DETALLAR			
12 OBJETIVO DE LA INSPECCIÓN INTERNA						
<input type="button" value="Agregar más filas"/>						
13 RESULTADO DE LA INSPECCIÓN						
Indicar nombre completo del personal que participó en la inspección interna.						
<input type="button" value="Agregar más filas"/>						
14 DESCRIPCIÓN DE LA CAUSA ANTE RESULTADOS DESFAVORABLES DE LA INSPECCIÓN						
<input type="button" value="Agregar más filas"/>						
15 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES						
<input type="button" value="Agregar más filas"/>						
ADJUNTAR : - Lista de verificación de ser el caso.						
16 RESPONSABLE DEL REGISTRO						
Nombre:						
Cargo:						
Fecha:						
Firma						

5. Registro de los equipos de seguridad y/o emergencia.

N° REGISTRO:		REGISTRO DE EQUIPOS DE SEGURIDAD O EMERGENCIA				
DATOS DEL EMPLEADOR:						
1 RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN SOCIAL	2 RUC	3 DOMICILIO (Dirección, distrito, departamento, provincia)	4 ACTIVIDAD ECONÓMICA	5 N° TRABAJADORES EN EL CENTRO LABORAL		
MARCAR (X)						
TIPO DE EQUIPO DE SEGURIDAD O EMERGENCIA ENTREGADO						
6 EQUIPO DE PROTECCIÓN PERSONAL			7 EQUIPO DE EMERGENCIA			
8 NOMBRE(S) DEL(LOS) EQUIPO(S) DE SEGURIDAD O EMERGENCIA ENTREGADO						
Agrega más filas						
LISTA DE DATOS DEL(LOS) Y TRABADOR(ES)						
N°	9 NOMBRES Y APELLIDOS	10 DNI	11 ÁREA	12 FECHA DE ENTREGA	13 FECHA DE RENOVACIÓN	14 FIRMA
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
Agrega más filas						
15 RESPONSABLE DEL REGISTRO						
Nombre:						
Cargo:						
Fecha:						
Firma:						

6. Registro de las estadísticas de Seguridad y Salud.

N° REGISTRO:		FORMATO DE DATOS PARA REGISTRO DE ESTADÍSTICAS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO																
1 RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN SOCIAL:																		
2 FECHA :																		
MES	3 N° ACCIDENTE MORTAL	4 ÁREA/ SEDE	5 ACCID. DE TRABAJO LEVE	6 ÁREA/ SEDE	7 SOLO PARA ACCIDENTES INCAPACITANTES					8 ENFERMEDAD OCUPACIONAL				9 N° INCIDENTES PELIGROSOS	10 ÁREA/ SEDE	11 N° INCIDENTES	12 ÁREA/ SEDE	
					N° Accid. Trab. Incap.	ÁREA/ SEDE	Total Horas hombres trabajadas	Índice de frecuencia	N° días perdidos	Índice de gravedad	Índice de accidentalidad	N° Enf. Ocup.	ÁREA/ SEDE					N° Trabajadores expuestos al agente
ENERO																		
FEBRERO																		
MARZO																		
ABRIL																		
MAYO																		
JUNIO																		
JULIO																		
AGOSTO																		
SEPTIEMBRE																		
OCTUBRE																		
NOVIEMBRE																		
DICIEMBRE																		
												13 NOMBRE Y FIRMA DEL RESPONSABLE						

7. Registro del monitoreo de agentes químicos, físicos, biológicos, psicosociales y factores de riesgo disergonómicos.

N° REGISTRO:	REGISTRO DEL MONITOREO DE AGENTES FÍSICOS, QUÍMICOS, BIOLÓGICOS, PSICOSOCIALES Y FACTORES DE RIESGO DISERGNÓMICOS				
DATOS DEL EMPLEADOR:					
1 RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN SOCIAL	2 RUC	3 DOMICILIO (Dirección, distrito, departamento, provincia)	4 ACTIVIDAD ECONÓMICA	5 N° TRABAJADORES EN EL CENTRO LABORAL	
DATOS DEL MONITOREO					
6 ÁREA MONITOREADA		7 FECHA DEL MONITOREO	8 INDICAR TIPO DE RIESGO A SER MONITOREADO (AGENTES FÍSICOS, QUÍMICOS, BIOLÓGICOS, PSICOSOCIALES Y FACTORES DE RIESGO DISERGNÓMICOS)		
9 CUENTA CON PROGRAMA DE MONITOREO (SÍ/NO)		10 FRECUENCIA DE MONITOREO		11 N° TRABAJADORES EXPUESTOS EN EL CENTRO LABORAL	
12 NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN QUE REALIZA EL MONITOREO (De ser el caso)					
Agregar más filas					
13 RESULTADOS DEL MONITOREO					
Agregar más filas					
14 DESCRIPCIÓN DE LAS CAUSAS ANTE DESVIACIONES PRESENTADAS					
Agregar más filas					
15 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SOBRE LOS RESULTADOS DEL MONITOREO					
Incluir las medidas que se adoptarán para corregir las desviaciones presentadas en el monitoreo.					
Agregar más filas					
ADJUNTAR : - Programa anual de monitoreo. - Informe con resultados de las mediciones de monitoreo, relación de agentes o factores que son objetos de la muestra, limite permisible del agente monitoreado, metodología empleada, tamaño de muestra, relación de instrumentos utilizados, entre otros. - Copia del certificado de calibración de los instrumentos de monitoreo, de ser el caso.					
17 RESPONSABLE DEL REGISTRO					
Nombre:					
Cargo:					
Fecha:					
Firma					

8. Registro de la inducción al personal, la capacitación, entrenamiento y de los simulacros de emergencia.

N° REGISTRO:		REGISTRO DE INDUCCIÓN, CAPACITACIÓN, ENTRENAMIENTO Y SIMULACROS DE EMERGENCIA				
DATOS DEL EMPLEADOR:						
1 RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN SOCIAL	2 RUC	3 DOMICILIO (Dirección, distrito, departamento, provincia)	4 ACTIVIDAD ECONÓMICA	5 N° TRABAJADORES EN EL CENTRO LABORAL		
MARCAR (X)						
6 INDUCCIÓN	7 CAPACITACIÓN	8 ENTRENAMIENTO		9 SIMULACRO DE EMERGENCIA		
10 TEMA:						
11 FECHA:						
12 NOMBRE DEL CAPACITADOR O ENTRENADOR						
13 N° HORAS						
14 APELLIDOS Y NOMBRES DE LOS CAPACITADOS	15 N° DNI	16 ÁREA	17 FIRMA	18 OBSERVACIONES		
Agregar más filas						
19 RESPONSABLE DEL REGISTRO						
Nombre:						
Cargo:						
Fecha:						
Firma:						

9. Registro de las auditorías a la empresa.

N° REGISTRO:		REGISTRO DE AUDITORÍAS			
DATOS DEL EMPLEADOR:					
1 RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN SOCIAL	2 RUC	3 DOMICILIO (Dirección, distrito, departamento, provincia)	4 ACTIVIDAD ECONÓMICA	5 N° TRABAJADORES EN EL CENTRO LABORAL	
6 NOMBRE(S) DEL(DE LOS) AUDITOR(ES)		7 N° REGISTRO			
Agregar más filas					
8 FECHAS DE AUDITORÍA	9 PROCESOS AUDITADOS	10 NOMBRE DE LOS RESPONSABLES DE LOS PROCESOS AUDITADOS			
Agregar más filas					
11 NÚMERO DE NO CONFORMIDADES	12 INFORMACIÓN A ADJUNTAR				
	a) Informe de auditoría, indicando los hallazgos encontrados, así como no conformidades, observaciones, entre otros, con la respectiva firma del auditor o auditores. b) Plan de acción para cierre de no conformidades (posterior a la auditoría). Este plan de acción contiene la descripción de las causas que originaron cada no conformidad, propuesta de las medidas correctivas para cada no conformidad, responsable de implementación, fecha de ejecución, estado de la acción correctiva (Ver modelo de encabezados).				
MODELO DE ENCABEZADOS PARA EL PLAN DE ACCIÓN PARA EL CIERRE DE NO CONFORMIDADES					
13 DESCRIPCIÓN DE LA NO CONFORMIDAD	14 CAUSAS DE LA NO CONFORMIDAD				
Agregar más filas					
15 DESCRIPCIÓN DE MEDIDAS CORRECTIVAS	16 NOMBRE DEL RESPONSABLE	17 FECHA DE EJECUCIÓN			18 Completar en la fecha de ejecución propuesta, el ESTADO de la implementación de la medida correctiva (realizada, pendiente, en ejecución)
		DÍA	MES	AÑO	
Agregar más filas					
19 RESPONSABLE DEL REGISTRO					
Nombre:					
Cargo:					
Fecha:					
Firma:					

Anexo 10: CONDICIONES DE CALIDAD Y FICHA DE CALIDAD PARA RECEPCIÓN DE PRODUCTOS.

Condiciones de Calidad de Acuerdo a la Normativa Vigente.

 CARNES	<ul style="list-style-type: none"> • COMPROBAR SELLOS Y DOCUMENTACIÓN • ASPECTO JUGOSO, SIN COLORACIONES ANORMALES • BRILLO DEL CORTE, SIN OLORES DESAGRADABLES
 PESCADOS	<ul style="list-style-type: none"> • CUBIERTO DE HIELO • AUSENCIA DE PARÁSITOS • CONSISTENCIA FIRME, ESCAMAS ADHERIDAS A LA PIEL • AGALLAS ROJAS, OJOS BRILLANTES
 FRUTAS Y VERDURAS	<ul style="list-style-type: none"> • AUSENCIA DE SUCIEDAD, PUTREFACCIONES Y/O ENMOHECIMIENTOS • GRADO DE MADURACION ADECUADA • LIBRES DE PARÁSITOS
 HUEVOS	<ul style="list-style-type: none"> • CÁSCARA INTACTA Y LIMPIA
 LATAS	<ul style="list-style-type: none"> • SIN ABOLLADURAS, ABOMBAMIENTOS O PÉRDIDA DE HERMETICIDAD
CONGELADOS	<ul style="list-style-type: none"> • SIN SIGNOS DE DESCONGELACIONES PARCIALES COMO REBLANDECIMIENTOS O EXCESO DE ESCARCHA
 TRANSPORTE	<ul style="list-style-type: none"> • CONDICIONES HIGIENICAS DEL VEHÍCULO • AUSENCIA DE PRODUCTOS EN EL SUELO • SEPARACIÓN DE PRODUCTOS INCOMPATIBLES CON LA MERCANCÍA (PRODUCTOS DE LIMPIEZA, BASURAS...) • ESTIBA CORRECTA DE LOS ALIMENTOS • TIPO DE VEHÍCULO ADECUADO PARA LA MERCANCÍA
<p align="center">EN TODOS LOS CASOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprobar documentación (albaranes, facturas) • Envases y embalajes intactos y limpios • Comprobar el etiquetado y las fechas de consumo preferente/caducidad • Comprobar el aspecto • Comprobar la temperatura productos perecederos que requieran ser conservados en frío: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Congelados: ≤ -18 °C ✓ Refrigerados : 4- 8° C 	

Fuente: Elaboración propia

