

**Universidad Católica de Santa María**  
**Facultad de Ciencias e Ingenierías Físicas y Formales**  
**Escuela Profesional de Ingeniería Industrial**



**Aplicación de la metodología despliegue de la calidad (QFD) para mejorar el nivel de  
satisfacción del cliente del restaurante Cevichito Pliz en la región de Arequipa**

Tesis presentada por la Bachiller:

**Paredes Zúñiga, Carolina**

**ORCID: 0000-0001-9856-7627**

para optar el Título Profesional de Ingeniera Industrial

Asesor (a):

**Mg. Rivera Chavez María Eugenia**

**ORCID: 0000-0003-1589-0272**

Arequipa - Perú

2024

UCSM-ERP

# UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

INGENIERIA INDUSTRIAL

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 30 de Enero del 2024

**Dictamen: 009669-C-EPII-2024**

Visto el borrador del expediente 009669, presentado por:

**2018801862 - PAREDES ZUÑIGA CAROLINA**

Titulado:

**APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DESPLIEGUE DE LA CALIDAD (QFD) PARA MEJORAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL RESTAURANTE CEVICHITO PLIZ EN LA REGIÓN DE AREQUIPA**

Nuestro dictamen es:

**APROBADO**

**29434502 - MURILLO QUISPE EFRAIN RAFAEL  
DICTAMINADOR**



**40670888 - PEREZ GOMEZ AYME MIRTHA  
DICTAMINADOR**



**29639923 - URDAY LUNA FERLY ELMER  
DICTAMINADOR**



# Aplicación de la metodología despliegue de la calidad (QFD) para mejorar el nivel de satisfacción del cliente del restaurante Cevichito Pliz en la región de Arequipa

## ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universidad Católica de Santa María Student Paper	1%
2	ctscafe.pe Internet Source	1%
3	www.aiteco.com Internet Source	1%
4	edoc.pub Internet Source	1%
5	pdfcoffee.com Internet Source	1%
6	1library.co Internet Source	1%
7	porquenotecallas19.files.wordpress.com Internet Source	1%

## DEDICATORIA

*El presente trabajo se lo dedico a mis  
padres, mis hermanos y mi pareja por su confianza,  
fortaleza y apoyo incondicional a lo largo de mi vida.*



## AGRADECIMIENTO

*Agradezco a mis padres por su amor, enseñanzas y esfuerzo que me permitió salir adelante y culminar mis estudios universitarios. A mi pareja y amigos que estuvieron apoyándome durante el desarrollo de esta investigación. A mi asesora de tesis por su guía y enseñanzas.*



## RESUMEN

La presente investigación se desarrolló en el restaurante Cevichito Pliz ubicado en la ciudad de Arequipa, teniendo como problema principal la insatisfacción y reclamos continuos de los clientes, lo que ocasiona baja captación de clientes nuevos y baja fidelización de clientes actuales. El objetivo principal fue incrementar el nivel de satisfacción del cliente aplicando la metodología despliegue de la función calidad (QFD), el nivel de investigación es descriptivo ya que se conoció las necesidades reales de los clientes y se describió el cómo se desarrolla el proceso de atención al cliente y el diseño de investigación es pre-experimental ya que a un determinado grupo de clientes se aplicaron las propuestas de mejora analizando los resultados posterior a las mejoras.

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó una encuesta con preguntas funcionales y disfuncionales, siendo analizada con la metodología Kano, se realizó la encuesta a 173 clientes, utilizando un muestreo probabilístico aleatorio simple. Seguidamente se obtuvo un 59% de satisfacción. Luego se plasmó los planes de mejora mediante la metodología QFD, dentro de los cuales se tienen: Estandarización de receta a través de un manual, estandarización del proceso de cobro, capacitación del personal, promociones y ofertas con un plan de marketing, estudio de rentabilidad y popularidad de platos mediante la ingeniería del menú junto con el principio de omnes y finalmente la estandarización y diseño del empaquetado, donde se obtuvo un incremento a 79.8% la satisfacción de los clientes.

Finalmente se realizó un análisis económico de la propuesta, concluyendo que la propuesta es viable al tener un valor actual de S/ 55,403.54, una tasa interna de retorno de 64.44% y un índice de rentabilidad de 2.37 lo que indicó que cuando el índice es mayor a 1 y mientras más alto sea el número mayores ganancias producirá, por lo que el proyecto debe continuar ya que es muy probable que sea rentable.

**Palabras clave:** Satisfacción del cliente, Metodología Kano, Despliegue de la calidad.

## ABSTRACT

The present research was conducted at the Cevichito Pliz restaurant located in the city of Arequipa, with the main problem being the dissatisfaction and continuous complaints from customers, leading to a low acquisition of new customers and low retention of current ones. The main objective was to increase customer satisfaction levels by applying the Quality Function Deployment (QFD) methodology. The research level is descriptive as the actual needs of customers were identified, and the process of customer service was described. The research design is pre-experimental, as the proposed improvements were applied to a specific group of customers, and the results were analyzed after the changes.

For the development of this research, a survey with functional and dysfunctional questions accompanied by the Kano methodology was used. The survey was conducted with 173 customers using simple random probabilistic sampling, resulting in a 59% satisfaction rate. Improvement plans were then implemented using the QFD methodology, including recipe standardization through a manual, standardization of the billing process, staff training, promotions and offers with a marketing plan, profitability, and popularity study of dishes through menu engineering along with the omnes principle, and finally, standardization and design of packaging. This resulted in an increase in customer satisfaction to 79.8%.

Finally, an economic analysis of the proposal was conducted, concluding that the proposal is viable with a present value of S/ 55,403.54, an internal rate of return of 64.44%, and a profitability index of 2.37, which indicated that when the index is greater than 1 and the higher the number, the greater profits it will produce, so the project should continue since it is very likely that it will be profitable.

**Keywords:** Customer Satisfaction, Kano Methodology, Quality Function Deployment.

## INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
INTRODUCCION .....	xvi
CAPITULO I.....	1
1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Título de la investigación.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	1
1.2.1. Identificación del problema.....	1
1.2.2. Descripción del problema.....	1
1.2.3. Formulación del problema.....	3
1.2.4. Justificación de la investigación .....	4
1.2.4.1. Justificación teórica .....	4
1.2.4.2. Justificación social.....	4
1.2.4.3. Justificación práctica .....	4
1.2.5. Limitaciones de la investigación .....	5
1.3. Objetivos de la investigación .....	5
1.3.1. Objetivo general.....	5
1.3.2. Objetivos específicos .....	6
1.4. Hipótesis .....	6
1.5. Variables .....	7
1.6. Marco metodológico.....	8
1.6.1. Nivel de investigación .....	8
1.6.2. Diseño de investigación.....	8
1.6.3. Población y muestra.....	9
1.6.3.1. Población .....	9
1.6.3.2. Muestra .....	9
1.6.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	10
1.6.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos .....	10
CAPITULO II.....	11
2. MARCO TEÓRICO.....	11
2.1. Marco teórico .....	11

2.1.1.	Antecedentes de la investigación.....	11
2.1.2.	Bases teóricas.....	15
2.1.2.1.	Gastronomía Peruana .....	15
2.1.2.2.	Gestión de la calidad.....	15
2.1.2.3.	Medición para la calidad .....	15
2.1.2.4.	Metodología QFD (Quality Function Deployment).....	16
2.1.2.5.	Despliegue de la voz del cliente.....	19
2.1.2.6.	Metodología KANO .....	21
2.1.2.7.	KANO – QFD.....	22
2.1.2.8.	Calidad de servicio .....	23
2.1.2.9.	Gestión de servicios.....	23
2.1.2.10.	Proceso .....	23
2.1.2.11.	Gestión del proceso .....	24
2.1.2.12.	Mapeo del proceso .....	24
2.1.2.13.	Diagrama de Ishikawa .....	24
2.1.2.14.	Poka Yoke.....	25
2.1.2.15.	Satisfacción del cliente.....	26
2.1.2.16.	Matriz BCG (Boston Consulting Group).....	26
2.1.2.17.	Ingeniería de menú .....	27
2.1.2.18.	Principio de Omnes .....	28
2.1.2.19.	Método CSAT (Customer Satisfaction Score).....	29
CAPITULO III: .....		30
3.	ANÁLISIS SITUACIONAL .....	30
3.1.	Datos generales de la empresa.....	30
3.1.1.	Definición de la empresa .....	30
3.1.2.	Propuesta de misión .....	30
3.1.3.	Propuesta de visión.....	32
3.1.4.	Productos y/o servicios que brinda la empresa .....	33
3.1.5.	Organización .....	34
3.1.5.1.	Organigrama de la empresa .....	34
3.1.5.2.	Responsabilidades .....	34
3.1.6.	Diagnóstico general de estudio .....	35
3.1.6.1.	Distribución de las áreas del restaurante.....	35
3.1.6.2.	Mapa de procesos.....	38
3.1.6.3.	Diagrama Ishikawa.....	38
3.1.6.4.	Proceso del servicio de atención en Cevichito Pliz .....	40

3.1.6.5.    Proceso del servicio de delivery en Cevichito Pliz.....	42
CAPITULO IV .....	46
4.    DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	46
4.1.    Desarrollo de metodología QFD – Kano .....	46
4.2.    Obtener la opinión del cliente .....	46
4.3.    Análisis de la voz del cliente .....	48
4.3.1.    Diagnóstico de la variable “Metodología Despliegue de la Calidad” QFD ..	49
4.3.1.1.    Diagnóstico de la Dimensión: Variedad de platos.....	49
4.3.1.2.    Diagnóstico de la Dimensión: Cantidad .....	52
4.3.1.3.    Diagnóstico de la Dimensión: Promociones .....	55
4.3.1.4.    Diagnóstico de la Dimensión: Presentación .....	57
4.3.1.5.    Diagnóstico de la Dimensión: Atención al cliente .....	60
4.3.2.    Diagnóstico de la variable “Satisfacción del cliente” .....	63
4.3.2.1.    Diagnóstico de la dimensión: Satisfacción del cliente .....	63
4.4.    Clasificar las verbalizaciones.....	64
4.4.1.    Estructurar las necesidades del cliente.....	65
4.5.    Aplicación de la metodología QFD .....	69
CAPITULO V .....	78
5.    PLAN DE MEJORA DE LA PROPUESTA.....	78
5.1.    Diseño de plan de mejora de la variable independiente “Metodología Despliegue de la Calidad” .....	78
5.1.1.    Diseño de mejora de la dimensión: Variedad de Platos .....	78
5.1.2.    Diseño de mejora de la dimensión: Cantidad .....	117
5.1.3.    Diseño de mejora de la dimensión: Promociones.....	134
5.1.4.    Diseño de mejora de la dimensión: Presentación .....	148
5.1.5.    Diseño de mejora de la dimensión: Atención al cliente.....	156
5.2.    Diseño de plan de mejora de la variable dependiente “Satisfacción del cliente”	179
5.2.1.    Diseño de mejora de la dimensión: Satisfacción del cliente .....	179
5.3.    Análisis económico .....	180
CONCLUSIONES .....	188
RECOMENDACIONES .....	191
REFERENCIAS .....	192
ANEXOS .....	197

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b>	<i>Diagrama QFD</i> .....	16
<b>Figura 2</b>	<i>Cuadro de medición atributos KANO</i> .....	22
<b>Figura 3</b>	<i>Organigrama de la empresa Cevichito Pliz</i> .....	34
<b>Figura 4</b>	<i>Plano de distribución Cevichito Pliz</i> .....	36
<b>Figura 5</b>	<i>Plano de distribución la expansión Cevichito Pliz</i> .....	37
<b>Figura 6</b>	<i>Mapa de procesos de Cevichito Pliz</i> .....	38
<b>Figura 7</b>	<i>Diagrama Ishikawa</i> .....	39
<b>Figura 8</b>	<i>Diagrama de flujo del servicio de Cevichito Pliz y observaciones Poka Yoke</i> .....	41
<b>Figura 9</b>	<i>Diagrama de flujo del servicio de Delivery de Cevichito Pliz y Observaciones Poka Yoke</i> .....	44
<b>Figura 10</b>	<i>Pregunta N°2</i> .....	49
<b>Figura 11</b>	<i>Pregunta funcional N°3</i> .....	50
<b>Figura 12</b>	<i>Pregunta disfuncional N°4</i> .....	51
<b>Figura 13</b>	<i>Pregunta funcional N°5</i> .....	53
<b>Figura 14</b>	<i>Pregunta disfuncional N°6</i> .....	54
<b>Figura 15</b>	<i>Pregunta funcional N°7</i> .....	56
<b>Figura 16</b>	<i>Pregunta disfuncional N°8</i> .....	57
<b>Figura 17</b>	<i>Pregunta funcional N°9</i> .....	58
<b>Figura 18</b>	<i>Pregunta disfuncional N°10</i> .....	59
<b>Figura 19</b>	<i>Pregunta funcional N°11</i> .....	61
<b>Figura 20</b>	<i>Pregunta disfuncional N°12</i> .....	62
<b>Figura 21</b>	<i>Pregunta N°13</i> .....	63
<b>Figura 22</b>	<i>Atributos Kano requerimientos funcionales y disfuncionales</i> .....	64
<b>Figura 23</b>	<i>Interpretación atributos Kano</i> .....	65
<b>Figura 24</b>	<i>Ponderación de los QUÉ</i> .....	70
<b>Figura 25</b>	<i>Análisis de la competencia</i> .....	71
<b>Figura 26</b>	<i>Lista de los CÓMO</i> .....	73
<b>Figura 27</b>	<i>Relación entre los CÓMO</i> .....	74
<b>Figura 28</b>	<i>Relación entre los QUÉ y CÓMO</i> .....	75
<b>Figura 29</b>	<i>Análisis de los CÓMO</i> .....	76
<b>Figura 30</b>	<i>Casa de la Calidad - QFD</i> .....	77
<b>Figura 31</b>	<i>Manual "Ganancias por platos"</i> .....	81
<b>Figura 32</b>	<i>Primera hoja "Insumos"</i> .....	81
<b>Figura 33</b>	<i>Hoja "Insumos" Caso 1</i> .....	82
<b>Figura 34</b>	<i>Hoja "Insumos" Caso 2</i> .....	82
<b>Figura 35</b>	<i>Hoja "Insumos" Caso 3</i> .....	83
<b>Figura 36</b>	<i>Segunda Hoja "Gastos Fijos"</i> .....	83
<b>Figura 37</b>	<i>Tercera Hoja "CostoxPlato"</i> .....	84
<b>Figura 38</b>	<i>Tercera Hoja "CostoxPlato" ingreso de insumo</i> .....	84
<b>Figura 39</b>	<i>Cuarta Hoja "%GananciaxPlato"</i> .....	85
<b>Figura 40</b>	<i>Cuarta Hoja "%GananciaxPLato" gráficos</i> .....	85
<b>Figura 41</b>	<i>Ingeniería de Menú platos de Entrada Cevichito Pliz</i> .....	89
<b>Figura 42</b>	<i>Matriz BCG - Platos de Entrada</i> .....	91
<b>Figura 43</b>	<i>Principio de Omnes platos de entrada Cevichito Pliz</i> .....	93
<b>Figura 44</b>	<i>Segundo principio de Omnes – Recomendación entradas</i> .....	95
<b>Figura 45</b>	<i>Tercer principio de Omnes – Recomendación entradas</i> .....	96

<b>Figura 46</b>	Ingeniería de Menú platos fríos Cevichito Pliz.....	97
<b>Figura 47</b>	<i>Matriz BCG - Platos fríos.....</i>	99
<b>Figura 48</b>	Principio de Omnes platos fríos Cevichito Pliz .....	101
<b>Figura 49</b>	Ingeniería de Menú platos calientes Cevichito Pliz .....	104
<b>Figura 50</b>	<i>Matriz BCG - Platos calientes .....</i>	106
<b>Figura 51</b>	Principio de Omnes platos calientes Cevichito Pliz .....	108
<b>Figura 52</b>	<i>Primer principio Omnes – Recomendación platos calientes .....</i>	109
<b>Figura 53</b>	<i>Segundo principio de Omnes – Recomendación platos calientes .....</i>	111
<b>Figura 54</b>	<i>Tercer principio de Omnes – Recomendación platos calientes .....</i>	112
<b>Figura 55</b>	<i>Propuesta de carta Cevichito Pliz .....</i>	116
<b>Figura 56</b>	<i>Formato de recepción de requerimiento .....</i>	118
<b>Figura 57</b>	<i>Formato de pedidos de productos .....</i>	118
<b>Figura 58</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Tiradito .....</i>	120
<b>Figura 59</b>	<i>Cantidades de ingredientes de los Choritos a la chalaca.....</i>	120
<b>Figura 60</b>	<i>Cantidades de ingredientes de la Causa a lo macho .....</i>	121
<b>Figura 61</b>	<i>Cantidades de ingredientes de Causa de pulpo al olivo .....</i>	121
<b>Figura 62</b>	<i>Cantidades de ingredientes de la Causa de pulpo en crema de aceituna.....</i>	122
<b>Figura 63</b>	<i>Cantidades de ingredientes de la Causa de pulpa de cangrejo.....</i>	122
<b>Figura 64</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Pulpo a la chalaca.....</i>	123
<b>Figura 65</b>	<i>Cantidad de ingredientes de la Causa de langostinos .....</i>	123
<b>Figura 66</b>	<i>Cantidades de ingredientes de Cevichopp .....</i>	124
<b>Figura 67</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Ceviche de pescado clásico .....</i>	124
<b>Figura 68</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Ceviche Carretillero .....</i>	125
<b>Figura 69</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Ceviche mixto.....</i>	125
<b>Figura 70</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Ceviche de erizo .....</i>	126
<b>Figura 71</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Ceviche de pescado y pulpo.....</i>	126
<b>Figura 72</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Ceviche de conchas negras .....</i>	127
<b>Figura 73</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Ceviche de champiñones .....</i>	127
<b>Figura 74</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Pulpo en crema de aceituna .....</i>	128
<b>Figura 75</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Pulpo al olivo.....</i>	128
<b>Figura 76</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Chaufa de mariscos .....</i>	129
<b>Figura 77</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Arroz de mariscos .....</i>	129
<b>Figura 78</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Arroz de la casa .....</i>	130
<b>Figura 79</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Chicharrón de pescado.....</i>	130
<b>Figura 80</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Filete de pescado.....</i>	131
<b>Figura 81</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Fetuccini con langostinos .....</i>	131
<b>Figura 82</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Spaguetti a lo alfredo con langostinos .....</i>	132
<b>Figura 83</b>	<i>Cantidades de ingredientes de la Parihuela .....</i>	132
<b>Figura 84</b>	<i>Cantidades de ingredientes del Chilcano especial .....</i>	133
<b>Figura 85</b>	<i>Cantidades de ingredientes de Burger .....</i>	133
<b>Figura 86</b>	<i>Cantidades de ingredientes de la Milanesa de pollo .....</i>	134
<b>Figura 87</b>	<i>Calendario de interacciones en la red social Instagram.....</i>	138
<b>Figura 88</b>	<i>Calendario de campañas en la red social Instagram .....</i>	145
<b>Figura 89</b>	<i>Control de objetivos KPIs.....</i>	147
<b>Figura 90</b>	<i>Envase polipropileno .....</i>	149
<b>Figura 91</b>	<i>Sticker Cevichito Pliz.....</i>	150
<b>Figura 92</b>	<i>Envase bolsa papel Kraft .....</i>	151

<b>Figura 93</b>	<i>Modelado envase secundario para público general con sticker</i>	152
<b>Figura 94</b>	<i>Montaje envase secundario para niños</i>	153
<b>Figura 95</b>	<i>Modelado 3d envase secundario para niños</i>	153
<b>Figura 96</b>	<i>Check List de cumplimiento del empaquetado</i>	155
<b>Figura 97</b>	<i>Manual - Sistema de Restaurante</i>	158
<b>Figura 98</b>	<i>Sistema de restaurante primer paso</i>	158
<b>Figura 99</b>	<i>Sistema de restaurante segundo paso</i>	159
<b>Figura 100</b>	<i>Sistema de restaurante cuarto paso</i>	159
<b>Figura 101</b>	<i>Sistema de restaurante quinto paso</i>	160
<b>Figura 102</b>	<i>Sistema de restaurante sexto paso</i>	160
<b>Figura 103</b>	<i>Sistema de restaurante séptimo y octavo paso</i>	161
<b>Figura 104</b>	<i>Sistema de restaurante noveno paso</i>	161
<b>Figura 105</b>	<i>Sistema de restaurante décimo paso</i>	162
<b>Figura 106</b>	<i>Formato de pedidos delivery de Cevichito Pliz</i>	164
<b>Figura 107</b>	<i>Manual N°1 cobro con tarjeta crédito/débito</i>	166
<b>Figura 108</b>	<i>Manual N°1 hoja 2 - cobro con tarjeta crédito/débito</i>	167
<b>Figura 109</b>	<i>Flujo de proceso N°1 cobro con tarjeta débito/crédito</i>	168
<b>Figura 110</b>	<i>Manual N°2 cobro mediante Yape/Plin</i>	169
<b>Figura 111</b>	<i>Manual N°2 hoja 2 - cobro mediante Yape/Plin</i>	170
<b>Figura 112</b>	<i>Flujo de proceso N°2 cobro mediante Yape/Plin</i>	171
<b>Figura 113</b>	<i>Manual N°3 cobro mediante Efectivo</i>	172
<b>Figura 114</b>	<i>Manual N°3 hoja 2 - cobro mediante Efectivo</i>	173
<b>Figura 115</b>	<i>Flujo de proceso N°3 cobro mediante Efectivo</i>	174
<b>Figura 116</b>	<i>Manual N°4 cobro beneficio cuenta sueldo Interbank</i>	175
<b>Figura 117</b>	<i>Manual N°4 hoja 2 - cobro beneficio cuenta sueldo Interbank</i>	176
<b>Figura 118</b>	<i>Manual N°4 hoja 3 - cobro beneficio cuenta sueldo Interbank</i>	177
<b>Figura 119</b>	<i>Flujo de proceso N°4 cobro cuenta sueldo Interbank</i>	178
<b>Figura 120</b>	<i>Encuesta CSAT</i>	179
<b>Figura 121</b>	<i>Flujo de caja proyectado Cevichito Pliz</i>	185
<b>Figura 122</b>	<i>Flujo de caja proyectado</i>	186

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de las Variables de Investigación .....	7
<b>Tabla 2</b> Formulación de la propuesta de misión.....	31
<b>Tabla 3</b> Formulación de la propuesta de visión .....	32
<b>Tabla 4</b> Carta de productos del restaurante Cevichito Pliz .....	33
<b>Tabla 5</b> Rangos del Alfa de Cronbach .....	47
<b>Tabla 6</b> Preguntas de la encuesta .....	47
<b>Tabla 7</b> Rotación de personal de cocina .....	52
<b>Tabla 8</b> Rotación de personal de atención .....	60
<b>Tabla 9</b> Sumatoria de criterios Kano relacionados a los indicadores .....	66
<b>Tabla 10</b> Sumatoria de criterios Kano ponderados y relacionados a los indicadores .....	66
<b>Tabla 11</b> Matriz de operacionalización de variable independiente con resultado de diagnóstico actual.....	68
<b>Tabla 12</b> Matriz de operacionalización de variable dependiente con resultado de diagnóstico actual.....	68
<b>Tabla 13</b> Atributos y ponderaciones de los QUÉ.....	70
<b>Tabla 14</b> Capacitación Manual "Ganancias por Plato".....	80
<b>Tabla 15</b> Costo de elaboración por platos Cevichito Pliz.....	86
<b>Tabla 16</b> Cantidad de platos vendidos de Mar-Ago. 2023 en Cevichito Pliz .....	87
<b>Tabla 17</b> Capacitación herramienta "Recetario Cevichito Pliz".....	119
<b>Tabla 18</b> Especificaciones del envase primario .....	149
<b>Tabla 19</b> Especificaciones del envase secundario para público general.....	151
<b>Tabla 20</b> Especificaciones del envase secundario para niños.....	152
<b>Tabla 21</b> Capacitación herramienta "Manual Sistema de Restaurante" .....	157
<b>Tabla 22</b> Capacitación herramienta "Formato de pedidos delivery" .....	163
<b>Tabla 23</b> Capacitación herramienta "Manual de estandarización de cobro" .....	165
<b>Tabla 24</b> Inversión de implementación de propuestas de mejoras.....	180
<b>Tabla 25</b> Inversión de capacitación de propuestas de mejoras .....	180
<b>Tabla 26</b> Inversión de material e insumos de propuestas de mejoras.....	181
<b>Tabla 27</b> Inversión de mobiliario de la propuesta de mejora .....	182
<b>Tabla 28</b> Detalle de gastos administrativos, costo y gastos de ventas anuales.....	183
<b>Tabla 29</b> Sumatoria de costo fijos y costos totales .....	184

## INTRODUCCION

Hoy en día, las empresas hacen frente a un mundo exigente y competente donde cada vez es más complicado conciliar la satisfacción de sus clientes brindando eficientemente los servicios o productos de las empresas y la mayoría de estas tienen interés en distintos estudios, metodologías, procesos y mejoras para generar un mayor nivel de satisfacción en los usuarios, ya que guían a una mayor felicidad y es un generador de recomendaciones verbales entre los consumidores.

El restaurante Cevichito Pliz cuenta con un problema de gestión de calidad en el servicio al cliente, por lo que la compañía carece de un correcto procedimiento para brindar su servicio de platos de comida. Este negocio brinda un servicio de una variedad de platos marinos, donde las áreas de la empresa deben estar trabajando de manera armoniosa para poder brindar una grata experiencia y satisfacer sus expectativas de los clientes, por lo que Cevichito Pliz trabaja a solicitud de sus clientes, actuando y brindando el servicio según sus necesidades, y el no tener una empresa con un diseño de calidad en su servicio al cliente pone en riesgo la rentabilidad de este.

En la presente investigación, se realiza un análisis observando los procedimientos al momento de brindar el servicio de la empresa, y el uso de la encuesta para realizar un diagnóstico actual de las necesidades principales de los consumidores del restaurante Cevichito Pliz.

La finalidad del presente trabajo se realiza mediante la determinación de mecanismos de control y evaluación que podrán identificar el nivel de calidad del producto y servicio de la cevichería, de tal forma que se desarrollarán herramientas como: diagramas del flujo de proceso, mapeo del flujo de valor, la metodología despliegue de la calidad, atributos Kano, ingeniería del menú e ingeniería de precios. Viéndose reflejada la solución de problemas en el área del servicio al cliente, productividad, eficiencia, incremento de las ventas y el incremento de nuevos consumidores potenciales.

## CAPITULO I

### 1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Título de la investigación

Aplicación de la metodología despliegue de la calidad (QFD) para mejorar el nivel de satisfacción del cliente del restaurante Cevichito Pliz en la región de Arequipa.

#### 1.2. Planteamiento del problema

##### 1.2.1. Identificación del problema

El restaurante Cevichito Pliz en la ciudad de Arequipa presenta quejas continuas de los clientes; por ende, un nivel de satisfacción baja.

##### 1.2.2. Descripción del problema

En el mercado de alimentación el objetivo principal para que una empresa se vuelva más competitiva respecto a su competencia, es la percepción que tienen los clientes hacia el servicio que se les brinda, el precio, localización, calidad de comida, atención, entre otros.

El restaurante dirigido a la comida marina Cevichito Pliz, se encarga de brindar un servicio de platos marinos en la ciudad de Arequipa, el mercado al que va dirigido normalmente brinda resultados positivos; sin embargo, con el paso de los años y la reactivación económica que vive el Perú post pandemia, los consumidores tienen exigencias mayores en los servicios y productos; por lo que, la calidad en los productos y servicios llama la atención de las empresas peruanas de hoy en día. Actualmente la empresa no cuenta con un diseño de calidad la cual proporcione la influencia del nivel de calidad en su producto y servicio de atención relacionado con la satisfacción de los clientes.

La empresa no ha elaborado un diagnóstico de su situación actual y realiza sus procesos y actividades sin tener en cuenta un determinado análisis detallado de las deficiencias al brindar el servicio en el restaurante.

Los últimos meses, Cevichito Pliz presenta problemas en el área de servicio al cliente, ya que cuenta con una alta densidad de reclamos y por ende un bajo nivel de satisfacción de los clientes. La empresa tiene una mala calificación en cuanto a Google, teniendo un 2.7 de 5 de calificación en recomendación y opiniones de clientes, presenciando comentarios como: “Pésimo servicio, malísima atención, pésima comida, platos incompletos, presentación mala, demora en atención, servicio de mozos pésima, comida fría, sabor de los platos desagradable, etc.”

De esta manera, los problemas con mayor frecuencia que presenta el restaurante son: Demoras en entrega de pedidos, demoras en tiempo de atención, cancelación de pedido, atención del personal, pedidos errados, pedidos incompletos, conflictos en la prestación del servicio, escasa estandarización en los procesos, entre otros. Estos inconvenientes mencionados generan incomodidades y disgustos en los clientes por lo que se convierten en reclamos.

La situación de quejas por el ineficiente servicio al cliente es gestionada por el gerente general del restaurante Gustavo R., señalando que cuentan con una cantidad de reclamos o quejas entre 14 a 16 semanalmente, teniendo un promedio de 60 quejas mensualmente, esto se relaciona directamente con los clientes atendidos en el mes de Mayo del 2023 teniendo un registro de 317 consumidores; por ende, es aproximadamente un 18.9% de clientes que presentaron algún reclamo, siendo una cantidad alta para el sector de servicio de clientes del restaurante y afecta en las ventas ya que el gerente en dicha situación de reclamos debe brindar un descuento al pedido, platos gratis y hasta el total de la cuenta gratis; de igual forma la imagen organizacional se ve seriamente afectada perdiendo futuros clientes potenciales y reduce su participación de la competencia en el mercado.

Para que el restaurante Cevichito Pliz pueda crecer y diferenciarse de su competencia, debe añadir valor a su servicio de atención con la identificación, comprensión y satisfacción de las necesidades de los clientes por lo que se aplica la metodología QFD que brinda una propuesta de valor personalizada y desarrollo de relaciones duraderas con los clientes.

Los problemas en la calidad del servicio en cualquier empresa frenan el crecimiento de esta, afectando a las distintas áreas del negocio, este pausado crecimiento que presenta la empresa se debe a la falta de un diseño de calidad en los productos y servicios, carecen de experiencia y asesoramiento donde los servicios sean guiados y medidos.

### **1.2.3. Formulación del problema**

- ¿Cuál es la situación actual de los procedimientos realizados en el restaurante Cevichito Pliz?
- ¿Cuál es el nivel actual de satisfacción al cliente en el restaurante Cevichito Pliz?
- ¿Cuál es el grado de importancia de las características de calidad en el servicio del restaurante según el cliente?
- ¿De qué manera la aplicación de la metodología despliegue de la función calidad (QFD), mejorará el nivel de satisfacción del cliente del restaurante Cevichito Pliz en la sede de Arequipa?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción al cliente posterior a las mejoras proporcionadas por la herramienta QFD?
- ¿De qué manera el diseño de mejora empleando la metodología QFD es viable económicamente para la empresa?

#### **1.2.4. Justificación de la investigación**

##### **1.2.4.1. Justificación teórica**

El desarrollo de la investigación aporta conocimientos acerca de la importancia de aplicar la metodología del despliegue de la calidad (QFD) a una empresa del sector de comida marina. Obteniendo un mayor conocimiento e importancia de la relación entre los procesos del área de servicios, específicamente en el proceso de atención al cliente.

La metodología QFD es una herramienta con la que se transmite desde el primer momento que es lo que desean los clientes y se busca la manera de cómo se puede satisfacer esa necesidad, a través de las interacciones con los clientes, pues permite recopilar y analizar la información de clientes actuales y potenciales.

##### **1.2.4.2. Justificación social**

El presente estudio beneficiará al restaurante Cevichito Pliz con la mejora en la atención al cliente debido a que la implementación de la metodología del despliegue de la calidad permite centrarse en todos los recursos ya sea humanos y materiales en la satisfacción de las expectativas de sus clientes, brindando a la empresa una ventaja competitiva y mejorando la toma de decisiones, accediendo a un mejor posicionamiento y liderazgo en dicho mercado.

De igual manera los clientes tendrán un beneficio al momento del cumplimiento de sus expectativas, mejorando su percepción del servicio de atención; ya que, con los recursos, procesos, herramientas implementadas por el restaurante brinda productos y atención de calidad, motivándolos y creando relaciones duraderas.

##### **1.2.4.3. Justificación práctica**

Se tiene la finalidad de optimizar el servicio de atención al cliente y competitividad del restaurante Cevichito Pliz. La propuesta de la aplicación de la metodología despliegue de la calidad aportara las técnicas de calidad necesarias en el servicio brindado por el restaurante para cubrir las expectativas de los clientes y generar nuevas oportunidades en el mercado.

Con la implementación de las técnicas de calidad se darán soluciones positivas y creativas generando grandes beneficios hacia la empresa como; minimizar el tiempo de espera, agilizar la toma de órdenes, la presentación de los platos, diferenciación de marca, entre otros, planteando estrategias orientadas a fidelizar a los clientes y mitigar los problemas del proceso de atención del servicio, con el objetivo de brindar una experiencia adecuada del servicio.

Por lo que, con la presente investigación se quiere saber de qué manera los clientes evalúan el servicio de comida marina y cuáles son sus expectativas, de tal forma que con la mejora de calidad de los procesos se convierta en una herramienta competitiva para la empresa, con la finalidad de reducir las quejas e incrementando la satisfacción del cliente, teniendo como beneficio fundamental el cual es fidelizar a los clientes, lo que conlleva incrementar las ventas.

### **1.2.5. Limitaciones de la investigación**

Las limitaciones de la presente investigación fueron:

- El tiempo requerido que se tomó al realizar las distintas visitas al local.
- El acceso a los clientes diarios del restaurante que brindaron su tiempo para llenar la encuesta realizada.
- El tiempo requerido por parte de los socios de Cevichito Pliz.
- El tiempo y acceso a los trabajadores de Cevichito Pliz.

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo general**

Mejorar el nivel de satisfacción del cliente aplicando la metodología QFD en el restaurante Cevichito Pliz en la sede de Arequipa.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

OBJ. 1: Analizar la situación actual de los procedimientos realizados en el restaurante y determinar el nivel actual de la satisfacción al cliente de Cevichito Pliz.

OBJ 2: Determinar el grado de importancia de las características de calidad en el servicio del restaurante según el cliente y elaborar un diseño de mejora del nivel de satisfacción en el restaurante aplicando la metodología despliegue de la función de calidad.

OBJ. 3: Describir la implementación del diseño de mejora y el nivel de satisfacción al cliente en el restaurante Cevichito Pliz, posterior a las propuestas.

OBJ. 4: Analizar la viabilidad económica del diseño de mejora propuesto por la metodología QFD para el restaurante.

### **1.4. Hipótesis**

El restaurante Cevichito Pliz incrementará la satisfacción de los clientes ejecutando las mejoras implementadas por la metodología despliegue de la función de la calidad (QFD).

## 1.5. Variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de las Variables de Investigación*

<b>Variables</b>	<b>Clase de Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Nivel de medición</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>
Metodología Despliegue de la Calidad (QFD)	Independiente	- Variedad de platos	- Cantidad de platos nuevos	-N° de platos nuevos	Metodología utilizada en la ingeniería de la calidad y poder realizar productos adaptándose a los gustos y necesidades del cliente. (Jimeno, 2012)	Medición resultante de la encuesta diagnóstica, conformada por 13 preguntas con la clasificación de los atributos KANO.
		-Cantidad	- Nivel de cantidad en cada plato	-Cantidad en cada plato		
		- Promociones	- Nivel de promociones	-Cantidad de promociones		
		-Presentación	- Presentación del empaquetado	-Cantidad y detalle de envases primario y secundario		
		- Atención al cliente	- Nivel de atención al cliente	-N° de capacitaciones del personal		
Satisfacción del cliente	Dependiente	- Satisfacción del cliente	- Clientes satisfechos	-Porcentaje	Es el resultado de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa. (Camisón, Cruz, & González, 2014)	Medición resultante de la encuesta diagnóstica, conformada por 13 preguntas

## **1.6. Marco metodológico**

### **1.6.1. Nivel de investigación**

El nivel de investigación que se presenta es descriptivo. La investigación descriptiva tiene como objetivo caracterizar la población estudiada. También el determinar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos u otros fenómenos a analizar. Es decir, miden o recogen datos y transmiten información sobre los diversos conceptos, variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o problema en estudio. (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p.108)

Este tipo de investigación ayuda a una mejor aplicación de la metodología QFD, ya que la finalidad es describir la situación actual del restaurante, un determinado evento o fenómeno, como el problema que se manifiesta siendo las continuas quejas y disminución de satisfacción de clientes, se recopilan datos de ese determinado momento y posteriormente se sistematiza, describe y analiza los datos recopilados.

### **1.6.2. Diseño de investigación**

El tipo de diseño pre-experimental es un caso único, su grado de control es mínimo con diseño de un estudio de caso con una sola medición y diseño de preprueba/postprueba con un solo grupo. Es un determinado estudio en el que una cantidad de personas o grupo se expone a un tratamiento o condición y posteriormente se mide para observar si hubo algún efecto. No hay un grupo de control para comparar. (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p.163)

La investigación trata de un diseño de investigación pre-experimental, por lo que son esquemas donde se analiza y observará a un grupo de usuarios posterior a la aplicación de la metodología, con la finalidad de comprobar si la metodología puede causar cambios en el problema principal.

### 1.6.3. Población y muestra

#### 1.6.3.1. Población

La población es el conjunto total de individuos de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones. (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p.199)

Por ello la población se constituye por los consumidores en Cevichito Pliz, son clientes que visitaron el restaurante.

#### 1.6.3.2. Muestra

La investigación trata de un muestreo probabilístico ya que se brinda a la población la misma oportunidad de ser seleccionados, es de tipo aleatorio simple por lo que se considera que se tiene una población finita porque son cantidades de consumidores estimables; por ende, para la obtención de la muestra se utilizó la fórmula de poblaciones finitas.

$$n = \frac{N * (p * q) * Z^2}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * (p * q)}$$
$$n = \frac{317 * (0.5 * 0.5) * 1.96^2}{0.05^2 * (317 - 1) + 1.96^2 * (0.5 * 0.5)} = 173$$

Donde:

N (Total de la población) = 317

Z (Nivel de Confianza del 95%) = 1.96

p (Probabilidad de éxito) = 50%

q (Probabilidad de desacierto) = 50%

E (Error muestral) = 5%

Siendo el total de población 317 consumidores atendidos en el restaurante Cevichito Pliz en el mes de Mayo del 2023.

Teniendo como resultado a partir de la fórmula de población finita un total de 173 consumidores en el restaurante Cevichito Pliz, los mismos que fueron seleccionados de manera aleatoria y posteriormente fueron encuestados.

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

Para recolectar la información del restaurante Cevichito Pliz se utiliza la técnica de encuestas a los 173 consumidores donde se identifica la satisfacción actual del cliente y el grado de importancia de las características de calidad en el servicio del restaurante según el cliente en el restaurante Cevichito Pliz, siendo el instrumento el cuestionario y teniendo como materiales la encuesta realizada mediante un formulario de Google siendo esta validada por 2 expertos, cuaderno de apuntes y cámara de celular.

También se utilizará la técnica de observación, donde se obtiene la información e identificación de los procesos de recepción y entrega del producto, con ello se observa los problemas en las áreas del restaurante, número de trabajadores, procedimiento del trabajo, entre otros, con la ayuda de un cuaderno de apuntes y cámara del celular.

#### **1.6.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

Para procesar la información del restaurante principalmente será mediante un formulario de Google y luego se analizará mediante el programa Microsoft Excel. Utilizando el coeficiente de Alfa de Cronbach siendo un método de consistencia interna, el valor del coeficiente varía entre -1 y +1, el cual indicará que mientras más cerca este  $\alpha$  de +1 más alto será el grado de confiabilidad.

Posteriormente se plasmará en los formatos sugeridos por la metodología QFD, metodología Kano y se compararan las mejoras mediante cálculos de la ingeniería del menú, ingeniería de precios, manuales y estandarización de procesos.

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Marco teórico

##### 2.1.1. Antecedentes de la investigación

Se tiene en consideración los siguientes trabajos previos vinculados con el problema a investigar:

**Título:** Mejora de procesos productivos y de comercialización mediante estrategias basadas en la orientación al cliente de la gestión de la calidad total en una cervecería artesanal. **Autor:** Carlos Sebastian Beltran Carbajal, Luis Sebastian Gongora Galdos. **Año:** 2021.

Según los autores, la finalidad principal es realizar una mejora en los procesos productivos y comercialización que van de la mano con estrategias orientadas al cliente de la gestión de la calidad de la cervecera artesanal. Utilizaron herramientas, siendo las encuestas y la casa de despliegue de la calidad (QFD), con las que se analizó la situación actual y características técnicas para un producto inspirado por el cliente, teniendo los requerimientos/dimensiones del cliente que se medirán con la matriz del despliegue de la calidad los cuales son: el sabor, precio, variedad, aroma, puntos de ventas, diseño y presentación de envase, propiedades saludables, grado de alcohol, marca y espuma consistente.

Posteriormente obtienen distintos planes de acción llenos de estrategias para la mejora del proceso productivo y comercialización, partiendo desde la proyección de su demanda, determinan el tamaño mínimo de planta, la capacidad de equipos de producción, cantidad de producciones, establecer un bar propio de consumo multisensorial generando nuevas experiencias.

Finalmente con la ayuda de las herramientas mencionadas se centraron en el atributo siendo el sabor de la cerveza con un 46.30% de preferencia por el consumidor, de los tipos de cerveza el de maracuyá es la preferida con un 15.04% y donde pondrá más atención para la variedad, grado de alcohol y sabor de dicho producto y por último evaluaron la viabilidad económica de las propuestas teniendo una buena rentabilidad con un VAN de S/.56,060.64, un B/C de 1.0809 y una TIR de 44.21%. (Beltran Carbajal & Gongora Galdos, 2021)

**Título:** Enfoque QFD para diseño de servicios en el sector de hotelería en Lima - Perú.

**Autor:** Lucero Alejandra Callirgos Montoya. **Año:** 2021.

La autora tiene como finalidad brindar una mejora al servicio de hotelería teniendo como base la creciente tendencia del comercio virtual de la actualidad.

Por lo que, la autora utiliza la herramienta de la encuesta con una serie de preguntas para una muestra de 30 personas, con la cual se realiza la matriz del despliegue de la función de la Calidad (QFD), donde identifican las necesidades primarias y secundarias de los clientes respecto al servicio de un hotel, dentro de las cuales se identifican la relación con distintos factores como: el proceso de reservas y registro, alimentos, entretenimiento, transporte, infraestructura, variedad de platos, trato al cliente y servicio al cliente. Con la elaboración del modelo QFD tuvo como resultado diversas características que pueden ser mejoradas en el sector de hotelería, priorizando el sistema de registro de reserva que permita una eficiente base de datos para disminuir los tiempos de espera y alcanzar una mejor optimización de recursos, lo que trae consigo un incremento de la satisfacción del cliente, esta mejora va de la mano con la capacitación del personal para el uso de dicha mejora en el sistema, también el uso de una aplicación para comunicación constante con los clientes y que estos mismos puedan clasificar el servicio que se les brinda.

Finalmente el estudio demuestra que existe una oportunidad alta en el sector hotelero con las mejoras brindadas con la herramienta QFD y empleando las nuevas tecnologías. (Callirgos Montoya, 2021)

**Título:** Aplicación del QFD para el análisis de la satisfacción del cliente en la cafetería Black Mouth de la ciudad de Chachapoyas. **Autor:** Pablo Alfredo Rituay. **Año:** 2019.

Según el autor, el objetivo general es determinar el nivel de satisfacción del cliente, utiliza la herramienta de encuestas a los consumidores del objeto en estudio el cual es una cafetería, donde se aplica el método de despliegue de la función de calidad, identifica las necesidades y expectativas de los clientes y la competitividad de los productos, utilizando la herramienta de la encuesta a un grupo de 183 consumidores de la cafetería durante el año 2019. Donde se identifican las dimensiones o los “QUÉS” del cliente que serán medidos en la matriz QFD siendo el: sabor, temperatura, volumen, presentación, olor y precio.

Teniendo como resultado el producto con menor desempeño, define las distintas características de calidad y utiliza una última herramienta siendo la House of Quality, se muestra el resultado final de las características donde se concentran los esfuerzos futuros. Finalmente la herramienta del QFD identificó los ítems de calidad con mayor interés por parte de los consumidores siendo un 24% a la intensidad del sabor, un 19% a la intensidad del olor y un 16% a la temperatura al servir y al precio, superando estas exigencias para un mejor posicionamiento y mejorar la competitividad de la cafetería. (Alfredo Rituay, 2019)

**Título:** Diseño de la metodología despliegue de la calidad para mejorar el nivel de satisfacción del cliente del restaurante Vigo’s Pizza. **Autor:** Jackeline Patricia Barrantes Chavez, Karla Andrea Diaz Medina. **Año:** 2021.

Las autoras tienen como finalidad mejorar el nivel de satisfacción del cliente mediante el diseño QFD en la empresa Vigo's Pizzas, utilizan de apoyo la encuesta que van de la mano con la metodología Kano, dicha encuesta es aplicada a 31 clientes, y con un muestreo probabilístico "bola de nieve". Aplicando la metodología QFD y Kano miden las dimensiones del cliente, las cuales son: sabor, temperatura, ingredientes, promociones, ambiente y atención al cliente. Con el uso de las herramientas y metodologías mencionada obtienen planes de mejora, plan de marketing, distribución mediante el método SLP, capacitaciones y obtienen un incremento de 84% a 97% de satisfacción de los clientes gracias a que obtienen un requerimiento opuesto "R" con un 74% para la dimensión del sabor y tras la mejora del manual de estandarización de receta obtienen un requerimiento atractivo "A" con 42%, también realizó capacitaciones al personal impactando la retención de los clientes en un 95% y financieramente fue viable por tener un costo de oportunidad de capital del 17.67% y un VAN de S/.52,116.64 y un índice de rentabilidad de 2.4 indicando que por cada sol invertido obtiene 1.4 soles.

(Barrantes Chavez & Diaz Medina, 2021)

## **2.1.2. Bases teóricas**

### **2.1.2.1. Gastronomía Peruana**

Según, INEI (2023), en abril del año 2023 respecto al año anterior la actividad de restaurantes creció en 9,16%, siendo los grupos de restaurante que mostraron el crecimiento de 7.65% en los establecimientos de: pollerías, comidas rápidas, restaurantes, chifas, cevicherías, heladerías, carnes y parrillas; negocios que fueron más concurridos en los días de feriado largo por celebración de Semana Santa, y evolucionaron en respuesta a diversas promociones canalizadas por aplicativos móviles, la eficiencia de pagos digitales y la apertura de sucursales y franquicias.

### **2.1.2.2. Gestión de la calidad**

La gestión de la calidad es definida como una colección de técnicas, un nuevo paradigma o forma de dirigir, un sistema de gestión con una cierta filosofía de dirección, una opción estratégica o una función directiva más. Cuenta con una colección de métodos para diferentes aspectos del proceso administrativo con el fin de mejorar la dirección de recursos humanos como un instrumento útil para crear una organización orientada al cliente. (Camisón, Cruz, & González, 2014, p.50)

### **2.1.2.3. Medición para la calidad**

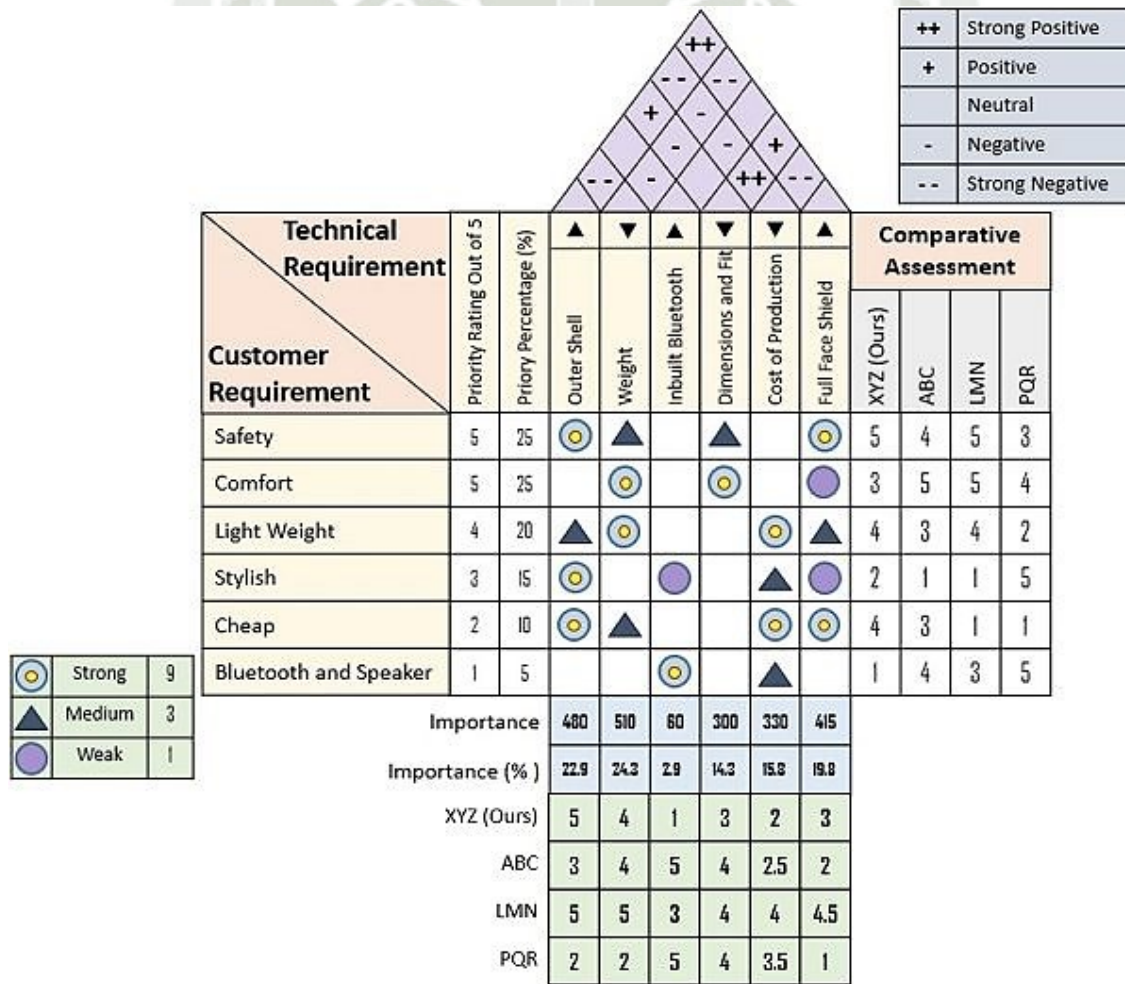
Las mediciones de calidad de productos y servicios se centran en los resultados de los procesos de producción y servicio. Las medidas utilizadas en el control de calidad se clasifican en una de dos categorías. El atributo de medida caracteriza la presencia o ausencia de desviaciones en una unidad de trabajo o el número de desviaciones en esta unidad. El segundo tipo de medición se llama medición variable. Las medidas variables se aplican a cantidades dimensionales como longitud, peso y tiempo, o cualquier valor en una escala de medida continua. Las medidas variables generalmente se expresan en medidas estadísticas como medias y desviaciones estándar. (James R & William M, 2014, p.377)

### 2.1.2.4. Metodología QFD (Quality Function Deployment)

El Despliegue de la función calidad QFD (Quality Function Deployment) es una metodología utilizada en la ingeniería de la calidad y poder realizar productos adaptándose a los gustos y necesidades del cliente. Con esta metodología se calcula matemáticamente qué características se añaden al diseñar un producto o brindar un servicio. Gracias a esta metodología ofrece una visión de cómo está el producto frente a la competencia para poder determinar cuáles son los aspectos prioritarios que se necesita mejorar. (Jimeno, 2012)

**Figura 1**

Diagrama QFD



Nota. Tomada de J., 2020.

- **Lista de los QUÉ**

Se incluyen los aspectos que los usuarios o clientes van a esperar del producto o servicio en la lista de los “QUÉ”. Este primer paso indica muchas cosas sin olvidarse ni despreciar ningún aspecto, ya que posteriormente se descartan los QUÉ que se consideran menos relevantes. (Jimeno, 2012)

- **Análisis de los QUÉ**

Posteriormente según la importancia se clasifican los “QUÉ”, por lo que se lleva a cabo una encuesta a los clientes potenciales donde la clasificación de importancia de cada aspecto es valorada en una escala de 1 y 5 (1 = no es importante, 5 = muy importante), dichas ponderaciones de importancia se ubican en una columna del Excel y serán utilizadas después. (Jimeno, 2012)

Luego las siguientes columnas son las de cuál es la situación actual del producto respecto a cada “QUÉ” y de la competencia, siendo valorada entre 1 y 5 para cada uno de los “QUÉ”, siendo 1 = muy mala situación y 5 = muy buena. Una vez realizado y teniendo en cuenta la importancia de cada “QUÉ”, se fija un objetivo al cual alcanzar entre 1 y 5, el cual colocamos en la siguiente columna. Seguidamente el ratio de mejora debe ser calculado, en el cual se divide la situación actual de cada QUÉ con su objetivo. Luego se realiza la columna del argumento de venta, teniendo un valor entre 1 y 1.5, siendo 1 = mal argumento y 1.5 = buen argumento. (Jimeno, 2012).

A continuación se calcula la ponderación absoluta, se realiza multiplicando la importancia, el ratio de mejora y el argumento de venta y luego se calcula la ponderación relativa en porcentaje y absoluta de cada QUÉ, se divide entre la suma de todas las ponderaciones absolutas. Finalmente con el resultado se sabe cuáles son los aspectos más importantes para mejorar en el producto o servicio. Teniendo el resultado de las ponderaciones se clasifican los “QUÉ” en función de su prioridad y se implanta sólo los que más ponderación tengan. (Jimeno, 2012)

- **Lista de los CÓMO**

El siguiente paso es definir los requisitos técnicos necesarios para que se cumplan dichos “QUÉ”, lo cuales fueron seleccionados en el paso anterior. Para ello, el siguiente paso es realizar una lista de “CÓMO” se puede cumplir con ellos. (Jimeno, 2012)

- **Relación entre los CÓMO**

La relación entre los “CÓMO” es el diagrama en forma de triángulo que hay encima del diagrama QFD, dándole como nombre y es conocido también como “La Casa de la Calidad”. En esta matriz triangular se indica las posibles internaciones entre los “CÓMO”, siendo positivas o negativas. En este punto del diagrama QFD es opcional y no se suele poner, a no ser que las interacciones sean muy fuertes. (Jimeno, 2012)

- **Relación entre QUÉ Y CÓMO**

Para el siguiente paso, esta matriz se ubica centro del QFD y su finalidad es relacionar los “QUÉ” demandados por el cliente con los “CÓMO”. De esta manera los aspectos abstractos son traducidos de la lista que se tiene de los “QUÉ” en características que se puedan medir de la lista de los “CÓMO”. Esta clasificación va entre 0 y 9 la relación entre cada “QUÉ” y cada “CÓMO”, siendo 0 = sin relación, 1 = baja relación, 3 = media relación, 9 = alta relación. (Jimeno, 2012)

- **Análisis de los CÓMO**

La última parte del QFD es calcular los objetivos técnicos por lo que se fija la dirección de cada “CÓMO”. Se calcula el peso absoluto y relativo de cada “CÓMO”. El resultado nos indica la importancia que tiene cada “CÓMO” en el total, y dependerá de qué manera esté relacionado con los “QUÉ”. Para cada “CÓMO” se calcula: Ponderación absoluta = Suma (Valor de cada celda de relación entre QUÉ y CÓMO \* Ponderación relativa del QUÉ asociado). (Jimeno, 2012)

Por último, se indica cuáles son los aspectos técnicos del producto actual y los de la competencia y se marca cuáles serán las características y objetivos futuros que se implementa al producto o servicio teniendo en cuenta la relevancia de esa característica en la ponderación y teniendo en cuenta también la situación actual de la competencia en cada una de las características. (Jimeno, 2012)

#### **2.1.2.5. Despliegue de la voz del cliente**

Según, Aiteco Consultores (2023) es una metodología relacionada con el QFD (Despliegue de la Función de la Calidad) cuya finalidad es transformar las expresiones y demandas del cliente en calidad del diseño. Se requiere técnicas de investigación cualitativa y su objetivo es identificar un alto rango de atributos que van de la mano en la satisfacción del cliente. Luego, el resultado brinda la obtención de una base fundamentada correctamente para desarrollar seguidamente una investigación cuantitativa con el uso de cuestionarios y encuestas. Se realiza mediante 3 procesos:

- **Obtención de la opinión del cliente**

Para la obtención de información se requiere un instrumento siendo la entrevista para los de grupos de discusión y focalizados, estos conforman una manera para explorar la opinión del cliente mediante un grupo de discusión semiestructurado. Dentro del contexto de la Calidad, un conjunto enfocado se compone de un grupo de clientes o usuarios que representan a las partes interesadas, y que comparten sus pensamientos y puntos de vista acerca de los productos y/o servicios de una empresa, además de expresar sus expectativas. (Aiteco Consultores, 2023)

Para las preguntas formuladas al momento de la discusión, pueden estar relacionadas a temas como:

- Causas de la satisfacción o insatisfacción derivada del producto y/o servicio.
- Descripción del servicio ideal.

- Significado para los usuarios de la Calidad de Servicio.
- Expectativas respecto al producto y/o servicio.
- Aspectos considerados como inadecuados.

El diseño de las preguntas también puede realizarse bajo el principio 5W1H:

- ¿Quién (Who) está utilizando el servicio? ¿Quién podría utilizarlo en el futuro?
- ¿Para qué (What) está siendo utilizado el servicio? ¿Para qué podría ser utilizado?
- ¿Cuándo (When) se presta el servicio? ¿Cuándo podría prestarse?
- ¿Dónde (Where) se requiere el servicio? ¿En qué otros sitios se podrían requerir?
- ¿Por qué (Why) se necesita el servicio? ¿Por qué otras razones se podrían necesitar?
- ¿Cómo (How) se emplea el servicio? ¿Cómo podría utilizarse? (Aiteco Consultores, 2023)
- **Análisis de la voz del cliente**

Se considera como la traducción del usuario, utilizando la herramienta de la Tabla de la Voz del Cliente. La finalidad es registrar el contexto de uso del producto o servicio para elaborar necesidades. Aiteco Consultores (2023) indica que se realiza “filtrando” la expresión verbal del usuario en el grupo mediante una rejilla compuesta, por ello las 5W1H: Quién – Qué – Dónde – Cuándo – Por qué – Cómo. Al elaborar las necesidades ayudan para determinar los atributos de calidad que requieren los clientes. Por lo tanto, facilita el diseño del cuestionario, que brindará información cuantitativa. Por ende, esta será la entrada, de la “Tabla de Planificación de Calidad”.

### · **Identificación y organización de atributos**

A continuación se muestran algunos de los atributos y beneficios obtenidos del análisis de las tablas :

- Recibir información clara y correcta.
- Recibir información completa y sin errores.
- Lenguaje comprensible y sencillez en los documentos y formularios.
- Que los trámites se lleven a cabo correctamente.
- Contar con personal preparado y formado para dar un buen servicio.
- Ausencia de errores. (Aiteco Consultores, 2023)

Los atributos finales están disponibles para formar la base de la elaboración de un cuestionario de satisfacción del cliente, basado en expresiones verbales directas del cliente. (Aiteco Consultores, 2023)

#### **2.1.2.6. Metodología KANO**

La metodología KANO se encarga de analizar la relación entre las características funcionales de un producto o servicio y el nivel de satisfacción que brindan a los clientes. Para la aplicación de este método se seleccionan las funciones de evaluación, se elabora un cuestionario de evaluación, se seleccionan los clientes a consultar, se realiza una encuesta que analiza los resultados obtenidos y estima el grado de relevancia y satisfacción de los usuarios de los cuales se dividen en:

- Cuestionable: Respuesta conflictiva porque el cliente dice que algo le gusta y le disgusta al mismo tiempo.
- Inversa: Son respuestas que expresan la desaprobación del cliente.
- Indiferentes: Ocurre cuando los clientes creen que un atributo puede o no existir.
- Atractiva: Esta respuesta indica que el rasgo evoca emociones muy positivas en los clientes.

- Deseada: Identificar las características que los clientes quieren que funcione bien y, en caso contrario, que se puedan mejorar. (Hammond, HubSpot, 2023)

Las empresas pueden utilizar estos parámetros para determinar la calidad de su servicio o producto. La teoría y la práctica fueron elaborados por el japonés Noriaki Kano a mediados de la década de 1980. Su creador destaca que es la funcionalidad del producto o servicio la que desencadena la satisfacción del consumidor, que cambia con el tiempo. En la figura 2 presentada se muestra cómo se miden los atributos respondidos en la encuesta por parte de los usuarios seleccionados. (Hammond, HubSpot, 2023)

**Figura 2**

*Cuadro de medición atributos KANO*

Pantalla de tablet sin luz azul			Caraterísticas disfuncionales (-)				
			Me gusta	Debe tenerla	Irrelevante	No agrada del todo	Totalmente disgustante
			1	2	3	4	5
Características funcionales (+)	Me gusta	1	Cuestionable	Atractiva	Atractiva	Atractiva	Deseada
	Debe tenerla	2	Inversa	Indiferente	Indiferente	Indiferente	Obligatoria
	Irrelevante	3	Inversa	Indiferente	Indiferente	Indiferente	Obligatoria
	No agrada del todo	4	Inversa	Indiferente	Indiferente	Indiferente	Obligatoria
	Totalmente disgustante	5	Inversa	Inversa	Inversa	Inversa	Cuestionable

*Nota.* Tomada de Hammond, Hubspot, 2023.

### 2.1.2.7. KANO – QFD

La relación del modelo Kano con el método QFD (Kano-QFD) tiene el objetivo de obtener las necesidades del usuario, identificar factores clave de diseño e implementar el diseño de la aplicación. El método Kano QFD se ha aplicado previamente al diseño de productos, diseño de interacción y diseño de experiencia de servicio y tiene dimensiones teóricas y prácticas. (Li & Kiesu, 2023)

Desde una perspectiva teórica, el modelo Kano tiene la ventaja de poder clasificar los requisitos de los usuarios, mientras que el método QFD ayuda a la planificación y el diseño. Combinando las ventajas de ambos para comprender los atributos de las necesidades del usuario, la transformación de los requisitos de diseño y la construcción del marco de diseño. Desde una perspectiva práctica, se ha demostrado repetidamente que Kano-QFD es eficaz en todo, desde productos industriales hasta productos digitales, y desde diseño de usabilidad hasta diseño de servicios. (Li & Kiesu, 2023)

#### **2.1.2.8. Calidad de servicio**

La calidad del servicio se define según la cercanía entre lo que se espera del servicio y lo que se experimenta en realidad. La calidad del servicio mide la medida en que los requisitos deseados del cliente son percibidos por el cliente después de tener una idea del servicio recibido. Es la última medida de la usabilidad de un producto y una medida de la satisfacción del cliente. (Camisón, Cruz, & González, 2014, p.193)

#### **2.1.2.9. Gestión de servicios**

La gestión de servicios es un conjunto de procesos que permiten monitorear, estandarizar y asegurar la mejora en los servicios y atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes. Con estos resultados, puede medir el desempeño, desarrollar la capacidad de innovar y garantizar la satisfacción de quienes interactúan con la organización. (Hammond, Hubspot, 2023)

#### **2.1.2.10. Proceso**

Un proceso es un conjunto de actividades realizadas por un individuo o grupo de personas cuyo propósito es transformar los datos de entrada en resultados útiles para el cliente. Es la transformación de un conjunto de insumos o inputs, incluidas operaciones y métodos o actividades, en productos o resultados que satisfagan las necesidades y expectativas del cliente en forma de productos, información, servicios o resultados en general. (Camisón, Cruz, & González, 2014, p.843)

#### 2.1.2.11. Gestión del proceso

La gestión de procesos implica planificar y gestionar las actividades necesarias para lograr un alto nivel de rendimiento en los procesos clave de la organización e identificar oportunidades para mejorar la calidad, la eficiencia operativa y, en última instancia, la satisfacción del cliente. (James R & William M, 2014, p.208)

#### 2.1.2.12. Mapeo del proceso

Usualmente, para detallar las etapas particulares en un proceso y su orden, se crea un gráfico del proceso o un diagrama de flujo, en conjunto con los procedimientos de operación habituales e instrucciones de trabajo. Los diagramas de flujo permiten a la gerencia estudiar y analizar los procesos antes de su implementación a fin de mejorar la calidad y el desempeño operativo. (James R & William M, 2014, p.214)

Sugiriendo los siguientes pasos:

- Comience con el resultado del proceso y pregunte: "¿Cuál es el último subproceso significativo que genera el resultado del proceso?"
- Para ese subproceso, preguntar: "¿Qué entradas se requieren para obtener la salida del proceso?"
- Para cada insumo, identifique su fuente. (James R & William M, 2014, p.215)

#### 2.1.2.13. Diagrama de Ishikawa

Es conocido como "Diagrama de Causa y Efecto" o "Diagrama de Espina de Pescado", siendo una herramienta que identifica las causas de un problema y posteriormente analiza los factores involucrados en el proceso, dicha herramienta fue creada por el ingeniero Kaoru Ishikawa en 1943, siendo una herramienta de gran ayuda visualmente y fácil entendimiento por cualquier persona, generando mejoras continuas en los procesos. La finalidad de la elaboración del diagrama es eliminar la causa raíz lo que significa corregir el propio problema. (Vieira, 2019)

#### 2.1.2.14. Poka Yoke

“Poka Yoke” viene del origen japonés y se conoce normalmente como “cero defectos” o “error inadvertido”, fue denominado por el ingeniero Shigeo Shingo. Se consideran como dispositivos Poka-Yoke los cuales evitan errores humanos en los procesos antes de que se conviertan en la realidad siendo un defecto, brindando a los trabajadores el centrar su atención en mejoras y actividades creativas agregando valor al producto. (Cabrera Calva, 2012)

El Dr. S. Shingo identifica tres tipos de inspección: La inspección de criterio es conocida por la “Inspección de Calidad”, donde identifican defectos que hacen que el producto no sea aceptable, identifica defectos del producto previa a su distribución, este punto es un camino costoso para mantener la calidad. La segunda inspección es informativa conocida también como “Después del evento”, utiliza datos de inspecciones previas para modificar el proceso productivo y prevenir los defectos recurrentes, en las etapas del proceso se conduce a una inspección logrando que el producto final esté libre de defectos. La inspección de la fuente del origen o de la causa raíz es “antes del evento”, el proceso de producción es más eficaz si las condiciones del trabajo son revisadas antes de iniciar la producción, eliminando causas raíz. (Cabrera Calva, 2012)

Existen tres métodos básicos de Poka Yoke, siendo el primero el método de contacto el cual consiste con un dispositivo sensitivo que detecta las anomalías en el acabado de algún componente, pieza o producto, el segundo método es de valor fijo o número constante que identifica las anomalías mediante la inspección de un número de movimientos específicos y el último método es de paso-movimiento o de secuencia de desempeño donde determina que los pasos se ejecutan en un orden determinado y las anomalías se detectan, es el evaluar si una etapa del proceso se realiza en el tiempo esperado y secuencia específica. (Cabrera Calva, 2012)

### 2.1.2.15. Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente hace referencia a una transacción específica y es el resultado de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa. Por tanto, se ha medido comparando la percepción del servicio recibido con las expectativas que éste tenía antes de recibirlo; es decir, satisfacción = percepciones – expectativas. De esta forma, la satisfacción sólo se consigue cuando la percepción supera las expectativas. En este caso se asigna una calidad de servicio. (Camisón, Cruz, & González, 2014, p.917)

### 2.1.2.16. Matriz BCG (Boston Consulting Group)

Roca Becerra (2023) señala que la matriz BCG conocida como la matriz de crecimiento – participación, siendo una herramienta de análisis estratégico elaborada por Boston Consulting Group en la década de 1970. Dicha matriz ayuda a evaluar los productos o líneas de negocios de una empresa con el objetivo de determinar cuáles son los productos más fuertes y los más débiles. La matriz representa a cada producto en un gráfico de dos dimensiones, mostrando la posición de cada producto dependiendo de su tasa de crecimiento del mercado y su participación de mercado. Los productos que muestran una alta tasa de crecimiento y una alta participación en el mercado son considerados productos “Estrella”; por otro lado, productos con una tasa de crecimiento baja y participación de mercado baja se consideran “Perros”. La matriz BCG también identifica productos que tienen una tasa de crecimiento baja y una alta participación de mercado se consideran productos “Vaca”, y una participación de mercado baja y alta tasa de crecimiento se considera productos “Interrogantes”.

Una vez que se realiza la matriz BCG de la línea de productos de cualquier empresa, según Roca Becerra (2023) es importante tomar acciones orientadas a los resultados de dicha matriz para la distinta clasificación. En cuanto a los productos estrella: estos productos tienen una alta participación de mercado y una tasa de crecimiento positiva, por lo que se requiere invertir en ellos para mantener su posición de liderazgo y aprovechar su potencial de crecimiento.

Algunas acciones para productos estrella que se pueden considerar son: aumentar la inversión en publicidad y promoción para fortalecer la imagen de marca y la lealtad de los clientes e investigar nuevas oportunidades de mercado y desarrollar nuevos productos relacionados. Por otro lado para los productos perros: estos productos tienen una baja participación de mercado y no presentan perspectivas de crecimiento. En esta situación, es necesario tomar una elección acerca de su destino, ya que mantenerlo no genera ganancias. Las opciones incluyen desechar el producto y enfocarse en otros productos con más potencial, mejorar la estrategia de marketing y promoción para incrementar la demanda y mejorar la imagen de la marca, o contemplar la posibilidad de licenciar o vender la tecnología o conocimientos relacionados con el producto. Para los productos vaca: tienen una baja rentabilidad y alta popularidad en el mercado; en este caso, se requiere una estrategia equilibrada que permita mantener la posición en el mercado, pero al mismo tiempo reducir los costos y mejorar la eficiencia de la producción, mejorar la calidad y atractivo del producto y considerar la posibilidad de diversificar la gama de productos o la entrada en nuevos mercados. Y por último los productos interrogantes: tienen una alta rentabilidad pero tienen una baja popularidad, es importante evaluar la posibilidad de mantenerlos y de invertir en ellos para mantener su posición en el mercado y aprovechar su potencial de ingresos. (Roca Becerra, 2023)

#### **2.1.2.17. Ingeniería de menú**

La ingeniería de menú fue diseñada por Michael L. Kasavana y Donald I. Smith en 1982, Veliz Lindo (2019) indica que esta herramienta se utiliza para determinar el rendimiento de cada plato de la carta con relación a los demás, para evaluar que platos son rentables y por ende tienen mayor demanda. Dicha técnica brinda el resultado de la rentabilidad y popularidad de cada plato de la carta y son clasificados utilizando la matriz BCG.

Esta herramienta ayuda a los administrados de los restaurantes para analizar costos y precios actuales de cada producto, su rentabilidad y popularidad, con el objetivo de tomar decisiones en cuanto a los platos de la carta y convertirlo en una gran herramienta de marketing y ventas del restaurante. (Veliz Lindo, 2019)

Avilés Garcia (2019) señala que la IDM le ofrece al Gerente del restaurante y jefe de cocina, información clave sobre márgenes de utilidad de su menú, de manera que el diseño de sus recetas y los precios al público puedan ser planeados de una manera efectiva. Este es un método para evaluar cada plato de su menú en relación con su contribución al margen de utilidad final total y de esta manera identificar cuáles son los que más conviene vender.

#### **2.1.2.18. Principio de Omnes**

Según Riquelme Barros (2019) el principio de Omnes es conocido como la ingeniería de precios, siendo desarrollado por M. Kolossey y D. Masonchi en 1983 para la venta en los establecimientos de alimentación, como los hipermercados y supermercados. Esta herramienta se ajustó para analizar los costos de los elementos del menú en los restaurantes, y también se integra en otra herramienta conocida como "Ingeniería de Menú". Los principios de Omnes son 4, los cuales permiten verificar si los precios establecidos dan posibilidades de elección de platos para todos los clientes, y analizar dichos precios para tomar decisiones. El primer principio trata de la dispersión de los precios: La apertura de precios (la diferencia entre el más alto y el más bajo) no debe ser mayor a 2,50 veces, si la carta está conformada de hasta 9 platos. Para cartas superiores a 9 platos o productos, este indicador no debe ser superior a 3,00. Segundo principio es la apertura o amplitud de la gama: Se analiza el interior de una gama de productos, dividiéndola en 3 partes iguales: zona baja (zona 1), zona media (zona 2) y zona alta (zona 3), se resta al precio del producto más caro el más barato, luego divide el resultado entre 3 (ancho de banda), al precio del producto más barato se suma el ancho de banda para conocer el límite superior de la gama baja y se vuelve a sumar el ancho de banda al límite superior anterior para obtener el de la gama media. (Riquelme Barros, 2019)

El tercer principio trata de la relación calidad / precio: también se le conoce como el principio de “la demanda con respecto a la oferta”, esta relación es igual a: Precio medio pedido/precio medio ofertado. Para una variedad de platos, cuando la relación se encuentra en el rango de 0.85 a 1.05, la relación calidad-precio se considera adecuada. Además, el cuarto principio se refiere a la promoción: Se debe anticipar la promoción antes de la demanda. La promoción implica resaltar un plato o producto. La promoción de productos, como los platos del día o las sugerencias, debe centrarse en aquellos platos que se encuentran en el rango de precios medio dentro de cada grupo. (Riquelme Barros, 2019).

#### **2.1.2.19. Método CSAT (Customer Satisfaction Score)**

CSAT o conocido como índice de satisfacción del cliente, es un método para medir la satisfacción del cliente respecto de una empresa, compra o interacción, realizando una encuesta de manera inmediata después de la compra del producto o la prestación de algún servicio, dicha encuesta utiliza la escala Likert de entre cinco y siete opciones. Dicho instrumento según los autores mide opiniones, percepciones y comportamiento del cliente con el uso de preguntas como “¿Qué tan satisfecho(a) te sientes con el servicio prestado?”, brindando a los clientes una posibilidad de alternativas de un extremo a otro y con opciones neutras, como muy satisfecho(a), satisfecho(a), indiferente, insatisfecho(a), muy insatisfecho(a). La principal ventaja de dicho método es que las encuestas son intuitivas y cortas para el encuestado y la principal desventaja del método es que refleja sentimientos a corto plazo por lo que es el último punto de contacto que un cliente tuvo con la empresa. Finalmente al tener las respuestas de la encuesta, la forma de calcular el % de satisfacción de cliente con el uso del método CSAT es dividiendo el nivel de clientes “Satisfechos y Muy Satisfechos” entre el total de clientes encuestados y el resultado multiplicarlos por 100. (Mbama & Ezepue, 2018)

## CAPITULO III:

### 3. ANÁLISIS SITUACIONAL

#### 3.1. Datos generales de la empresa

##### 3.1.1. Definición de la empresa

La Corporación Ruiz Reinoso Vizcarra SAC está conformada por 2 socios, es una empresa dirigida al servicio de la comida marina en la ciudad de Arequipa en el distrito de Yanahuara, teniendo como nombre comercial “Cevichito Pliz”.

El restaurante inicio sus operaciones en el año 2022 el mes de Octubre, teniendo menos de un año de servicio, su principal objetivo es la satisfacción de sus clientes, brindando alimentos de calidad y con un exquisito sabor gastronómico. Presenta una variada carta de comida marina, teniendo entradas, platos fríos, calientes, dúos y bebidas en un lugar higiénico, cómodo y agradable. Adicionalmente ofrece el servicio de delivery de la empresa dentro de la zona de Yanahuara, cumpliendo con las exigencias y requerimiento de cada cliente.

Los datos principales del restaurante son:

- RUC: 20609943123
- Razón Social: CORPORACION RUIZ REINOSO VIZCARRA SAC
- Tipo de empresa: Sociedad Anónima Cerrada
- Dirección legal: Calle Lima 300
- Distrito: Yanahuara
- Ciudad: Arequipa (SUNAT - Consulta RUC, 2024)

##### 3.1.2. Propuesta de misión

El restaurante Cevichito Pliz no cuenta con una misión establecida, por lo que se formuló la siguiente con los componentes de una declaración de misión.

Nievas (2021) da a conocer que la mayoría de los estudiantes y académicos de dirección estratégica consideran que una declaración eficaz presenta nueve características o componentes. Mostrando en la Tabla 2 los componentes de la propuesta de misión.

**Tabla 2**

*Formulación de la propuesta de misión*

<b>Elaboración de la propuesta de misión</b>	
<b>1. Clientes.</b>	Jóvenes entre 18 y 35 años
<b>2. Productos.</b>	Comida marina a través de insumos de calidad
<b>3. Mercados.</b>	La empresa compete en el distrito de Yanahuara, Arequipa
<b>4. Tecnología.</b>	La empresa cuenta con tecnología adecuada que permite lograr la satisfacción del cliente cumpliendo con sus exigencias oportunamente.
<b>5. Preocupación por el crecimiento.</b>	La empresa de manera continua busca brindar un producto único e innovador, lo cual le brinda crecimiento y rentabilidad.
<b>6. Filosofía.</b>	NO ESPECIFICA
<b>7. Autoconcepto.</b>	Empresa innovadora, con procesos integrados que trabaja para superar las expectativas del cliente.
<b>8. Preocupación por la imagen pública.</b>	NO ESPECIFICA
<b>9. Preocupación por los empleados.</b>	Equipo competente y comprometidos en proporcionar un excelente servicio y satisfacción.

*Nota.* Se especifican y detallan los 9 puntos para la propuesta de misión.

La misión propuesta fue la siguiente:

Buscamos la excelencia en la preparación de la comida marina a través de insumos de calidad y de forma innovadora en un ambiente agradable para jóvenes de 18 a 35 años en el distrito de Yanahuara - Arequipa, contando con la tecnología necesaria y estar conformados por un equipo competente y comprometidos en proporcionar excelente servicio y satisfacción.

### 3.1.3. Propuesta de visión

El restaurante Cevichito Pliz no cuenta con una visión establecida, por lo que Santander universidades (2023) determina que la visión se debe representar de una forma clara y realista los principios que dan una identidad a esta empresa y responder a cuestiones como: ¿qué se desea lograr o en que queremos convertirnos?, ¿dónde queremos estar en un futuro? y ¿Cómo lo conseguiremos?

**Tabla 3**

*Formulación de la propuesta de visión*

Pregunta	Análisis
¿En qué queremos convertirnos?	Ser reconocido a nivel local en el distrito de Yanahuara como la mejor cevichería de comida marina.
¿Qué resultados queremos alcanzar en el futuro?	Altos estándares de calidad en el servicio y en la creación de experiencias placenteras para el paladar de nuestros clientes.
¿Cómo queremos vernos o que nos vean en el futuro?	Excediendo las expectativas de los clientes, con el personal capacitado, con calidad humana, principios éticos y transparencia.

*Nota.* Se especifican los 3 puntos para la formulación de la visión.

La visión propuesta fue la siguiente:

Cevichito Pliz busca ser reconocido como el mejor restaurante de comida marina a nivel local en el distrito de Yanahuara, por los altos estándares de calidad en el servicio y creando experiencias agradables al paladar de nuestros clientes, excediendo sus expectativas, con el personal capacitado, con calidad humana, principios éticos y transparencia.

### 3.1.4. Productos y/o servicios que brinda la empresa

**Tabla 4**

*Carta de productos del restaurante Cevichito Pliz*

Entradas	Platos calientes	Platos fríos	Bebidas	Dúos	Postres
Tiradito	Chaufa de mariscos	Cevichopp Ceviche de pescado clásico	Coca cola/Inca Kola/Fanta/Sprite/Kola Escocesa	Plato caliente + Plato frío	Queso helado
Choritos a la chalaca	Arroz de mariscos	Ceviche carretilero	Pilsen/Cusqueña	Plato caliente + Plato caliente	
Causa a lo macho	Arroz de la casa	Pulpo al olivo	Stella Artois		
Causa de pulpo al olivo	Chicharrón de pescado	Ceviche de erizo	Budweiser		
Causa de pulpo en crema de aceituna	Filete de pescado	Ceviche de pescado y pulpo	Corona		
Causa de pulpa de cangrejo	Parihuela	Ceviche de conchas negras	Agua		
Pulpo a la chalaca	Chilcano especial	Ceviche en cremas Pulpo en crema de aceituna Ceviche Mixto	Limonada/Limonada Frozen Maracuyá Chicha morada Smirnoff/Powerade		

*Nota.* Se indica los grupos de clasificación de platos que brinda el restaurante Cevichito Pliz

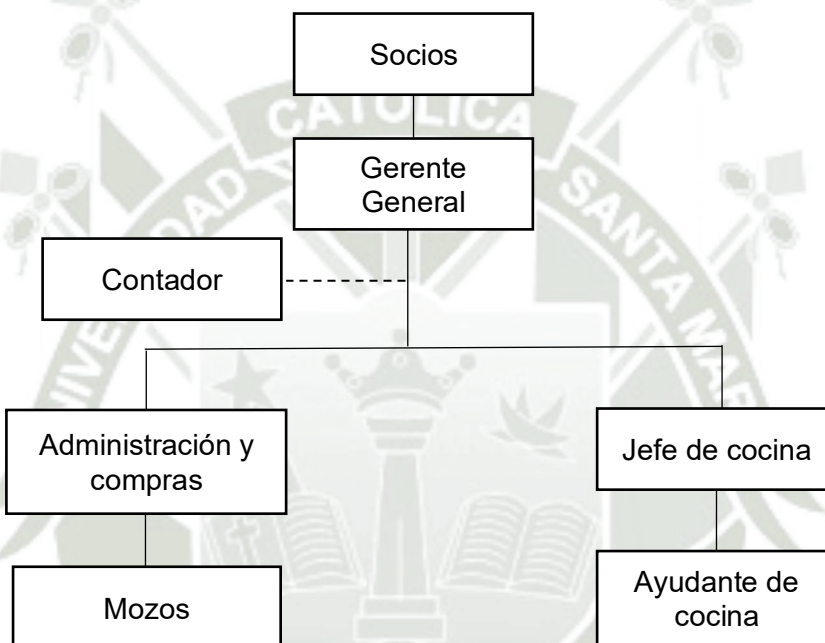
### 3.1.5. Organización

#### 3.1.5.1. Organigrama de la empresa

Mediante el organigrama de la empresa presentado a continuación se detallaron las posiciones que conforma el grupo de trabajo del restaurante.

**Figura 3**

*Organigrama de la empresa Cevichito Pliz*



*Nota.* Elaboración propia

#### 3.1.5.2. Responsabilidades

- Socios: Los 2 socios son encargados de firmar contratos, la búsqueda de nuevos concesionarios, hacer seguimiento de pagos de facturas, evalúan diariamente el estado compras y ventas y analizan los ingresos de nuevo personal y remuneraciones.
- Gerente general: Se encarga de analizar las estrategias, metas a corto y largo plazo, con la finalidad de que la empresa tenga un buen direccionamiento. Toma decisiones de la mano de los accionistas, tomando nuevas oportunidades.

Principalmente mantiene en armonía los departamentos para que exista un nuevo clima laboral y cumplan sus responsabilidades.

- Contador: Realiza y prepara los estados financieros a la SUNAT, también realiza el pago de las regulaciones y obligaciones fiscales y se encarga de efectuar los pagos y seguimiento de los trabajadores.
- Administración y compras: Encargado de las compras semanales y diarias, responsable de la coordinación de las áreas de trabajo, organiza al personal, es encargado de la selección y contratación del personal y escucha las sugerencias y reclamaciones de los clientes.
- Jefe de cocina: Encargado directo de la preparación y decoración de platos, es responsable de los requerimientos de insumos, de probar cada insumo preparado y dar el visto bueno; por último, el entrenar y capacitar al ayudante de cocina.
- Ayudante de cocina: Elaborar la preparación de platos de acuerdo con los requerimientos del jefe de cocina y apoyar en la limpieza y mantenimiento de la zona de trabajo.
- Mozos: Encargados de la atención a los clientes, recojo, limpieza y reposición de elementos en las mesas, limpieza y mantenimiento del comedor. Tener conocimiento de los ingredientes de los platos y detalle de la carta por completo para absolver dudas y consultas de los clientes.

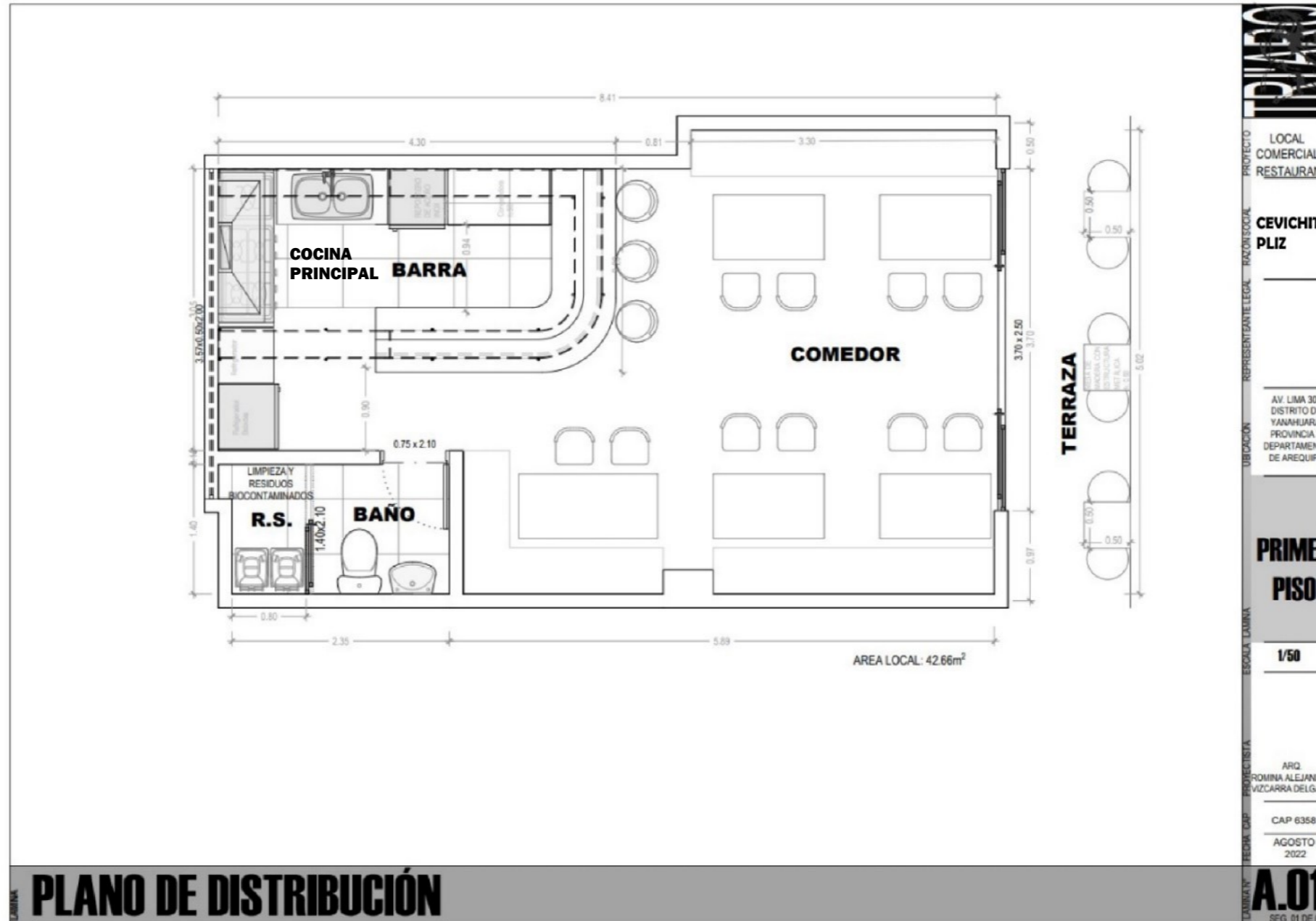
### **3.1.6. Diagnóstico general de estudio**

#### **3.1.6.1. Distribución de las áreas del restaurante**

A continuación se muestran las distintas áreas del restaurante y las distancias en la figura 4 siendo la cocina principal, área de la barra, baño, terraza y comedor.

Figura 4

Plano de distribución Cevichito Pliz

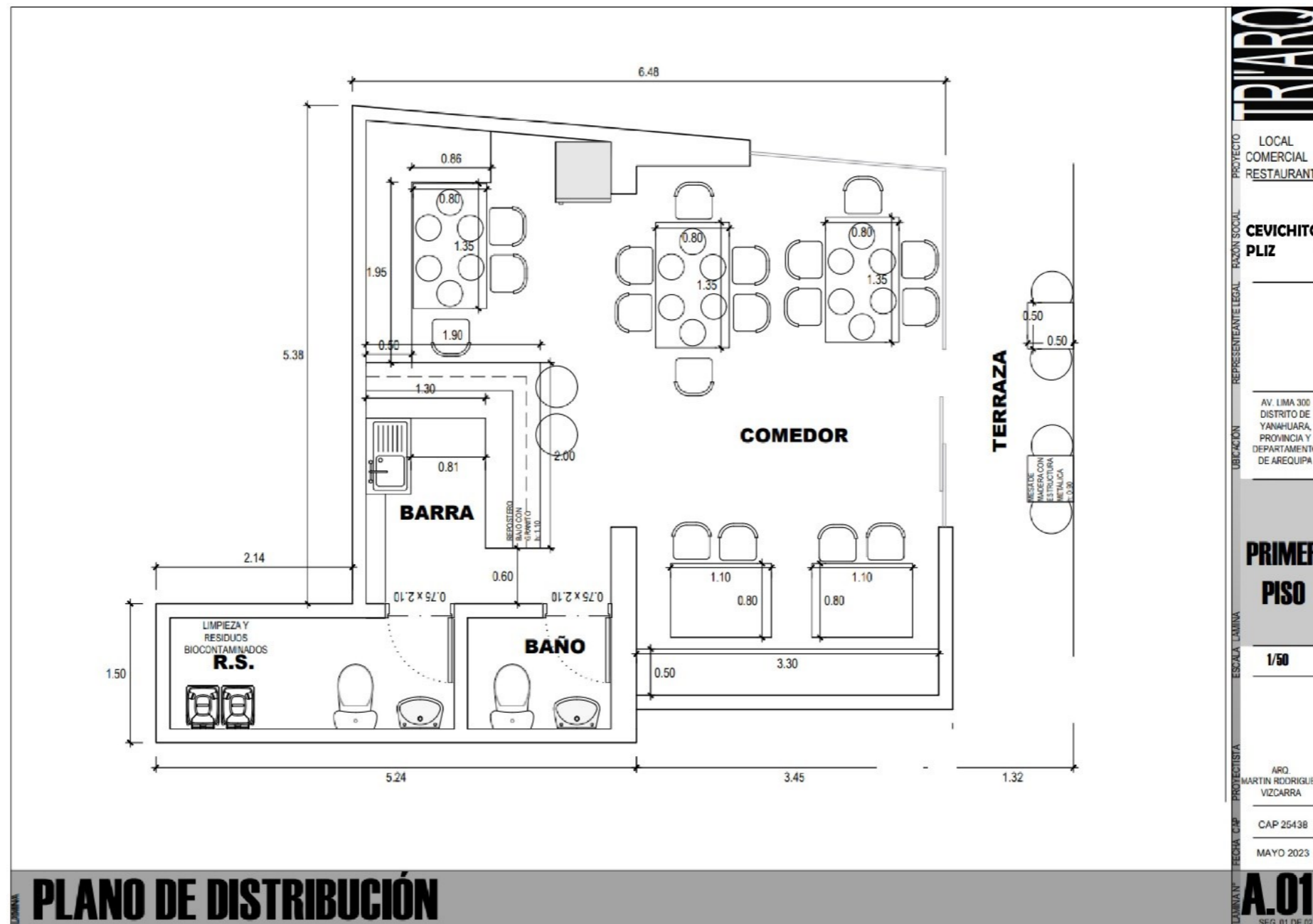


Nota. Distribución de área principal - Arq. Romina Alejandra Vizcarra Delgado

Se tiene la expansión del restaurante en los planos de la figura 5 teniendo el área de la barra, comedor, baño y terraza.

**Figura 5**

*Plano de distribución la expansión Cevichito Pliz*



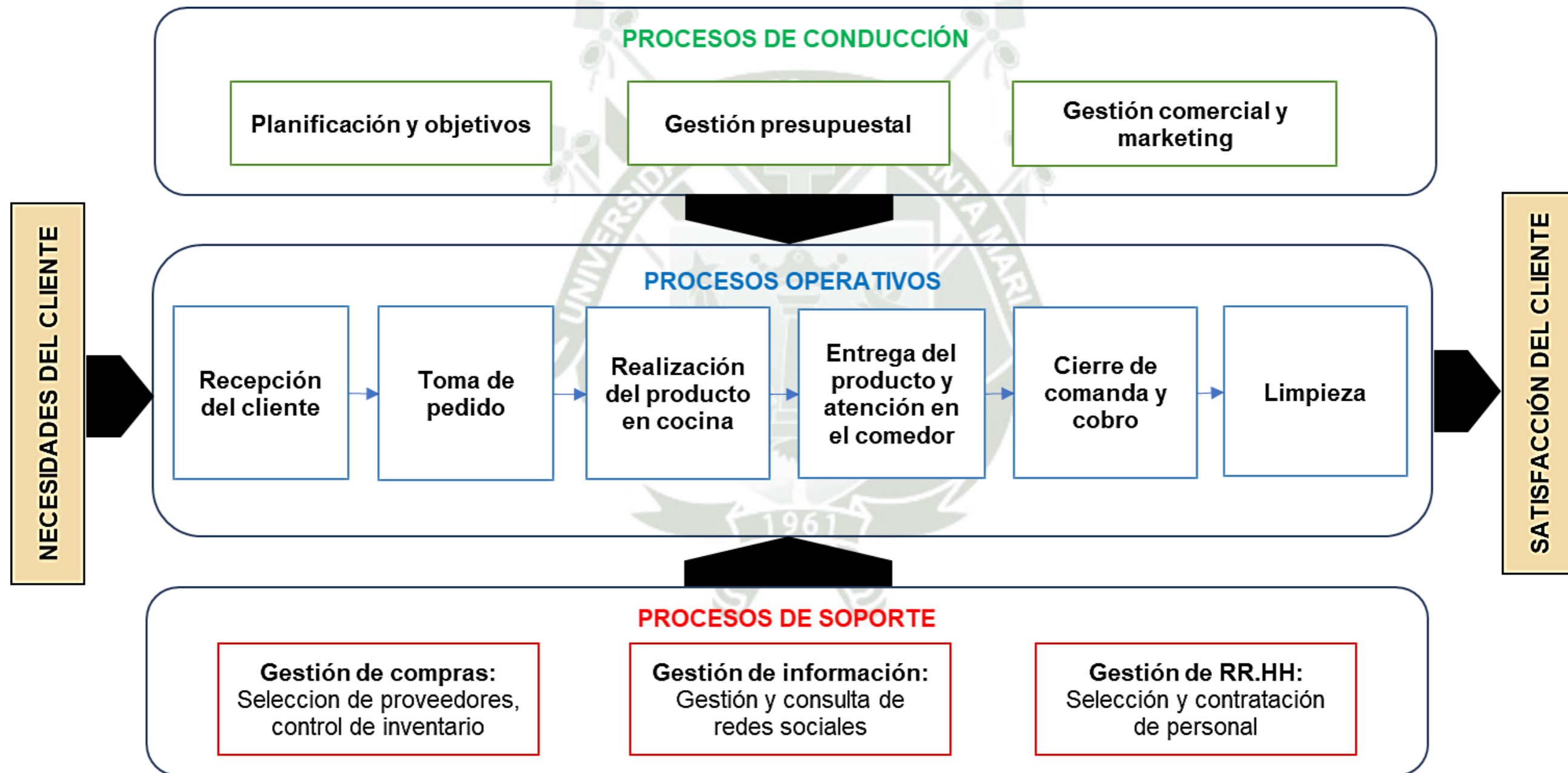
Nota. Distribución área secundaria – Arq. Martín Rodríguez Vizcarra

### 3.1.6.2. Mapa de procesos

Se realizó un mapa de procesos para la visualización de los procesos de conducción, operativos y de soporte en el restaurante Cevichito Pliz como se muestra en la figura 6. El trabajo de investigación está enfocado en mejorar la atención al cliente satisfaciendo sus expectativas y necesidades, por lo que es un proceso crítico dentro del restaurante, porque si ese proceso es deficiente el negocio no puede desarrollarse y seguir avanzando.

**Figura 6**

*Mapa de procesos de Cevichito Pliz*



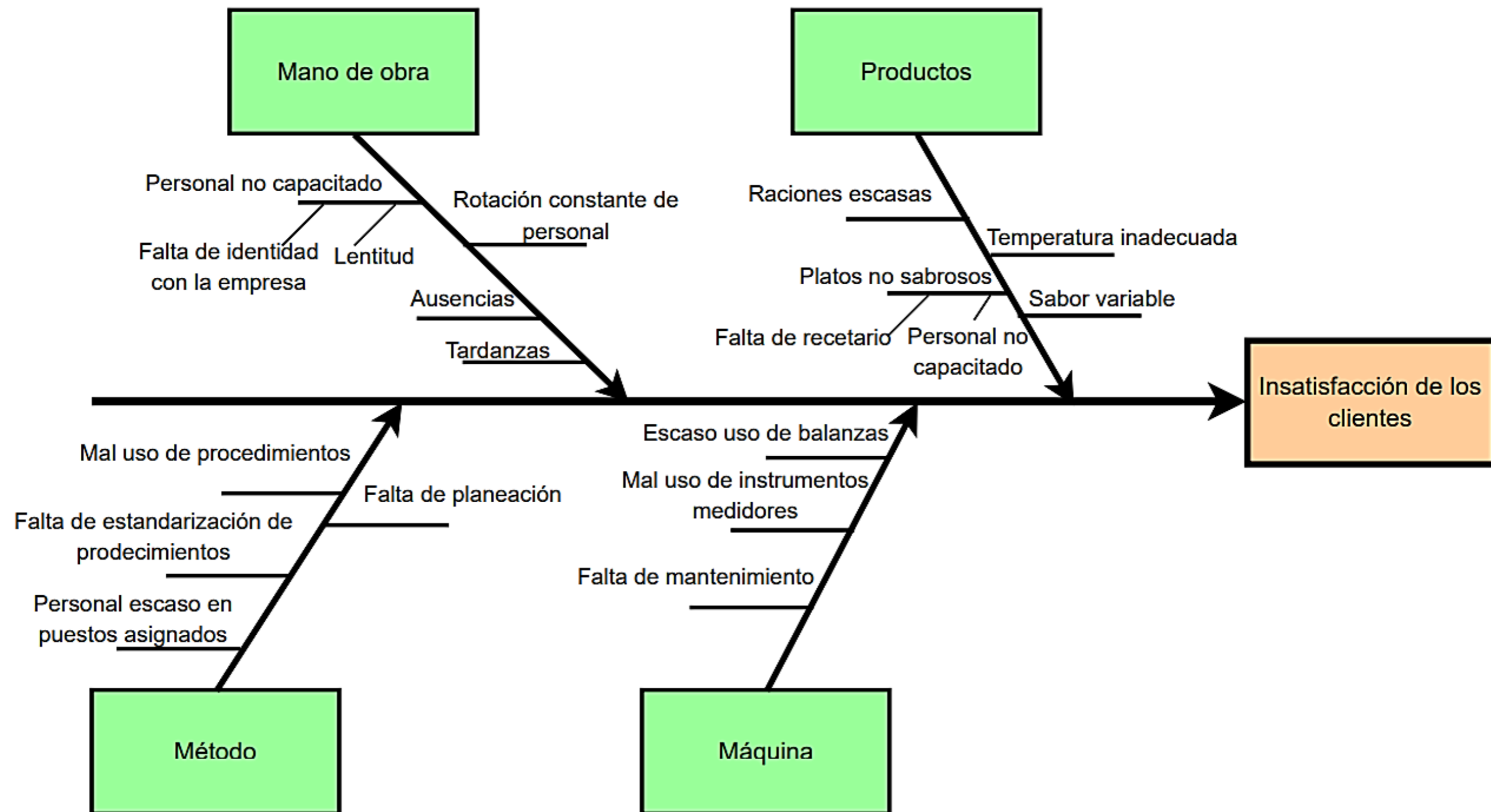
*Nota.* Se detallan los procesos de conducción conocidos también como procesos estratégicos, procesos operativos y de soporte.

### 3.1.6.3. Diagrama Ishikawa

Mediante la herramienta del diagrama de Ishikawa que se muestra a continuación, se obtuvieron causas y sub-causas de la ineficiencia atención a los clientes, lo que genera insatisfacción en ellos, con la finalidad de analizar el servicio del restaurante Cevichito Pliz y mejorar la calidad de tal forma que minimicen las quejas y reclamos por un servicio mal brindado, aumentando la eficacia del servicio, generando una buena imagen de la empresa hacia el cliente.

**Figura 7**

*Diagrama Ishikawa*



*Nota.* Se detallan las causas del problema principal siendo el método, mano de obra, productos, socios y maquinaria.

#### 3.1.6.4. Proceso del servicio de atención en Cevichito Pliz

El servicio de atención en Cevichito Pliz empieza cuando el cliente llega e ingresa al local y decide sentarse en una mesa, luego el mozo que se encuentra libre se acerca a la mesa para brindar la carta a todos los clientes y recomienda las ofertas del día.

Posteriormente el cliente llama al mozo, el cual toma la orden y se dirige al área de la barra donde registra el pedido en el sistema del restaurante e imprime la orden y la lleva al área de cocina para brindar el pedido al ayudante de cocina. Teniendo la orden de pedido en el área de cocina, inician la preparación, mientras que el mozo se encarga de llevar las bebidas de la orden a la mesa.

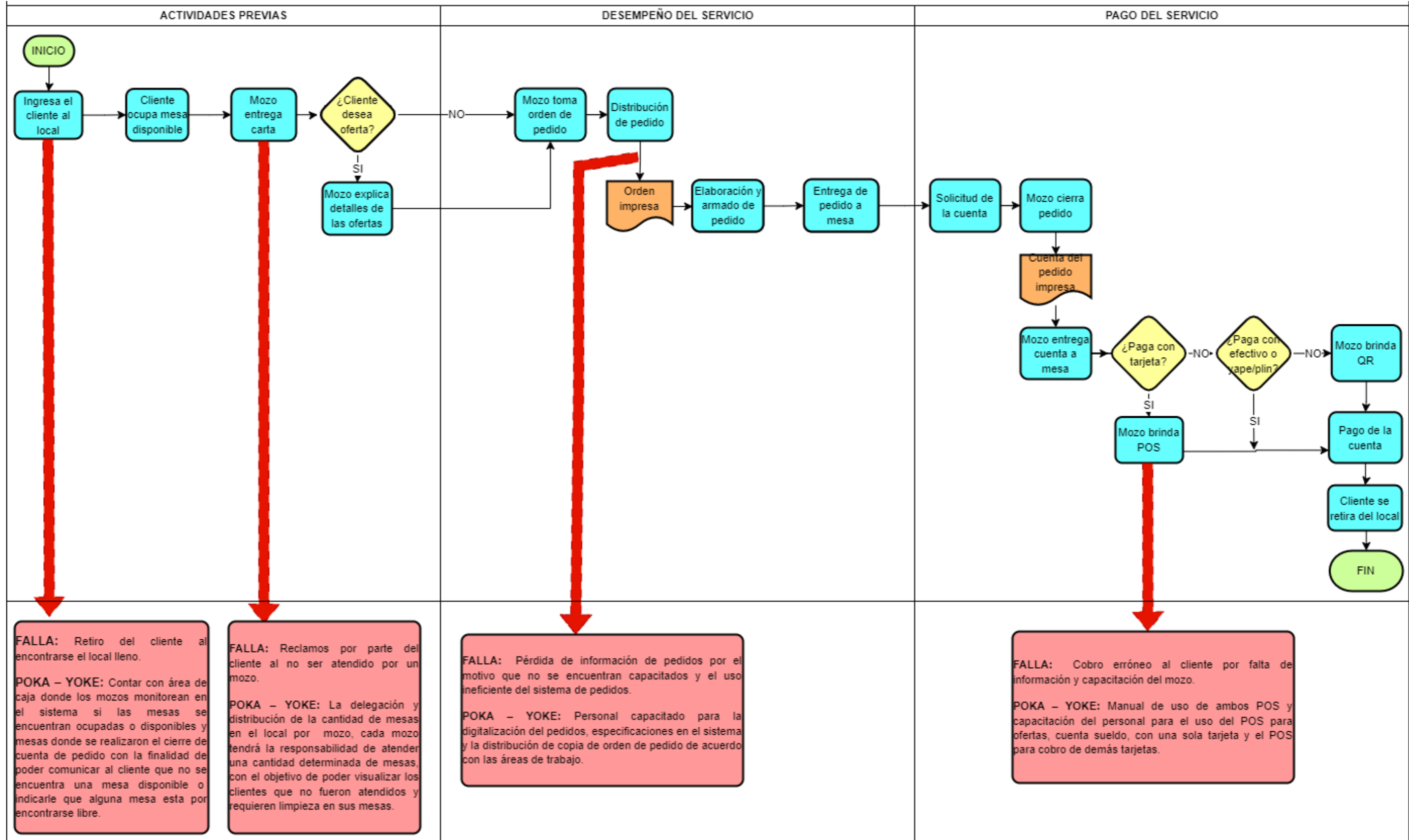
Una vez que los platos de la orden estén listos son dejados en la zona de la barra donde es la entrega de platos, el mozo se dirige a la barra a recoger la orden y verifica si los platos preparados son correctos con el pedido; caso contrario, solicita al área de cocina los platos pendientes y observaciones. Luego de la verificación del mozo y el área de cocina, este lleva la orden a la mesa.

Finalmente cuando el cliente esté listo solicita la cuenta al mozo, entonces el mozo se acerca a la barra a realizar el cierre de pedido de la mesa en el sistema de facturación de la empresa, imprime la cuenta, la lleva al cliente y le pregunta si desea factura o boleta, luego consulta con que medio de pago decide pagar, ya sea con tarjeta, efectivo, yape o plin, dependiendo de su respuesta el mozo llevará el código QR de escaneo para el yape o plin; caso contrario, llevara el POS para cobrar con la tarjeta del cliente, una vez que el cliente realiza el pago se brinda la boleta o factura y se retira del local.

A continuación se muestra el diagrama del flujo del proceso de servicio de Cevichito Pliz en la sede de Yanahuara:

Figura 8

Diagrama de flujo del servicio de Cevichito Pliz y observaciones Poka Yoke



Nota. Se detallan las fallas en procesos específicos del servicio de atención al cliente y sus observaciones Poka Yoke.

Con el uso de la herramienta Poka Yoke se tomaron medidas con el tercer método que es la secuencia del desempeño donde se identificaron fallas en 4 procesos del servicio en el restaurante en el figura 8 previamente mostrado, siendo los siguientes medidores utilizados:

En el primer proceso cuando el cliente ingresa al local, en el área de caja los mozos monitorean en el sistema si las mesas se encuentran ocupadas o disponibles y mesas donde se realizaron el cierre de cuenta de pedido con la finalidad de poder comunicar al cliente que no encuentra una mesa disponible, que alguna mesa esta por encontrarse libre.

En el proceso del mozo brindando la carta al cliente, la delegación y distribución de la cantidad de mesas en el local por cada mozo, cada mozo tendrá la responsabilidad de atender una cantidad determinada de mesas, con el objetivo de poder visualizar los clientes que no fueron atendidos y requieren limpieza en sus mesas.

Para el proceso de distribución de pedido, personal capacitado para la digitalización del pedidos y especificaciones en el sistema y la distribución de copia de orden de pedido de acuerdo con las áreas de trabajo.

En el proceso de pago con POS, manual de uso de ambos POS y capacitación del personal para el cobro del POS para ofertas, cuenta sueldo y con una sola tarjeta y el POS para cobro de demás tarjetas.

#### **3.1.6.5. Proceso del servicio de delivery en Cevichito Pliz**

El servicio de delivery comienza cuando ingresa un mensaje o llamada al teléfono vía WhatsApp de la empresa, el cual es respondido por el mozo principal, él se encarga de preguntar al cliente si ya cuenta con el pedido listo, siendo negativa su respuesta, el mozo brinda la carta disponible, una vez que el cliente tenga su pedido y especificaciones de los platos el mozo confirma el pedido.

Posteriormente se solicita la información de dirección de entrega y nombre del cliente, después el cliente realiza el pago mediante yape, plin o transferencia.

Luego el mozo realiza la nota de pedido y envía la orden al área de cocina, se realiza la preparación y servido en tapers descartables, teniendo el pedido listo se entrega el pedido en barra y el mozo se encarga del empacado, impresión de la boleta de venta y verificación del pedido.

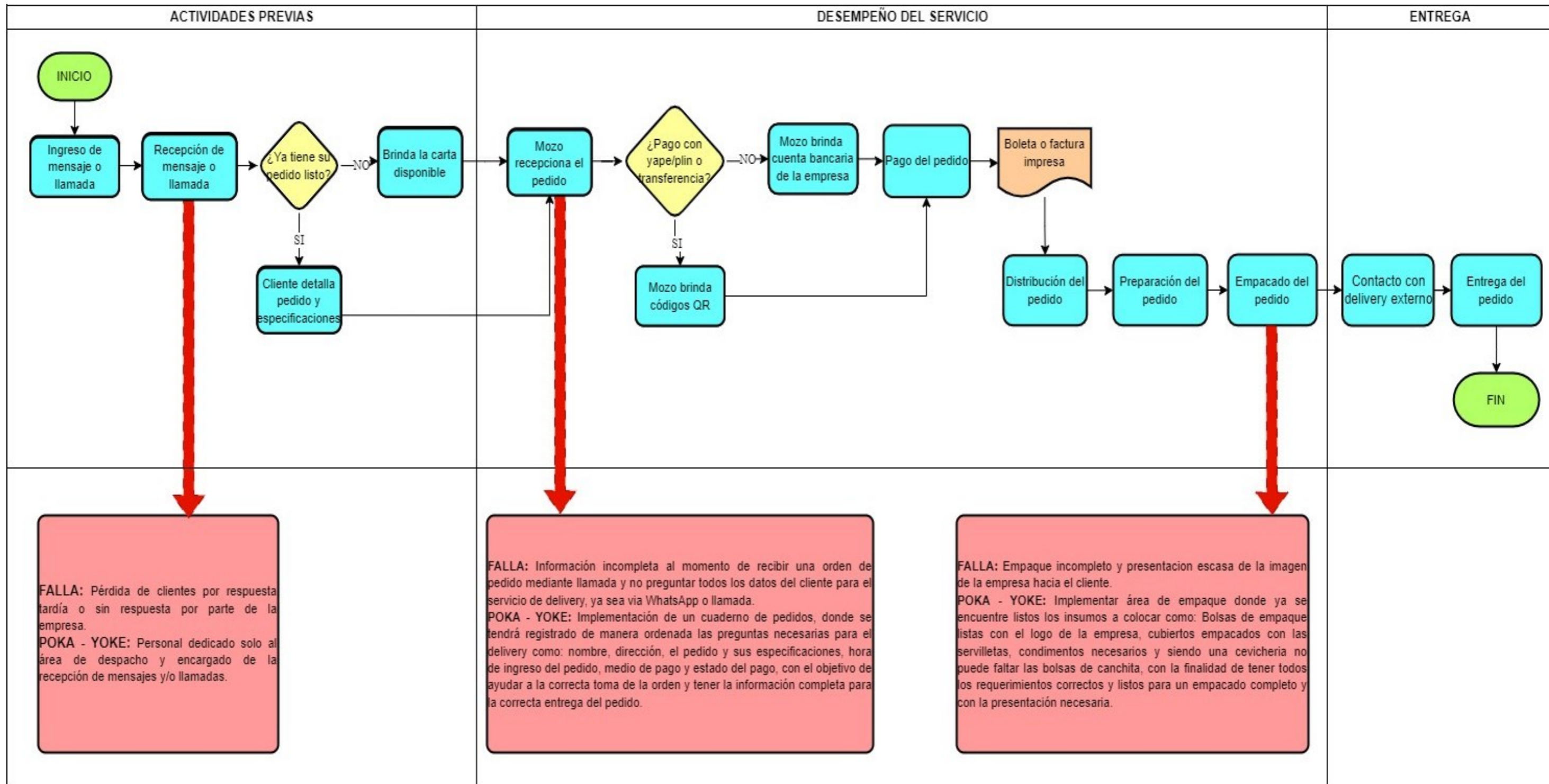
Finalmente el mozo llama a una empresa de delivery externo siendo esta “InDrive” llevando el pedido a la zona de entrega con la boleta o factura de pago.

A continuación se muestra el diagrama del flujo del servicio de delivery de Cevichito Pliz en la sede de Yanahuara:



Figura 9

Diagrama de flujo del servicio de Delivery de Cevichito Pliz y Observaciones Poka Yoke



Nota. Se detallan las fallas en procesos específicos del servicio de atención al cliente y sus observaciones Poka Yoke.

Con el uso de la herramienta Poka Yoke se tomaron medidas con el tercer método que es la secuencia del desempeño donde se identificaron fallas en 3 procesos del servicio de delivery en el restaurante en la figura 9 previamente mostrado, siendo los siguientes medidores utilizados:

En el segundo proceso que es la recepción del mensaje o llamada del cliente, se necesita de personal dedicado solo al área de despacho y encargado de la recepción de mensajes y/o llamadas.

En el proceso de la recepción del pedido, la implementación de un cuaderno de pedidos, donde se tendrá registrado de manera ordenada las preguntas necesarias para el delivery como: nombre, dirección, el pedido y sus especificaciones, hora de ingreso del pedido, medio de pago y estado del pago, con el objetivo de ayudar a la correcta toma de la orden y tener la información completa para la correcta entrega del pedido.

Para el empaque del pedido, implementar área de empaque donde ya se encuentre listos los insumos a colocar como: Bolsas de empaque listas con el logo de la empresa, cubiertos empacados con las servilletas, condimentos necesarios y siendo una cevichería no puede faltar las bolsas de canchita, con la finalidad de tener todos los requerimientos correctos, ordenados y listos para un empaque completo y con la presentación necesaria.

## CAPITULO IV

### 4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

#### 4.1. Desarrollo de metodología QFD – Kano

En el presente capítulo se realizó la aplicación de la metodología Kano y QFD, también el despliegue de la voz de la calidad que es conocido como la “Voz del cliente”; por ende, el análisis se realizó a través de la obtención de la voz del cliente, identificando necesidades y expectativas, para saber de qué manera satisfacer dicha necesidad y enfocar los recursos necesarios para brindar una ventaja competitiva a la empresa.

Por ello QFD utiliza el método Kano el cual emplea preguntas funcionales y disfuncionales para medir los indicadores mencionados previamente, de tal forma que sirve como herramienta de valoración para priorizar los requerimientos del cliente y brinda una imagen más clara de los atributos/indicadores desde la opinión del cliente.

#### 4.2. Obtener la opinión del cliente

Se contó con datos de entrada de la voz del cliente, los que fueron realizados a través de la encuesta a una muestra de 173 clientes en un periodo de 33 días empezando el 28 de Julio del 2023 hasta el 29 de Agosto del 2023. Fueron un total de 13 preguntas, analizando los indicadores con preguntas funcionales y disfuncionales, teniendo preguntas de escala Likert, una pregunta dicotómica y de opción múltiple.

La confiabilidad de la encuesta fue medida por alfa de Cronbach, siendo 11 preguntas medidas por escala Likert, se detalla a continuación la interpretación del coeficiente de los rangos del alfa de Cronbach:

**Tabla 5**

*Rangos del Alfa de Cronbach*

Rangos	Magnitud
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta
0.41 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

*Nota.* Tomado de (Ruíz, 2002)

Teniendo como resultado  $\alpha = 0.72$ , considerado como una confiabilidad alta a la encuesta realizada.

**Tabla 6**

*Preguntas de la encuesta*

N° de Pregunta	Pregunta
1	Dirección de correo electrónico
2	¿A qué rango de edad pertenece?
3	Si Cevichito Pliz presenta una mayor variedad de opciones en su carta. ¿Usted cómo se siente?
4	Si Cevichito Pliz NO presenta una mayor variedad de opciones en su carta. ¿Usted cómo se siente?
5	Si al visitar el restaurante Cevichito Pliz, usted nota que los platos tienen la cantidad de comida necesaria y adecuada. ¿Usted cómo se siente?
6	Si al visitar el restaurante Cevichito Pliz, usted nota que los platos NO tienen la cantidad de comida necesaria y adecuada. ¿Usted cómo se siente?
7	Si Cevichito Pliz ofrece promociones/ofertas. ¿Usted cómo se siente?
8	Si Cevichito Pliz NO ofrece promociones/ofertas. ¿Usted cómo se siente?
9	Si usted realiza un pedido para llevar y nota que Cevichito Pliz brinda todo lo necesario en su empaque y presentación. ¿Usted cómo se siente?
10	Si usted realiza un pedido para llevar y nota que Cevichito Pliz NO brinda todo lo necesario en su empaque y presentación. ¿Usted cómo se siente?

- 
- |    |   |
|----|---|
| 11 | Si el personal de Cevichito Pliz le brinda un excelente trato. ¿Usted cómo se siente?   |
| 12 | Si el personal de Cevichito Pliz NO le brinda el trato que usted espera. ¿Usted cómo se siente?   |
| 13 | Del 1 al 5 ¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra con el servicio brindado por el restaurante Cevichito Pliz? (Siendo 1= Muy insatisfecho(a), 2= Insatisfecho(a), 3= Indiferente, 4= Satisfecho(a) y 5= Muy satisfecho(a)) |
- 

*Nota.* En la tabla se especifican las 13 preguntas de la encuesta de diagnóstico.

#### 4.3. Análisis de la voz del cliente

El siguiente paso para analizar la voz del cliente fue interpretar las respuestas de la encuesta para un diagnóstico actual de la satisfacción del cliente.

##### · **Pregunta N°1**

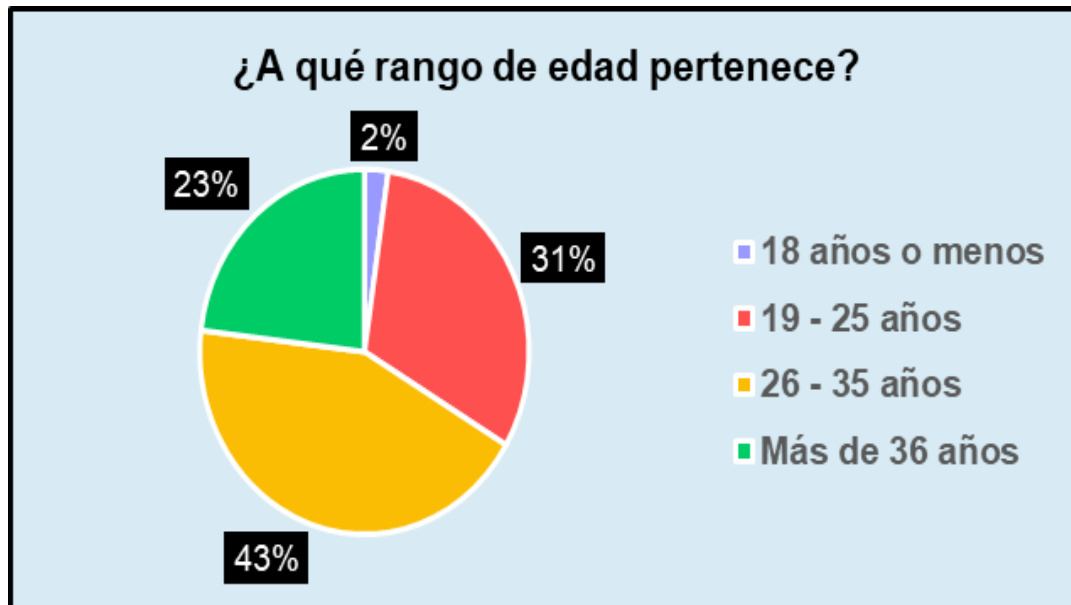
Dirección de correo electrónico: \_\_\_\_\_

La pregunta N°1 es la recolección de los correos electrónicos de los encuestados, teniendo un total de 173 correos.

##### · **Pregunta N°2**

¿A qué rango de edad pertenece?

- 18 años o menos
- 19 – 25 años
- 26 – 35 años
- Más de 36 años

**Figura 10***Pregunta N°2*

*Nota.* Respuestas de opciones en porcentaje de la pregunta N°2.

El 43% de los clientes se encuentran en un rango de 26 a 35 años, el segundo segmento de clientes es de un rango de edad de 19 a 25 años con un 31%, seguido de clientes mayores a 36 años con un total de 23% y finalmente solo el 2% son personas de 18 años o menos.

#### **4.3.1. Diagnóstico de la variable “Metodología Despliegue de la Calidad” QFD**

##### **4.3.1.1. Diagnóstico de la Dimensión: Variedad de platos**

**Diagnóstico del indicador:** Cantidad de platos nuevos

El restaurante Cevichito Pliz no realizó una evaluación de popularidad y rentabilidad de cada plato, por lo que no tienen un panorama actual de la importancia de los platos, desconocen cuales son los platos que mejor funcionan dentro de su carta y los que menos funcionan y deberían ser reemplazados. Para evaluar como observa este indicador el cliente, se tuvo la información de las siguientes preguntas:

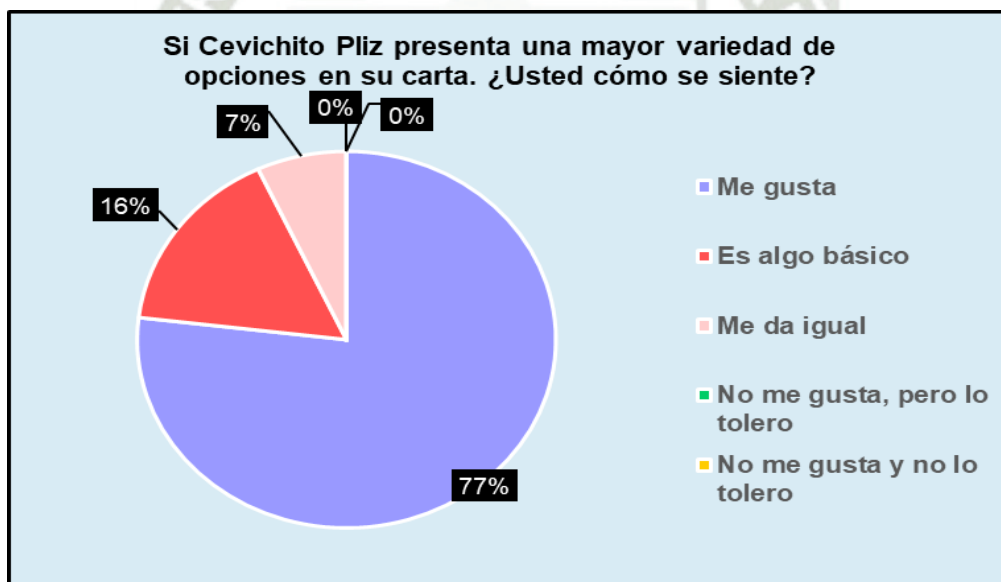
**Pregunta N°3 – Funcional**

Si Cevichito Pliz presenta una mayor variedad de opciones en su carta. ¿Usted cómo se siente?

- Me gusta
- Es algo básico
- Me da igual
- No me gusta, pero lo tolero
- No me gusta y no lo tolero

**Figura 11**

*Pregunta funcional N°3*



*Nota.* Respuestas de opciones en porcentaje de la pregunta N°3.

Como se observa en la figura 11 al 77% le gustó que el restaurante presente una mayor variedad de platos, al 16% de clientes le pareció algo básico una mayor variedad de platos y al 7% de clientes les dio igual que Cevichito Pliz presente una mayor variedad de platos.

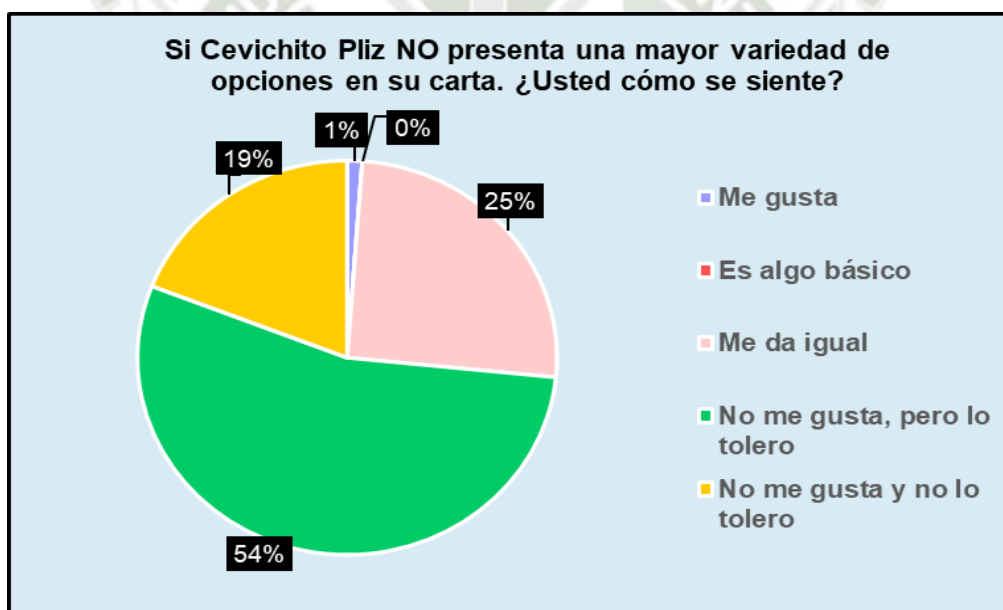
**Pregunta N°4 – Disfuncional**

Si Cevichito Pliz NO presenta una mayor variedad de opciones en su carta. ¿Usted cómo se siente?

- Me gusta
- Es algo básico
- Me da igual
- No me gusta, pero lo tolero
- No me gusta y no lo tolero

**Figura 12**

*Pregunta disfuncional N°4*



*Nota.* Respuestas de opciones en porcentaje de la pregunta N°4.

La figura 12 muestra que al 54% de clientes no les gustó pero toleraron que Cevichito Pliz no presente una mayor variedad de platos, al 25% de clientes les dio igual, al 19% de clientes no les gustó ni toleraron que el restaurante no presente una mayor variedad de platos y 1% le gustó que no se presente una mayor variedad de platos.

#### 4.3.1.2. Diagnóstico de la Dimensión: Cantidad

**Diagnóstico del indicador:** Nivel de cantidad en cada plato

Uno de los motivos por lo que Cevichito Pliz no brinda la cantidad suficiente en los platos ofrecidos a los clientes es porque no cuenta con métodos y procesos estandarizados para los cocineros ya que la empresa al carecer de un recetario con cantidades medidas para los distintos platos, genera una imagen hacia el cliente confusa e insatisfacción al momento de brindar una cantidad escasa.

También está relacionado con la rotación del personal de cocineros, ya que se tiene un registro de la rotación de 7 personas en el área de cocina como se muestra en la tabla 7 que fueron contratados y despedidos dentro de un periodo menor de un año, generando errores, falta de tiempo para capacitar al personal, desorden, poca productividad, entre otros.

**Tabla 7**

*Rotación de personal de cocina*

Nombre del personal	Cargo	Fecha de inicio	Fecha de cese
Alejandro B.	Ayudante de cocina	01/10/2022	31/03/2023
Arturo R.	Jefe de cocina	01/10/2022	30/05/2023
Valeria P.	Ayudante de cocina	01/04/2023	30/06/2023
Danilo H.	Ayudante de cocina	01/04/2023	30/06/2023
Lenin A.	Jefe de cocina	01/05/2023	Actualidad
Pierre V.	Ayudante de cocina	01/07/2023	31/07/2023
Miguel A.	Ayudante de cocina	01/08/2023	Actualidad

*Nota.* Se muestra el nombre del personal del área de cocina y el tiempo de servicio en el restaurante Cevichito Pliz

Para evaluar como observa este indicador el cliente, se tuvo la información de las siguientes preguntas:

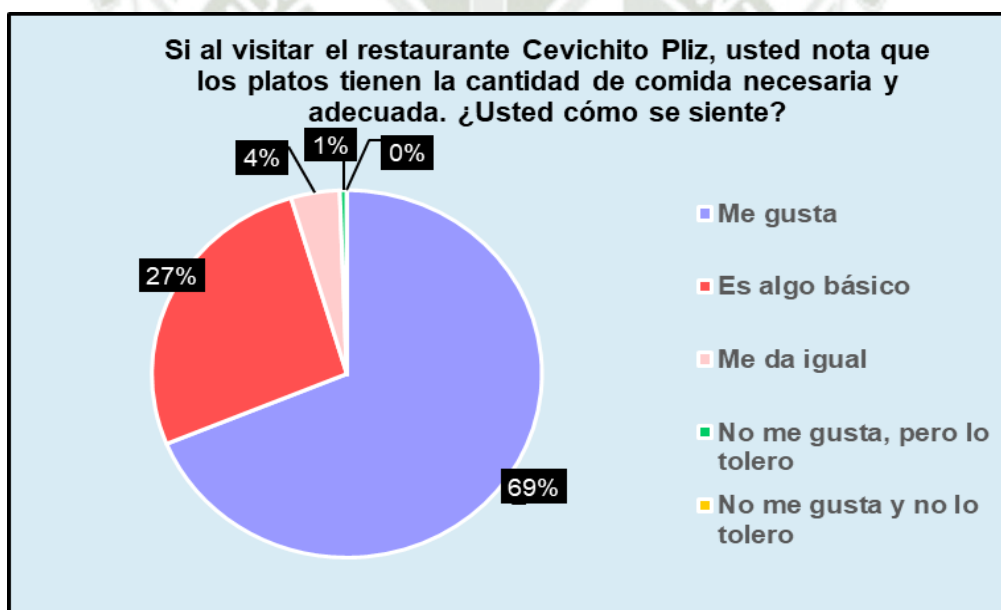
**Pregunta N°8 – Funcional**

Si al visitar el restaurante Cevichito Pliz, usted nota que los platos tienen la cantidad de comida necesaria y adecuada. ¿Usted cómo se siente?

- Me gusta
- Es algo básico
- Me da igual
- No me gusta, pero lo tolero
- No me gusta y no lo tolero

**Figura 13**

*Pregunta funcional N°5*



*Nota.* Respuestas de opciones en porcentaje de la pregunta N°5.

El 69% de los clientes de Cevichito Pliz les gustó que el plato tenga la cantidad de comida necesaria y adecuada, para el 27% de clientes fue algo básico y para el 4% de clientes les dio igual que se le brinde una cantidad adecuada de comida.

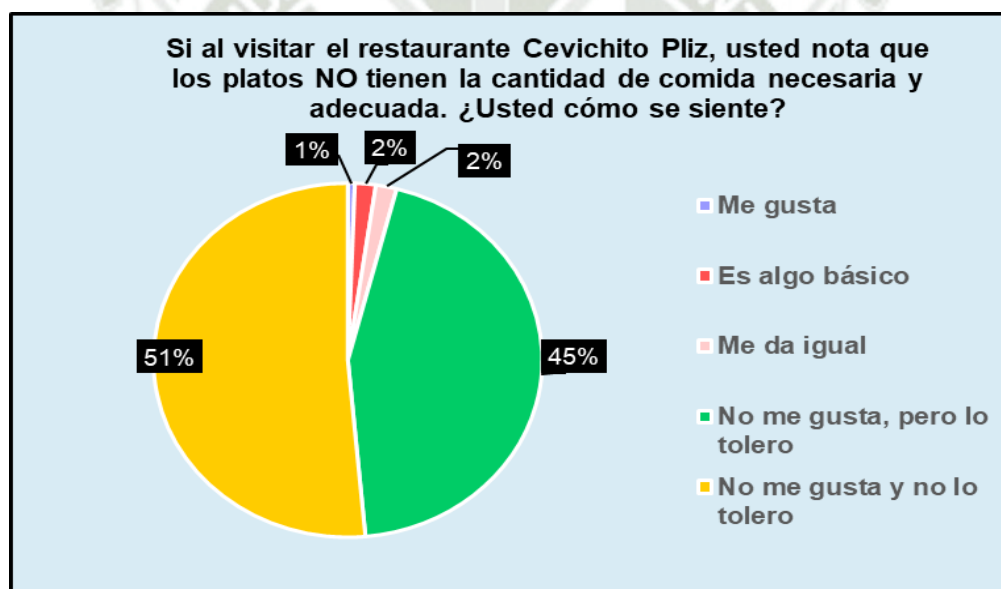
**Pregunta N° 6 – Disfuncional**

Si al visitar el restaurante Cevichito Pliz, usted nota que los platos NO tienen la cantidad de comida necesaria y adecuada. ¿Usted cómo se siente?

- Me gusta
- Es algo básico
- Me da igual
- No me gusta, pero lo tolero
- No me gusta y no lo tolero

**Figura 14**

*Pregunta disfuncional N°6*



*Nota.* Respuestas de opciones en porcentaje de la pregunta N°6.

Se muestra que al 51% de clientes no les gustó ni toleraron que no se les brinde la cantidad de comida necesaria en sus platos, mientras que el 45% de clientes no le gustó pero toleraron que sus platos no tengan la comida necesaria.

#### 4.3.1.3. Diagnóstico de la Dimensión: Promociones

##### Diagnóstico del Indicador: Nivel de promociones

Cevichito Pliz pretende ser parte de la era digital que hoy en día es una fuente principal de comunicación con los usuarios, para todos los negocios es un mercado exigente por parte de los clientes que buscan la innovación y que actualmente los clientes son parte de la era tecnológica y digital. Hoy en día la empresa si cuenta con plataformas digitales, pero sin alguna estrategia de un plan de marketing para sacar el potencial de las redes, llegar a un mayor número de audiencia e influya de forma positiva en las ventas, no cuenta con la creación de contenido más actualizado en la red social de Instagram, de tal forma que agregue valor al cliente para fidelizarlo.

Cevichito Pliz no está al tanto de presentar promociones y ofertas de una manera más frecuente, por lo que el público incluye más opciones (competidores) al momento de su decisión de consumo. Para evaluar como observa este indicador el cliente, se tuvo la información de las siguientes preguntas:

##### **Pregunta N°7 – Funcional**

Si Cevichito Pliz ofrece promociones/ofertas. ¿Usted cómo se siente?

- Me gusta
- Es algo básico
- Me da igual
- No me gusta, pero lo tolero
- No me gusta y no lo tolero

**Figura 15**

*Pregunta funcional N°7*



*Nota.* Respuestas de opciones en porcentaje de la pregunta N°7.

Se muestra que el 54% de clientes les gustó que Cevichito Pliz ofrezca promociones/ofertas, para el 40% de clientes fue algo básico que se ofrezcan promociones/ofertas y al 6% les dio igual las promociones/ofertas por parte del restaurante.

**Pregunta N°8 – Disfuncional**

Si Cevichito Pliz NO ofrece promociones/ofertas. ¿Usted cómo se siente?

- Me gusta
- Es algo básico
- Me da igual
- No me gusta, pero lo tolero
- No me gusta y no lo tolero

**Figura 16**

*Pregunta disfuncional N°8*



*Nota.* Respuestas de opciones en porcentaje de la pregunta N°8.

El 53% de clientes no les gustó pero toleraron que el restaurante no ofrezca promociones/ofertas, al 28% de clientes les dio igual las promociones de parte de Cevichito Pliz, al 14% no les gustó ni toleraron que no brinden promociones/ofertas por parte del restaurante y el resto de clientes siendo el 4% fue algo básico y les gustó que no se les ofrezca promociones.

#### **4.3.1.4. Diagnóstico de la Dimensión: Presentación**

**Diagnóstico del indicador:** Presentación del empaquetado

Cevichito Pliz no cuenta con una presentación de imagen para los platos que se piden para llevar, el empaque es importante e influye directamente con la mercadotecnia, haciendo más atractivo al producto, marca y su venta, diferenciándose de otros productos ya que es una comunicación gráfica y directa para conectar con los clientes brindándoles una grata experiencia. Para evaluar como observa este indicador el cliente, se tuvo la información de las siguientes preguntas:

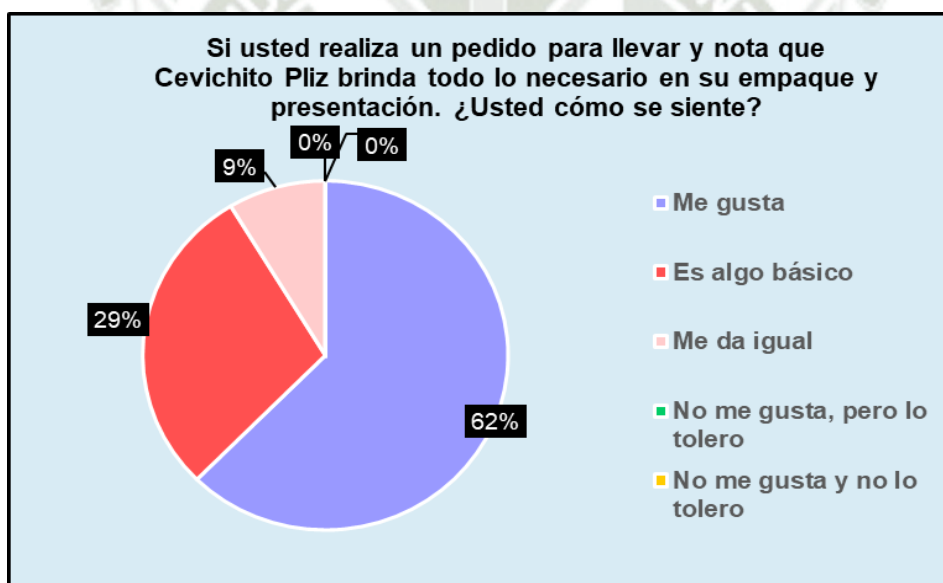
**Pregunta N°9 – Funcional**

Si usted realiza un pedido para llevar y nota que Cevichito Pliz brinda todo lo necesario en su empaque y presentación. ¿Usted cómo se siente?

- Me gusta
- Es algo básico
- Me da igual
- No me gusta, pero lo tolero
- No me gusta y no lo tolero

**Figura 17**

*Pregunta funcional N°9*



*Nota.* Respuestas de opciones en porcentaje de la pregunta N°9.

Según la figura 17 el 62% de los clientes de Cevichito Pliz les gustó que se brinde todo lo necesario en su empaque y presentación, por otro lado para el 29% de clientes fue algo básico y a solo el 9% de clientes les dio igual la presentación del empaque al momento de pedir un plato para llevar.

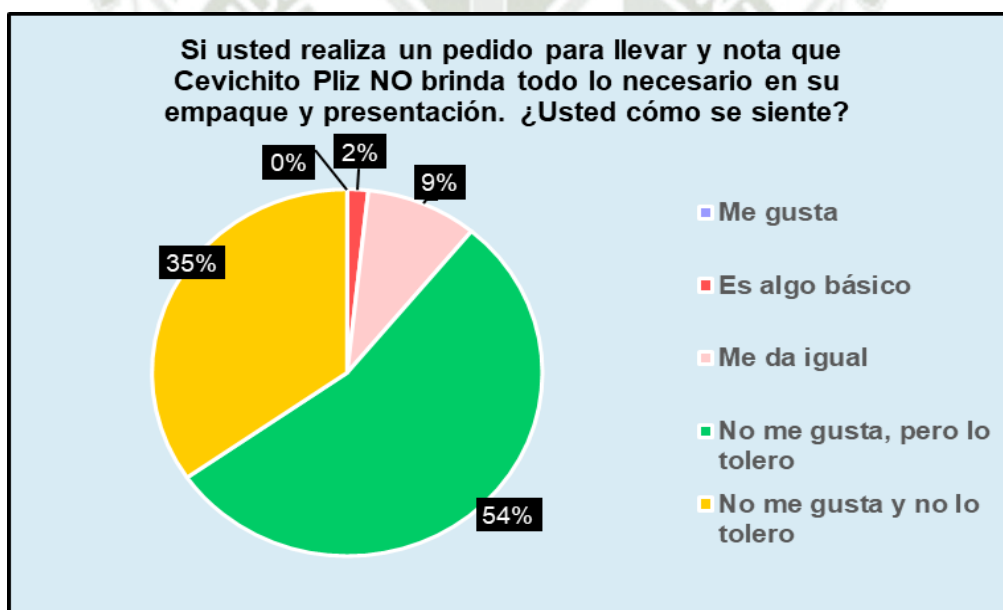
**Pregunta N°10 – Disfuncional**

Si usted realiza un pedido para llevar y nota que Cevichito Pliz NO brinda todo lo necesario en su empaque y presentación. ¿Usted cómo se siente?

- Me gusta
- Es algo básico
- Me da igual
- No me gusta, pero lo tolero
- No me gusta y no lo tolero

**Figura 18**

*Pregunta disfuncional N°10*



*Nota.* Respuestas de opciones en porcentaje de la pregunta N°10.

El 54% de clientes de Cevichito Pliz no les gustó pero toleraron que el restaurante no brinde lo necesario en su empaque y presentación, mientras que el 35% de clientes no le gustó ni toleraron que no tengan todo lo necesario en su empaque y presentación y al 9% les dio igual sobre el empaque y presentación brindada por el restaurante.

#### 4.3.1.5. Diagnóstico de la Dimensión: Atención al cliente

##### Diagnóstico del indicador: Nivel de atención al cliente

Cevichito Pliz cuenta con una alta rotación de personal en el área de atención al cliente como se observa en la tabla 8, lo que genera un ambiente de trabajo poco estable, personal sin la capacitación y por ende no preparado completamente a los procesos de servicio de atención, baja productividad, falta de compromiso, trabajo en equipo y falta de identificación de los trabajadores con la empresa; entre otros, por lo que un servicio deficiente puede tener un impacto negativo en la retención de clientes hacia la marca.

**Tabla 8**

*Rotación de personal de atención*

Nombre del personal	Cargo	Fecha de inicio	Fecha de cese
Rodrigo M.	Mesero	1/10/2022	31/08/2023
Kassandra D.	Mesera	1/10/2022	31/07/2023
Inti C.	Mesero	1/11/2022	31/12/2022
Mateo C.	Mesero	1/03/2023	31/03/2023
Sofía M.	Mesera	1/04/2023	30/06/2023
Josselyn C.	Mesera	1/07/2023	31/06/2023
Inés G.	Mesera	1/07/2023	31/07/2023
Andrés R.	Mesero	1/08/2023	Actualidad
Fátima R.	Mesera	1/08/2023	Actualidad
Milagros V.	Mesera	1/09/2023	Actualidad

*Nota.* Se muestra el nombre del personal de atención al cliente y el tiempo de servicio.

La rotación de personal es considerada según Macario de Paz (2018) como un fenómeno que genera una ruptura o desvinculación de un empleado con una empresa, hoy en día las empresas buscan un índice mínimo de rotación lo que se ve plasmado como uno de los principales objetivos de la administración, por lo que generó el estudio de factores y comportamientos desde el punto de vista de la administración.

Para evaluar como observa este indicador el cliente, se tuvo la información de las siguientes preguntas:

· **Pregunta N°11 – Funcional**

Si el personal de Cevichito Pliz le brinda un excelente trato. ¿Usted cómo se siente?

- Me gusta
- Es algo básico
- Me da igual
- No me gusta, pero lo tolero
- No me gusta y no lo tolero

**Figura 19**

*Pregunta funcional N°11*



*Nota.* Respuestas de opciones en porcentaje de la pregunta N°11.

En la figura 19 se muestra que al cliente de Cevichito Pliz le gustó recibir un excelente trato dentro de su local siendo un 97% de los encuestados y el 3% de clientes indicó que fue algo básico recibir un excelente trato.

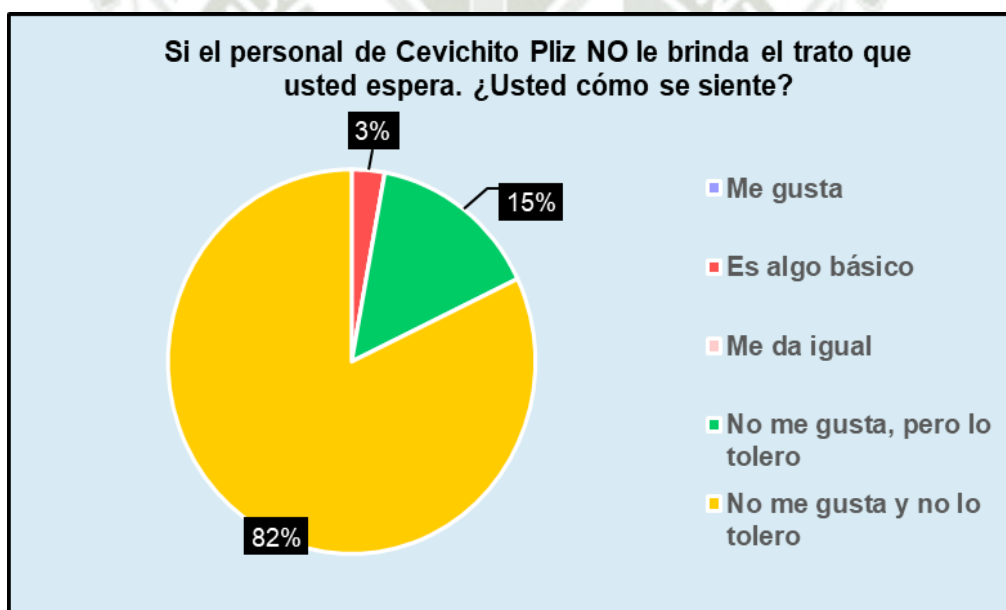
**Pregunta N°12 – Disfuncional**

Si el personal de Cevichito Pliz NO le brinda el trato que usted espera. ¿Usted cómo se siente?

- Me gusta
- Es algo básico
- Me da igual
- No me gusta, pero lo tolero
- No me gusta y no lo tolero

**Figura 20**

*Pregunta disfuncional N°12*



*Nota.* Respuestas de opciones en porcentaje de la pregunta N°12.

Al 82% del cliente de Cevichito Pliz no le gustó y no toleró el trato que no sea el adecuado y el 15% de los clientes no le gustó pero toleró no tener el trato que esperan por parte del personal del restaurante.

### 4.3.2. Diagnóstico de la variable “Satisfacción del cliente”

#### 4.3.2.1. Diagnóstico de la dimensión: Satisfacción del cliente

**Diagnóstico del indicador:** Clientes satisfechos

Dentro de las preguntas funcionales y disfuncionales, se encuentran las preguntas relacionadas con la satisfacción del servicio brindado por el restaurante. Para evaluar como observa este indicador el cliente, se tuvo la información de la siguiente pregunta:

· **Pregunta N°13**

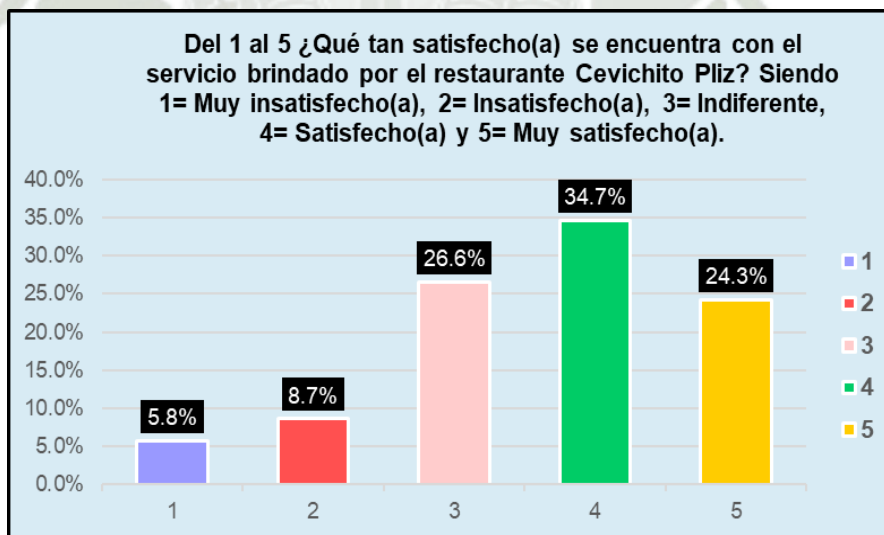
Del 1 al 5 ¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra con el servicio brindado por el restaurante Cevichito Pliz? Siendo 1= Muy insatisfecho(a), 2= Insatisfecho(a), 3= Indiferente, 4= Satisfecho(a) y 5= Muy satisfecho(a).

1      2      3      4      5

Muy insatisfecho(a)                        Muy satisfecho(a)

**Figura 21**

*Pregunta N°13*



*Nota.* Respuestas de opciones en porcentaje de la pregunta N°13.

Se observa que el 59% de los clientes de Cevichito Pliz se encontraron satisfechos con el servicio brindado y el 41% se encontraron insatisfechos.

#### 4.4. Clasificar las verbalizaciones

Teniendo las respuestas de las preguntas funcionales y disfuncionales, se clasificó las respuesta en un rango del 1 al 5, lo cuales están ligados a la tabla de los atributos Kano:

5= Me gusta

4= Es algo básico

3= Me da igual

2= No me gusta, pero lo tolero

1= No me gusta y no lo tolero

Cada clasificación es una característica específica y va en relación con la satisfacción del cliente.

**Figura 22**

*Atributos Kano requerimientos funcionales y disfuncionales*

ATRIBUTOS			Requerimientos Disfuncionales (Negativas)				
			Me gusta	Es algo básico	Me da igual	No me gusta, pero lo tolero	No me gusta y no lo tolero
			5	4	3	2	1
Requerimientos Funcionales (Positivas)	Me gusta	5	Q	A	A	A	O
	Es algo básico	4	R	I	I	I	M
	Me da igual	3	R	I	I	I	M
	No me gusta, pero lo tolero	2	R	I	I	I	M
	No me gusta y no lo tolero	1	R	R	R	R	Q

*Nota.* Se especifica la correlación entre las opciones cada requerimiento.

### Figura 23

*Interpretación atributos Kano*

El atributo para el cliente es:			
A:	Atractivo	O:	Unidimensional
M:	Obligatorio	Q:	Cuestionable
R:	Opuesto	I:	Indiferenta

*Nota.* Nombre de los 6 atributos para clasificar las dimensiones de los clientes.

De los diagnósticos previos analizados se cruzó dicha información para obtener los atributos para cada pregunta, por ende a continuación se tuvo el conteo de las respuestas dadas en la encuesta y detallado en el Anexo 6. Posteriormente, se detallaron las relaciones obtenidas de los clientes respecto a preguntas funcionales y disfuncionales de la encuesta con relación a los atributos Kano detallado en el Anexo 7.

#### **4.4.1. Estructurar las necesidades del cliente**

Para la identificación y organización de atributos se estructura las necesidades del cliente y se muestra a continuación la siguiente tabla de la sumatoria de los atributos Kano relacionado a los indicadores y determinando la clasificación para cada uno.

**Tabla 9**

*Sumatoria de criterios Kano relacionados a los indicadores*

INDICADORES	SUMATORIA DE CRITERIOS						TOTAL	CLASIFICACION
	A	O	M	R	Q	I		
<b>Cantidad de platos nuevos</b>	108	23	10	0	2	30	173	A
<b>Nivel de cantidad en cada plato</b>	57	61	28	0	1	26	173	O
<b>Nivel de promociones</b>	76	15	9	0	2	71	173	A
<b>Presentación del empaquetado</b>	70	38	22	0	0	43	173	A
<b>Nivel de atención al cliente</b>	29	138	4	0	0	2	173	O

*Nota.* Conteo total de los criterios Kano para cada indicador y su respectiva clasificación.

**Tabla 10**

*Sumatoria de criterios Kano ponderados y relacionados a los indicadores*

INDICADORES	SUMATORIA DE CRITERIOS						TOTAL	CLASIFICACION
	A	O	M	R	Q	I		
<b>Cantidad de platos nuevos</b>	62%	13%	6%	0%	1%	17%	100%	A
<b>Nivel de cantidad en cada plato</b>	33%	35%	16%	0%	1%	15%	100%	O
<b>Nivel de promociones</b>	44%	9%	5%	0%	1%	41%	100%	A
<b>Presentación del empaquetado</b>	40%	22%	13%	0%	0%	25%	100%	A
<b>Nivel de atención al cliente</b>	17%	80%	2%	0%	0%	1%	100%	O

*Nota.* Conteo total en porcentajes de los criterios Kano para cada indicador y su respectiva clasificación.

Una vez que se tiene la clasificación de respuestas, se evaluaron las preguntas ponderadas para interpretar dicha clasificación de los indicadores de acuerdo con los atributos Kano.

Teniendo los siguientes atributos para el cliente según su función de su capacidad para generar satisfacción o insatisfacción sin él:

- Atractivo “A”: Conocido también como los de entusiasmo, representan a los atributos que al no estar presente no generan insatisfacción, pero su presencia si satisfacen al cliente.
- Unidimensional “O”: Se encuentran lineal y positivamente relacionados con la satisfacción del cliente, ya que representan a los atributos que causan satisfacción cuando están presentes y causan insatisfacción al estar ausentes.
- Obligatorio “M”: Son atributos que representan lo fundamental que debería brindar el negocio y cuando están ausentes generan insatisfacción al cliente.
- Cuestionable “Q”: Son atributos que generan inexactitud con respecto a lo que espera el cliente de parte de la empresa.
- Opuesto “R”: Son atributos que dan respuestas opuestas a la esperada para generar satisfacción al cliente.
- Indiferente “I”: Son atributos neutros, su presencia o ausencia no causa satisfacción e insatisfacción de los clientes. (Hernandez, 2023)

**Tabla 11**

*Matriz de operacionalización de variable independiente con resultado de diagnóstico actual*

Variable	Clase de variable	Dimensiones	Indicadores	Resultado	Interpretación	
Metodología Despliegue de la Calidad (QFD)	Independiente	- Variedad de platos	- Cantidad de platos nuevos	62%	Requerimiento Atractivo "A"	Conocido también como los de entusiasmo, representan a los atributos que al no estar presente no generan insatisfacción, pero su presencia si satisfacen al cliente.
		-Cantidad	- Nivel de cantidad en cada plato	35%	Requerimiento Unidimensional "O"	Se encuentran lineal y positivamente relacionados con la satisfacción del cliente, ya que representan a los atributos que generan satisfacción cuando están presentes y causan insatisfacción al estar ausentes.
		-Promociones	-Nivel de promociones	44%	Requerimiento Atractivo "A"	Conocido también como los de entusiasmo, representan a los atributos que al no estar presente no generan insatisfacción, pero su presencia si satisfacen al cliente.
		-Presentación	- Presentación del empaquetado	40%	Requerimiento Atractivo "A"	Conocido también como los de entusiasmo, representan a los atributos que al no estar presente no generan insatisfacción, pero su presencia si satisfacen al cliente.
		- Trato hacia el cliente	- Nivel de atención al cliente	80%	Requerimiento Unidimensional "O"	Se encuentran lineal y positivamente relacionados con la satisfacción del cliente, ya que representan a los atributos que generan satisfacción cuando están presentes y causan insatisfacción al estar ausentes.

*Nota.* Se muestra la relación de los indicadores con el resultado de los atributos Kano y su significado.

**Tabla 12**

*Matriz de operacionalización de variable dependiente con resultado de diagnóstico actual*

Variable	Clase de Variable	Dimensiones	Indicadores	Resultado	Interpretación
Satisfacción del cliente	Dependiente	- Satisfacción del cliente	- Clientes satisfechos	59%	El 59% de los clientes del restaurante Cevichito Pliz se encontraron satisfechos.

*Nota.* Se muestra el diagnostico actual de la satisfacción del cliente.

#### 4.5. Aplicación de la metodología QFD

Continuando con el análisis de los atributos que desea el cliente de Cevichito Pliz, se utilizó la metodología despliegue de la calidad, proveniente de las siglas Quality Function Deployment, lo que significa despliegue de la función de la calidad. Esta representa el seguimiento de la calidad de diseño, ejecutando un plan de calidad y diseño de recursos para el plan de mejora. Por lo que se siguen los siguientes pasos:

##### 1) Lista de los QUÉ:

Se identificaron los aspectos de lo que quieren o necesitan los clientes. Para este primer paso se tomó como referencia el margen izquierdo de la matriz, seleccionando los atributos determinados previamente por el método Kano.

- Variedad de platos
- Cantidad
- Promociones
- Presentación
- Atención al cliente

##### 2) Análisis de los QUÉ:

Se identificó la valoración de los clientes respecto a los “QUÉ”, siendo asignada una ponderación relacionada con la importancia de los clientes. Dicha ponderación va de 0 a 15 puntos, en cuanto más alta sea la ponderación el atributo es más importante.

Fueron fijadas las siguientes ponderaciones con base a los resultados de la encuesta, teniendo los siguientes rangos:

- Importancia alta : 12 - 15
- Importancia media: 9 – 12

La siguiente tabla muestra a la cantidad de “Me gusta” de parte de los clientes respecto a cada tributo, la representación en porcentaje del total de los 173 clientes encuestados y las ponderaciones para cada atributo.

**Tabla 13**






*Atributos y ponderaciones de los QUÉ*

Atributos	Conteo de "Me gusta"	%	Ponderación QFD
Atención al cliente	167	97%	15
Variedad de platos	133	77%	12
Cantidad	119	69%	12
Presentación	108	62%	9
Promociones	93	54%	9

*Nota.* Conteo y clasificación de los atributos para la matriz QFD.

**Figura 24**

*Ponderación de los QUÉ*

#	Valor máximo de relación	Tabla de peso	Peso relativo	Peso / Importancia	Características de calidad (También conocido como "Requisitos funcionales" o "Cómos")
					Calidad Exigida (También conocido como "Requisitos del cliente" o "Ques")
1	9		21.1	12.0	Variedad de platos
2	9		21.1	12.0	Cantidad
3	9		15.8	9.0	Promociones
4	9		15.8	9.0	Presentación
5	9		26.3	15.0	Atención al cliente

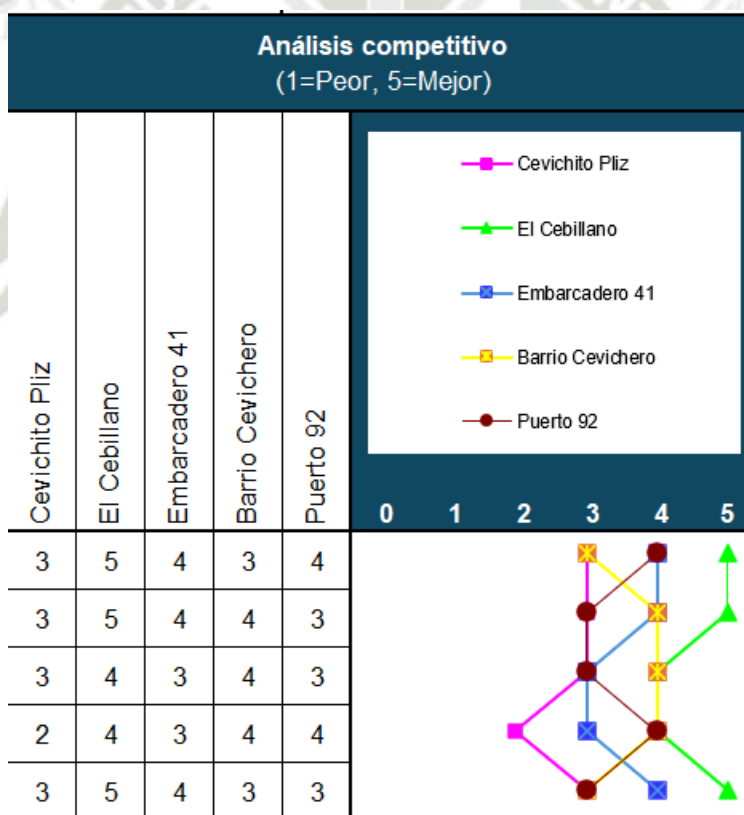
*Nota.* Lista de los “Qué” con su respectivo peso e importancia.

3) Estudio de la competencia:

Para el tercer paso de la matriz QFD se analizó el producto/servicio planificado con los productos/servicios de la competencia. Para el caso de Cevichito Pliz se tomó en cuenta a los competidores más cercanos en la zona de Yanahuara y Cayma, teniendo como competidores: El Cebillano, Embarcadero 41, Barrio Cevichero y Puerto 92. Se realizó una encuesta a un grupo de 173 personas mediante la red social Instagram, relacionando los atributos en una escala del 1 al 5 al producto/servicio que cumplan con los parámetros de calidad de cada atributo.

**Figura 25**

*Análisis de la competencia*



*Nota.* Respuestas del 1 al 5 de la encuesta competitiva del restaurante y las 4 cevicherías competidoras.

A partir de la figura 25 se determinó que la empresa con una alta puntuación respecto a los atributos más valorados de los clientes siendo: el trato hacia el cliente, la variedad de platos y métodos de pagos es la cevichería “El Cebillano”, considerado como la principal competencia de Cevichito Pliz, siendo la segunda competencia “Embarcadero 41”.

#### 4) Lista de los CÓMO:

En este paso se definieron los requisitos técnicos necesarios para que se cumplan los QUÉ de los pasos anteriores. Teniendo la siguiente lista de CÓMO se puede cumplir los requerimientos de los clientes:

- Estandarizar receta
- Estandarizar procesos de cobro
- Capacitación de personal
- Promociones y ofertas
- Rentabilidad y popularidad de platos
- Estandarizar proceso y diseño de empaçado

Seguidamente se direccionaron los elementos de la lista detallada previamente donde se determinó hasta qué punto el estado real de los atributos debe adaptarse al estado final de los requisitos del cliente, por lo que se clasificaron en 3 símbolos:

- ▲: El atributo se maximiza
- ▼: El atributo se minimiza
- x : El atributo tiene un valor objetivo

**Figura 26**

*Lista de los CÓMO*

#	1	2	3	4	5	6
<b>Dirección de mejora:</b> Minimizar (▼), Maximizar (▲), or Objetivo (x)	x	x	▲	▲	▲	▲
<b>Características de calidad</b> (También conocido como "Requisitos funcionales" o "Cómos")	Estandarizar receta	Estandarizar proceso de cobro	Capacitación de personal	Promociones y/o ofertas	Rentabilidad y popularidad de platos	Estandarizar proceso y diseño de empaquetado
<b>Calidad Exigida</b> (También conocido como "Requisitos del cliente" o "Ques")						

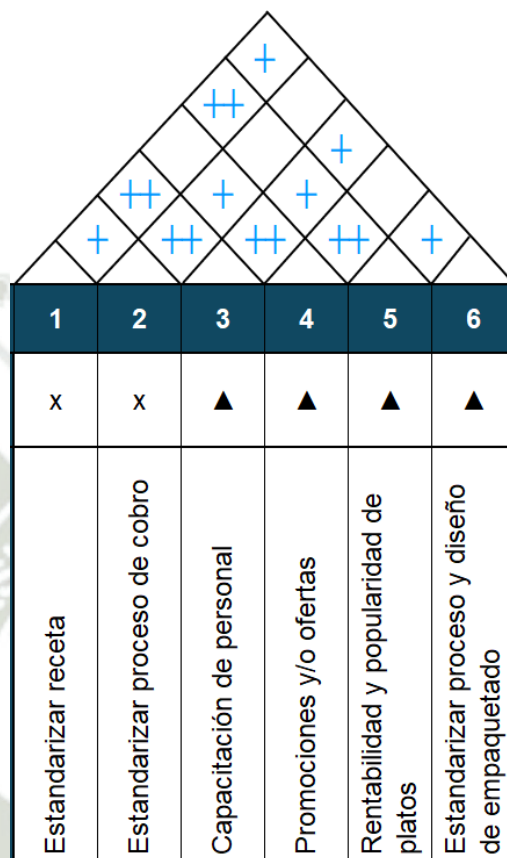
*Nota.* Se especifican las direcciones de mejora de los “Cómo”.

5) Relación entre los CÓMO:

Para este paso nos enfocamos en el techo de la casa de la calidad, dicha matriz triangular indica las interacciones entre los CÓMO, el cómo se relaciona una función con la otra. Se indicó la relación siendo muy positiva “++”, positiva “+”, muy negativa “triángulo invertido”, negativa “-“ y neutral mostrándose en la matriz en blanco. Lo que nos muestra que los atributos se aportan entre sí, se afectan entre sí o no se influyen en lo absoluto.

**Figura 27**

*Relación entre los CÓMO*



*Nota.* Detalle de las relaciones entre los 6 “Cómo” indicando relación positiva y muy positiva.

6) Relación entre QUÉ y CÓMO:

Este penúltimo paso tiene como objetivo relacionar los QUÉ demandados por los clientes con los COMÓ, este punto es considerado como la construcción de la casa de la calidad. Para poder medir la relación se evaluaron con los siguiente símbolos y su respectiva interpretación:

- ▲: Relación débil
- O: Relación media
- ⊖: Alta relación

**Figura 28**

*Relación entre los QUÉ y CÓMO*

Dirección de mejora: Minimizar (▼), Maximizar (▲), or Objetivo (x)	x	x	▲	▲	▲	▲
Características de calidad (También conocido como "Requisitos funcionales" o "Cómos")	Estandarizar receta	Estandarizar proceso de cobro	Capacitación de personal	Promociones y/o ofertas	Rentabilidad y popularidad de platos	Estandarizar proceso y diseño de empaquetado
Calidad Exigida (También conocido como "Requisitos del cliente" o "Ques")						
Variedad de platos	○	○	○	○	○	▲
Cantidad	○		○		▲	▲
Promociones		○	○	○	○	○
Presentación			○		▲	○
Atención al cliente	▲	○	○	○	○	○







*Nota.* Se muestran las relaciones altas, medias y débiles de los "Cómo" con los "Qué".

7) Análisis de los CÓMO:

En el último paso determinamos la importancia que tiene cada CÓMO en total, para el cálculo de dicho paso se sumará la multiplicación de las ponderaciones relativas de los QUÉ asociado en el paso 2 por los valores especificados en el paso 6. Lo que nos mostrará en que COMÓ enfocar los mayores esfuerzos para lograr la satisfacción del cliente.

**Figura 29**

*Análisis de los CÓMO*

<b>Valor máximo de relación</b>	9	9	9	9	9	9
<b>Peso / Importancia</b>	405.3	442.1	773.7	410.5	447.4	405.3
<b>Peso relativo</b>	14.1	15.3	26.8	14.2	15.5	14.1
<b>Tabla de peso</b>						

*Nota.* Se especifica el valor máximo, importancia y el peso de los “Cómo”

De acuerdo a la figura 29, la mayor puntuación obtenida es “Capacitación del personal”, con un 26.8% y un peso/importancia de 773.7, lo que nos indicó donde enfocar los esfuerzos, seguido de “Rentabilidad y popularidad de platos” con un 15.5% y un peso/importancia de 447.4 y “Estandarizar proceso de cobro” con un 15.3% y un peso/importancia de 442.1, luego el “Promociones y ofertas” con un 14.2% y un peso/importancia de 410.5, “Estandarizar receta” con un 14.1% y un peso/importancia de 405.3 y el “Estandarizar proceso y diseño de empaquetado” con un 14.1% y un peso/importancia de 405.3.



## CAPITULO V

### 5. PLAN DE MEJORA DE LA PROPUESTA

#### 5.1. Diseño de plan de mejora de la variable independiente “Metodología Despliegue de la Calidad”

Siendo aplicada la herramienta QFD, tenemos como resultado a los “CÓMOS” descritos de la figura 29. Como principal mejora con una mayor importancia fue la “Capacitación del personal” la cual involucró a todas las dimensiones de la variable dependiente, seguidamente la mejora de “Rentabilidad y popularidad de platos” involucrando a la dimensión cantidad, variedad de platos, promociones y atención al cliente, en cuanto a la “Estandarizar proceso de cobro” tuvo una relación directa con la dimensión de las promociones y la atención al cliente, la “Promociones y ofertas” tuvo una relación directa con la dimensión de las promociones y la atención al cliente, “Estandarizar receta” involucrando directamente a la dimensión de variedad de platos y cantidad, por último la “Estandarización del proceso y diseño de empaquetado” tuvo una relación directa con la dimensión de las promociones y presentación.

##### 5.1.1. *Diseño de mejora de la dimensión: Variedad de Platos*

Para que un restaurante pueda tomar decisiones de añadir o quitar platos de su carta primero debe saber que tan rentables son dichos platos; por ende, los restaurantes deben tener el porcentaje de margen que ganan preparando un plato y el porcentaje de gasto para la preparación de este. Cevichito Pliz no cuenta con un estudio de rentabilidad de sus platos por lo que no tienen algún panorama general de que platos son los que deben permanecer, cuales platos deben mejorar porque les generan rentabilidad pero el mercado aun no lo conoce muy bien y que platos definitivamente deben eliminar. Para comenzar con la evaluación de los platos, se requirió el costo que conlleva la elaboración de cada plato; por lo que, se elaboró un diseño automatizado en Excel llamado “Ganancias por plato Cevichito Pliz” el cual fue entregado a la Administración y Gerente General del restaurante, siendo José V. y Gustavo R.

respectivamente a comienzos de Setiembre del 2023, ambos teniendo acceso y capacitación para la manipulación de este.

En el diseño se requirió de todos los insumos que se utilizaba para cada plato, por lo que se realizó visitas al local para llenar un formato de lista de insumos para la elaboración de los platos entrevistando al Jefe de Cocina siendo Lenin A., llenando el insumo de cada plato, la cantidad y la unidad, el formato se visualiza en el anexo 10.

Dicho diseño automatizado tiene en la primera hoja del libro de Excel, el nombre de “Insumos”, el cual tiene la lista de insumos y unidades que se recolectaron en el anexo 10, también tiene la lista del proveedor, producto, cantidad y precio que fueron recolectados de las facturas y boletas de compras de insumos de meses anteriores.

Estando en la hoja de “Insumos” la responsabilidad del encargado de la gestión de este libro de Excel ya sea el administrador o el gerente general es cambiar solo el precio del insumo que ya se encuentra registrado en dicha hoja ya que hoy en día los precios varían de acuerdo a la situación actual económica del país o por otro lado se generan ofertas por parte de los proveedores, en caso quieran cambiar de proveedor deberán llenar el nombre del segundo proveedor, producto/ingrediente, la cantidad y el precio que tenga el insumo que compren para la elaboración de los platos, en otra situación que se requiera agregar algún nuevo insumo para mejorar algún plato, el encargado llenará el código numérico que le siga, el nombre del insumo, el proveedor, y los datos previos mencionados; por otro lado, las casillas de verificación y el cálculo del precio unitario se colocarán de manera automática.

Finalmente se visualiza 1 o 2 opciones de proveedores ya que por circunstancias de la economía del país normalmente se tiene que recurrir a un segundo proveedor de emergencia, entonces se tiene una casilla de verificación para la elección del primer o segundo proveedor y al momento de dar “Click” se selecciona el precio del proveedor que decidan y automáticamente se tendrá el precio unitario del insumo, dicho precio se ve reflejado automáticamente en la hoja llamada “CostoxPlato”.

En la siguiente hoja llamada “Costos Fijos” se encuentran los pagos que Cevichito Pliz realiza cada mes, el cual se llena cada mes para evitar algún margen de error, por motivo de los sueldos que se pagan a los trabajadores, en el mes podría ingresar o salir algún trabajador, de igual forma en el pago de servicios como la luz, agua, etc. Dicho registro se ve reflejado en la hoja llamada “CostoxPlato” automáticamente.

Seguidamente la hoja “CostoxPlato” en la cual solo se visualiza lo que se digitalizó en las hojas previas, donde automáticamente con el código del insumo se llenaran todos los campos calculando el precio de cada plato, en dicha hoja solo si cambiaran la receta o agregaran algún insumo en la hoja de “Insumos”, el responsable deberá colorar el código del insumo y automáticamente se llenan los demás campos y se calcula el precio del plato.

Luego se tiene la hoja de “%GananciasPlato” donde el responsable visualizará los precios de venta de la carta de Cevichito Pliz reflejado en el anexo 9, el costo de elaboración del producto y el % de ganancia de los platos, se ve tanto en un cuadro y de forma gráfica para que sea más ameno el entendimiento del % de ganancia de cada plato.

A continuación se muestra el manual de uso y capacitación al personal que se realizó del uso del libro de Excel de “Ganancia por platos de Cevichito Pliz”:

**Tabla 14**

*Capacitación Manual "Ganancias por Plato"*

Herramientas	Responsables	Cargo	Fecha Capacitación
Manual "Ganancias por Plato" y Excel	José V.	Administrador	11/09/2023
"Ganancias por platos Cevichito Pliz"	Gustavo R.	Gerente General	

*Nota.* En la tabla se visualiza las 2 herramientas entregadas a los responsables del restaurante Cevichito Pliz con su respectiva fecha de capacitación.



Figura 33

Hoja "Insumos" Caso 1

### HOJA "Insumos"

**CASO N°1:** Siendo el más común, el cambio de precio por alguna oferta del proveedor, descuentos, subida de precio, etc.

Por ejemplo: que el pescado que compran en Makro suba de precio a S/ 25.00 tendría que cambiar el precio de S/16.99 a S/25.00

Código	Nombre Genérico	Opción 1				Opción 2				Unidad	Precio Unitario
		Proveedor	Producto	Cant.	Precio	Proveedor	Producto	Cant.	Precio		
IN01	Filete de pescado	Makro	Filete de basa premium Aro (1caja-10 unidades)	8000	S/ 16.99					gr	S/ 0.002
IN02	Choros	Makro	Choro cocido Aro (1bolsa)	1000	S/ 21.99					gr	S/ 0.022
IN03	Aroz	Makro	Aroz Campero reserva extra	50000	S/ 188.00					gr	S/ 0.0038
IN04	Acetite de Oliva	Makro	Acetite Oliva 100% puro Marcahuasi	1000	S/ 25.80					ml	S/ 0.026
IN05	Leche	Makro	Leche Gloria Bonité (15lx pack)	2880	S/ 20.20					ml	S/ 0.071
IN06	Azúcar	Makro	Azúcar blanca Aro	5000	S/ 16.99					gr	S/ 0.0034
IN07	Mote	Mercado	Mote fresco	10000	S/ 70.00					gr	S/ 0.007

Posteriormente de tener el precio adecuado, seleccionar la casilla de verificación de la Opción elegida (1 o 2) y automáticamente se tendrá el precio unitario como se observa en el ejemplo.

Código	Nombre Genérico	Opción 1				Opción 2				Unidad	Precio Unitario
		Proveedor	Producto	Cant.	Precio	Proveedor	Producto	Cant.	Precio		
IN01	Filete de pescado	Makro	Filete de basa premium Aro (1caja-10 unidades)	8000	S/ 25.00					gr	S/ 0.003

Como se observa al solo cambiar el precio y seleccionar la casilla de verificación el precio unitario cambió automáticamente de S/ 0.002 a S/0.003

**CEVICHITO PLIZ**

Nota. Indicaciones para el uso de la "Hoja N°1" en el primer caso.

Figura 34

Hoja "Insumos" Caso 2

### HOJA "Insumos"

**CASO N°2:** El registro de la Opción 2 porque se comprará temporalmente a ese segundo proveedor ya sea porque el de la Opción 1 no tiene stock, precio muy caro, etc.

Código	Nombre Genérico	Opción 1				Opción 2				Unidad	Precio Unitario
		Proveedor	Producto	Cant.	Precio	Proveedor	Producto	Cant.	Precio		
IN01	Filete de pescado	Makro	Filete de basa premium Aro (1caja-10 unidades)	8000	S/ 25.00	Makro	Filete de pescado (10 unidades)	10000	S/ 15.60	gr	S/ 0.003
IN02	Choros	Makro	Choro cocido Aro (1bolsa)	1000	S/ 21.99					gr	S/ 0.022
IN03	Aroz	Makro	Aroz Campero reserva extra	50000	S/ 188.00					gr	S/ 0.0038
IN04	Acetite de Oliva	Makro	Acetite Oliva 100% puro Marcahuasi	1000	S/ 25.80					ml	S/ 0.026
IN05	Leche	Makro	Leche Gloria Bonité (15lx pack)	2880	S/ 20.20					ml	S/ 0.071
IN06	Azúcar	Makro	Azúcar blanca Aro	5000	S/ 16.99					gr	S/ 0.0034
IN07	Mote	Mercado	Mote fresco	10000	S/ 70.00					gr	S/ 0.007

Por ejemplo: Como se observa se tienen las dos Opciones llenas y se ingresó la Opción 2 porque se comprará de ese proveedor por distintas razones seleccionando la casilla de verificación podemos ver como el precio unitario baja de S/0.003 de ejemplo anterior a S/0.002

**CEVICHITO PLIZ**

Nota. Indicaciones para el uso de la "Hoja N°1" en el segundo caso.

Figura 35

Hoja "Insumos" Caso 3

### HOJA "Insumos"

**CASO N°3:** El caso menos común, el registro de un nuevo insumo, se registra el código que seguiría del último insumo registrado, y se llenan los encabezados de la Opción 1, y se selecciona la casilla de verificación y automáticamente se tiene el precio unitario.

Código	Nombre Genérico	Proveedor	Opción 1			Opción 2			Unidad	Precio Unitario	
			Producto	Cant.	Precio	Producto	Cant.	Precio			
IN01	Filete de pescado	Makra	Filete de basa premium Aro (1caja-10 unidades)	8000	S/ 25.00	Metro	Filete de pescado (10 unidades)	10000	S/ 15.66	gr	S/ 0.002
IN02	Choras	Makra	Choro cocido Aro (1bolsa)	1000	S/ 21.99					gr	S/ 0.02
IN03	Amar	Makra	Amar Caliente reserva estira	50000	S/ 188.00					gr	S/ 0.0038
IN04	Acete de Oliva	Makra	Acete Oliva 100% pura Maracahua	1000	S/ 29.80					ml	S/ 0.03
IN05	Leche	Makra	Leche Gloria Bonifé (13xpack)	2880	S/ 20.20					ml	S/ 0.01
IN06	Azúcar	Makra	Azúcar blanca Aro	5000	S/ 16.99					gr	S/ 0.0034
IN07	Mate	Mercado	Mate fresco	10000	S/ 70.00					gr	S/ 0.01
IN08	Ajil limo	Mercado	Ajil limo fresco	1000	S/ 28.00					gr	S/ 0.03

Por ejemplo: Como se observa en los datos sombreados de amarillo, es el nuevo insumo registrado, siendo el código IN08, seleccionando su casilla de verificación y se tiene el precio unitario automáticamente.

**CEVICHITO PLIZ**

Nota. Indicaciones para el uso de la "Hoja N°1" en el tercer caso.

Figura 36

Segunda Hoja "Gastos Fijos"

### SEGUNDA HOJA "Gastos Fijos"

Se presenta el formato inicial de la hoja "Gastos Fijos" proyectado a un año y siendo completado de acuerdo a los gastos fijos del mes de Julio y Agosto del 2023, teniendo como constantes el: Alquiler, Pago de sistema, Cable y el Internet. En cuanto al **pago de impuestos, gas, gastos legales, sueldos, platos vendidos S/**, bebidas vendidas S/ y cantidad de platos vendidos, son llenados por el responsable.

Mes	Pago sistema		Alquiler		Gas		Cable		Internet		Pago impuestos		Gastos Legales		Sueldos		TOTAL	Platos vendidos		Bebidas vendidas		VENTA TOTAL	Cantidad de platos vendidos	COSTO FIJO
	S/	€	S/	€	S/	€	S/	€	S/	€	S/	€	S/	€	S/	€		S/	€	S/	€			
Julio 2023	S/ 118.00	S/ 4,500.00	S/ 340.00	S/ 150.00	S/ 80.00	S/ 474.00	S/ 706.00	S/ 5,734.50	S/ 12,101.50	S/ 27,205.00	S/ 6,154.00	S/ 33,409.00	S/ 9,872.71	883.00	S/ 11.57									
Agosto 2023	S/ 118.00	S/ 4,500.00	S/ 170.00	S/ 150.00	S/ 80.00	S/ 486.00	S/ 378.00	S/ 4,301.20	S/ 10,238.20	S/ 22,492.00	S/ 4,839.00	S/ 27,291.00	S/ 9,423.68	717.00	S/ 11.76									
Sepiembre 2023	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 150.00	S/ 80.00																			
Octubre 2023	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 150.00	S/ 80.00																			
Noviembre 2023	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 150.00	S/ 80.00																			
Diciembre 2023	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 150.00	S/ 80.00																			
Enero 2024	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 150.00	S/ 80.00																			
Febrero 2024	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 150.00	S/ 80.00																			
Marzo 2024	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 150.00	S/ 80.00																			
Abril 2024	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 150.00	S/ 80.00																			
Mayo 2024	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 150.00	S/ 80.00																			
Junio 2024	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 150.00	S/ 80.00																			
Julio 2024	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 150.00	S/ 80.00																			

El responsable tendrá que llenar los campos Gas, Impuestos, Gastos legales y Sueldos en la segunda hoja "Gastos Fijos".

**CEVICHITO PLIZ**

Nota. Indicaciones para el uso de la "Hoja N°2".

Figura 37

Tercera Hoja "CostoxPlato"

### TERCERA HOJA "CostoxPlato"

Se presenta la hoja "CostoxPlato" la cual su única interacción es con la hoja "Gastos Fijos" que se describió en el paso previo, se muestra a continuación el llenado automático de los platos según sus insumos, precios, cantidad, etc. **El responsable solo tendrá que seleccionar el mes en que se encuentran de la lista desplegable.**

Lista desplegable donde el responsable seleccionará el mes actual.

El costo total de cada plato se llenará de manera automática en la última hoja "SanaciónPlato"

## COSTO POR PLATO

**ENTRADAS**

Tiradito					
Gastos Fijos del mes					
Gastos Variables					
Costo Total Tiradito=					
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial
IN01	Filete de pescado	gr	115	S/ 0.002	S/ 0.24
IN07	Mote	gr	30	S/ 0.007	S/ 0.21
IN24	Sal condimentada	gr	6.5	S/ -	S/ -
IN12	Cilantro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09
IN08	Aji limo	gr	4	S/ -	S/ -
IN09	Limón	uni	3.5	S/ -	S/ -
IN51	Leche de tigre	ml	55	S/ -	S/ -
IN10	Cebolla	gr	11	S/ 0.009	S/ 0.09
IN11	Camote	gr	90	S/ 0.003	S/ 0.27
IN01	Filete de pescado	gr	115	S/ 0.002	S/ 0.24
IN11	Camote	gr	90	S/ 0.003	S/ 0.27

**FRÍOS**

Cevichopp					
Gastos Fijos del mes					
Gastos Variables					
Costo Total Cevichopp=					
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial
IN01	Filete de pescado	gr	115	S/ 0.002	S/ 0.24
IN05	Limón	uni	4.5	S/ -	S/ -
IN11	Camote	gr	90	S/ 0.003	S/ 0.27
IN10	Cebolla	gr	27.5	S/ 0.009	S/ 0.25
IN02	Sal condimentada	gr	6.5	S/ -	S/ -
IN07	Mote	gr	45	S/ 0.007	S/ 0.32
IN09	Limón	uni	4	S/ -	S/ -
IN51	Leche de tigre	ml	195	S/ -	S/ -
IN10	Cebolla	gr	11	S/ -	S/ -
IN11	Camote	gr	27.5	S/ 0.003	S/ 0.25
IN12	Cilantro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09

**CALIENTES**

Chufa de Mariscos					
Gastos Fijos del mes					
Gastos Variables					
Costo Total Chufa de Mariscos=					
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial
IN10	Cebolla	gr	16	S/ -	S/ -
IN22	Morote	gr	47.5	S/ 0.013	S/ 0.62
IN03	Ajónjolí	gr	200	S/ 0.004	S/ 0.80
IN10	Cebolla	gr	16	S/ 0.009	S/ 0.14
IN02	Sal	gr	1	S/ -	S/ -
IN09	Bonito de agua de tigre	uni	33.5	S/ -	S/ -
IN02	Sal	gr	1	S/ -	S/ -
IN29	Esencia de pescado	gr	3.5	S/ -	S/ -
IN44	Mayonesa	gr	4	S/ -	S/ -
IN45	Fajitas Chirico	gr	4	S/ 0.005	S/ 0.02
IN09	Limón	uni	3	S/ -	S/ -
IN12	Cilantro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09
IN46	Wantan	gr	4	S/ 0.007	S/ 0.04

El responsable tendrá que hacer 2 cambios, al seleccionar el mes en que se encuentran y solo si se encuentra en el caso 3 de la hoja 1 añadir el código del nuevo insumo.

Ejemplo de un plato de entrada, plato frío y un caliente, con sus respectivos precios, unidad, descripción y cantidad llenados de manera automática.

CEVICHITO  
PLIZ

Nota. Indicaciones para el uso de la "Hoja N°3".

Figura 38

Tercera Hoja "CostoxPlato" ingreso de insumo

### TERCERA HOJA "CostoxPlato"

Se presenta la hoja "CostoxPlato" y si el responsable se encuentra en el "CASO 3" de la hoja de "Insumos" en el cual añadió un nuevo insumo para un plato, el estará encargado de poner el Código y la Cantidad debajo del cuadro del plato respectivo al cual se le añadirá dicho insumo.

Tiradito						
Gastos Fijos del mes					S/	2.01
Gastos Variables					S/	1.50
Costo Total Tiradito=						
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN01	Filete de pescado	gr	115	S/ 0.002	S/ 0.24	
IN07	Mote	gr	30	S/ 0.007	S/ 0.21	
IN24	Sal condimentada	gr	6.5	S/ -	S/ -	
IN12	Cilantro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN08	Aji limo	gr	4	S/ -	S/ -	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ -	S/ -	
IN51	Leche de tigre	ml	55	S/ -	S/ -	
IN10	Cebolla	gr	11	S/ 0.009	S/ 0.09	
IN11	Camote	gr	90	S/ 0.003	S/ 0.27	
IN01	Filete de pescado	gr	115	S/ 0.002	S/ 0.24	
IN46	Wantan	gr	50	S/ 0.007	S/ 0.35	

Por ejemplo: se añadió en la hoja "Insumos" el producto "Wantan" y tiene como código IN46 y la cantidad deberá apoyarse del área de cocina para ponerla en el cuadro, en este caso lo pondremos 50 gr de Wantan que se le añadirá al plato Tiradito. Los demás campos se llenan de manera automática.

CEVICHITO  
PLIZ

Nota. Indicaciones para el uso de la "Hoja N°3" en caso se tenga que añadir un nuevo insumo.

84

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos  
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Figura 39

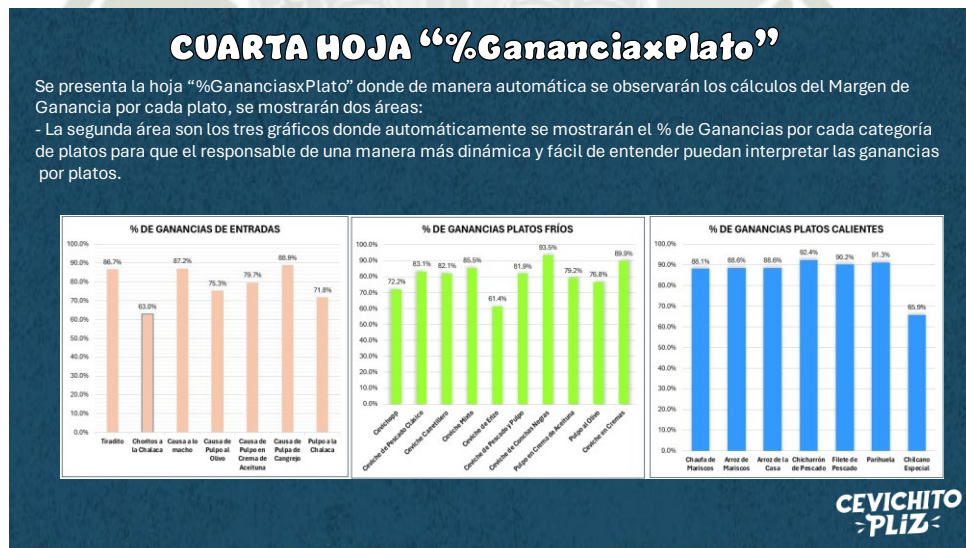
Cuarta Hoja "%GananciaxPlato"



Nota. Indicaciones para el uso de la "Hoja N°4".

Figura 40

Cuarta Hoja "%GananciaxPLato" gráficos



Nota. Indicaciones para el uso de la "Hoja N°4" para la interpretación final de manera gráfica.

Al ser llenada la herramienta “Ganancias por platos Cevichito Pliz” como se muestra en el anexo 12, se obtuvieron los siguientes costos de elaboración de los platos:

**Tabla 15**

*Costo de elaboración por platos Cevichito Pliz*

Plato	Costo
Tiradito	S/ 11.54
Choritos a la Chalaca	S/ 17.97
Causa a lo macho	S/ 20.34
Causa de Pulpo al Olivo	S/ 15.31
Causa de Pulpo en Crema de Aceituna	S/ 14.38
Causa de Pulpa de Cangrejo	S/ 19.69
Pulpo a la Chalaca	S/ 17.55
Cevichopp	S/ 14.51
Ceviche de Pescado Clásico	S/ 14.06
Ceviche Carretillero	S/ 14.70
Ceviche Mixto	S/ 17.30
Ceviche de Erizo	S/ 23.55
Ceviche de Pescado y Pulpo	S/ 15.89
Ceviche de Conchas Negras	S/ 28.91
Pulpo en Crema de Aceituna	S/ 16.03
Pulpo al Olivo	S/ 16.61
Ceviche en Cremas	S/ 14.50
Chaufa de Mariscos	S/ 14.80
Arroz de Mariscos	S/ 18.08
Arroz de la Casa	S/ 17.43
Chicharrón de Pescado	S/ 19.76
Filete de Pescado	S/ 13.20
Parihuela	S/ 26.45
Chilcano Especial	S/ 13.05

*Nota.* En la tabla se especifican los costos de preparación por platos brindados en la carta.

Para un panorama completo y poder mejorar la dimensión “Variedad de Platos” de manera completa, teniendo los costes de los productos y precios de venta previamente elaborados en la tabla 15, en este punto ingresó la ingeniería del menú la cual es una estrategia de marketing para los restaurantes, porque nos brinda la popularidad y rentabilidad de cada plato que tiene Cevichito Pliz y de esa manera poder elaborar una carta de manera estratégica y aumentar las ganancias en el restaurante. Esta herramienta utiliza la matriz BCG que califica los platos en 4 cuadrantes, estrella, vaca, interrogante y perro.

De igual forma se hizo uso del Principio de Omnes o llamada “Ingeniería de precios”, el cual permitió verificar si los precios que tienen establecidos en Cevichito Pliz dan una posibilidad de elección de platos para todos los clientes y a partir de dichos precios tomar decisiones. Para la aplicación de la ingeniería del menú y la ingeniería de precios, se realizó el análisis mínimo de seis meses utilizando las cantidades vendidas en los últimos 6 meses, siendo extraídas del sistema de ventas de Cevichito Pliz desde el mes de Marzo del 2023 hasta el mes de Agosto del 2023, teniendo un total de 6 meses detallados en el anexo 13.

**Tabla 16**

*Cantidad de platos vendidos de Mar-Ago. 2023 en Cevichito Pliz*

<b>Plato</b>	<b>Total Cantidad</b>
Tiradito	75
Choritos a la chalaca	316
Causa a lo macho	52
Causa de pulpo al olivo	46
Causa de pulpo en crema de aceituna	77
Causa de pulpa de cangrejo	60
Pulpo a la chalaca	39
Cevichopp	189
Ceviche de pescado clásico	454
Ceviche carretillero	211
Ceviche Mixto	246
Ceviche de erizo	38
Ceviche de pescado y pulpo	110
Ceviche de conchas negras	92
Ceviche en cremas	274
Pulpo en crema de aceituna	40
Pulpo al olivo	40
Chaufa de mariscos	115
Arroz de mariscos	120
Arroz de la casa	50
Chicharrón de pescado	208
Filete de pescado	194
Parihuela	61
Chilcano especial	137

*Nota.* En la tabla se especifican las cantidades vendidas de los platos en los últimos 6 meses.

Obteniendo en la tabla 16 las cantidades vendidas de cada plato de Cevichito Pliz en los últimos seis meses, se evaluaron los platos de la carta en 3 categorías: Entradas, Platos Fríos y Platos Calientes y se obtuvieron los siguientes resultados:

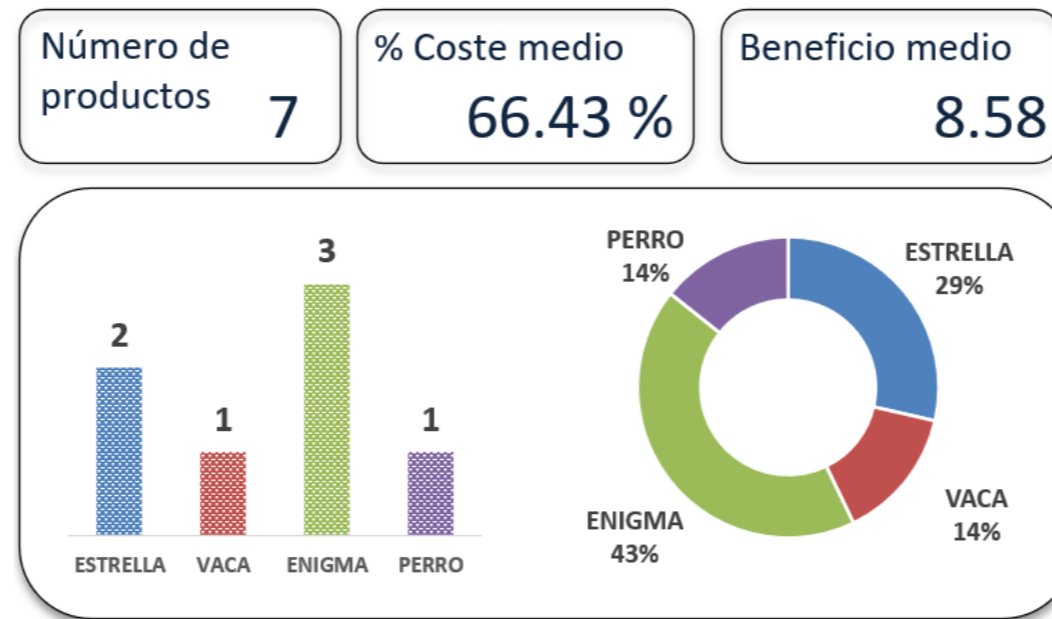
- Evaluación de las Entradas:

Los platos de entradas fueron un total de 7, siendo el tiradito, choritos a la chalaca, causa a lo macho, causa de pulpo al olivo, causa de pulpo en crema de aceituna, causa de pulpa de cangrejo y pulpo a la chalaca. Dichas entradas tienen detalladas la cantidad vendida en la tabla 16 y el costo de elaboración en la tabla 15. Mostrando a continuación los cálculos para la evaluación de “Ingeniería de Menú”.



Figura 41

Ingeniería de Menú platos de Entrada Cevichito Pliz



Media Coste	Indice de Pop. Medio	Rentabilidad Media
66.43 %	10.00	8.58

Rentabilidad	Popularidad	Clasificación	Cantidad
ALTO	ALTO	ESTRELLA	2
BAJO	ALTO	VACA	1
ALTO	BAJO	ENIGMA	3
BAJO	BAJO	PERRO	1

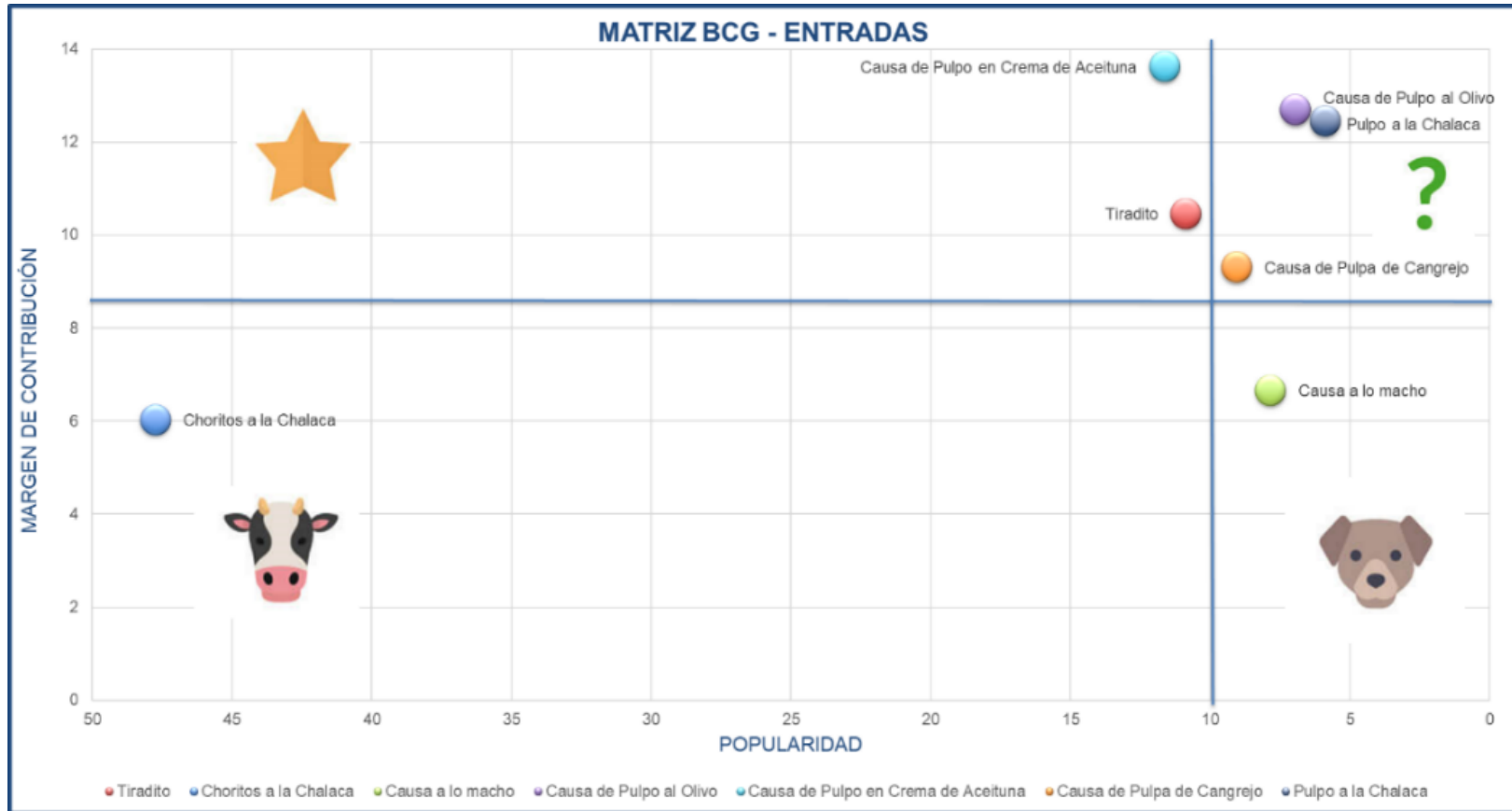
Nombre del producto	Número de ventas	Coste del producto	Precio de venta	Indice de popularidad %	Coste del producto %	Margen de contribución	Total coste del producto	Total ventas	Margen de contribución total	Clasificación Rentabilidad	Clasificación Popularidad	Clasificación Final
Tiradito	72	S/ 11.54	S/ 22.00	10.88	52.45%	S/ 10.46	S/ 830.88	S/ 1,584.00	S/ 753.12	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Choritos a la Chalaca	316	S/ 17.97	S/ 24.00	47.73	74.88%	S/ 6.03	S/ 5,678.52	S/ 7,584.00	S/ 1,905.48	BAJO	ALTO	VACA
Causa a lo macho	52	S/ 20.34	S/ 27.00	7.85	75.33%	S/ 6.66	S/ 1,057.68	S/ 1,404.00	S/ 346.32	BAJO	BAJO	PERRO
Causa de Pulpo al Olivo	46	S/ 15.31	S/ 28.00	6.95	54.68%	S/ 12.69	S/ 704.26	S/ 1,288.00	S/ 583.74	ALTO	BAJO	ENIGMA
Causa de Pulpo en Crema de Aceituna	77	S/ 14.38	S/ 28.00	11.63	51.36%	S/ 13.62	S/ 1,107.26	S/ 2,156.00	S/ 1,048.74	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Causa de Pulpa de Cangrejo	60	S/ 19.69	S/ 29.00	9.06	67.90%	S/ 9.31	S/ 1,181.40	S/ 1,740.00	S/ 558.60	ALTO	BAJO	ENIGMA
Pulpo a la Chalaca	39	S/ 17.55	S/ 30.00	5.89	58.50%	S/ 12.45	S/ 684.45	S/ 1,170.00	S/ 485.55	ALTO	BAJO	ENIGMA

Nota. Cálculos detallados de popularidad y rentabilidad para clasificación BCG.

En la figura 41 se visualiza el número de ventas de las entradas que van de la mano con el “Índice de popularidad”, se tuvo como resultado que la entrada más popular fueron los choritos a la chalaca con un 47.74% y el “Índice de popularidad Medio” fue de 10% lo que quiere decir que las entradas con un índice de popularidad mayor al 10% son entradas populares y al ser menor del 10% no son entradas populares, en ambos casos se plasmaron en la columna de “Clasificación Popularidad”, se tuvo como entrada menos popular al pulpo a la chalaca con un 5.89% y la causa de pulpo al olivo con 6.95%. Luego se observó que con el coste del producto y el precio de venta se obtuvo el margen de contribución y la rentabilidad media de 8.58%, por ende en la columna de “Margen de contribución” las entradas mayores al 8.58% fueron entradas rentables y las menores no fueron entradas rentables las cuales se plasmaron en la columna de “Clasificación Rentabilidad”, se obtuvo como entrada rentable a la causa de pulpo en crema de aceituna con un margen de contribución de 13.62% y la entrada menos rentable fueron los choritos a la chalaca con un 6.03%. Finalmente con la clasificación de rentabilidad y popularidad se obtuvieron 2 entradas estrellas, 3 enigma, 1 vaca y 1 perro.

**Figura 42**

*Matriz BCG - Platos de Entrada*



*Nota.* Se visualizan los platos de entrada clasificados como estrella, perro, interrogante y vaca.

A partir de la figura 42 se obtuvieron las siguientes conclusiones de la matriz BCG:

Plato de entrada estrella: Causa de pulpo en crema de aceituna y el tiradito, los cuales obtuvieron una alta rentabilidad y popularidad, por lo que se recomendó al restaurante Cevichito Pliz el mantener dichos platos y de igual forma seguir dándoles el seguimiento en promociones mediante la red social Instagram para que la popularidad crezca mucho más ya que tiene bastante potencial.

Platos de entrada interrogante: Causa de pulpo al olivo, pulpo a la chalaca y causa de pulpa de cangrejo, las 3 entradas obtuvieron un alto margen de contribución pero no fueron muy populares, lo que se recomendó en este caso a Cevichito Pliz es una estrategia de crecimiento, mediante promociones, distribuciones, manejo de la presentación del plato, etc. Y así aumentar el número de clientes, ventas y en consecuencia aumentan los ingresos y podrían convertirse en productos estrella.

Platos de entrada vaca: Choritos a la chalaca, dicha entrada obtuvo mucha popularidad/ventas pero tuvo un margen de contribución bajo, lo que se recomendó a Cevichito Pliz es una estrategia de sostenimiento, es decir el mantener la popularidad del producto, seguir invirtiendo en él, ya que se convierte en un ingreso potencial para la empresa y es un óptimo indicador de fortaleza de la empresa en el mercado y un potencial futuro.

Platos de entrada perro: Causa a lo macho, esta entrada obtuvo una muy baja popularidad y margen de contribución, se recomendó a Cevichito Pliz poner en evaluación este plato por un mes promocionándolo ya que tiene potencial de no ser un producto perro al ser más conocido y llamativo hacia los clientes y por ende ser más rentable para la empresa.

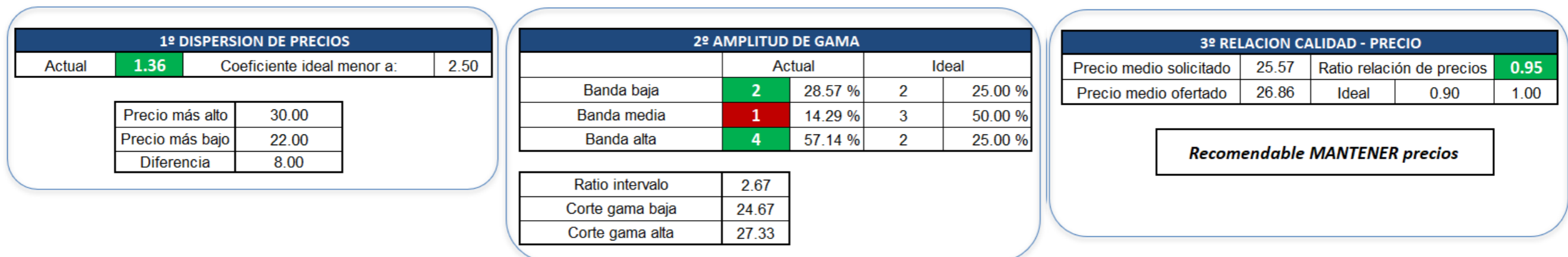
Finalmente después del análisis de la matriz BCG de los platos de entrada, se muestra a continuación los cálculos de la evaluación de precios mediante el principio de Omnes:

Figura 43

Principio de Omnes platos de entrada Cevichito Pliz



Nombre del producto	Número de ventas	Coste del Producto	Precio de venta	% Coste Producto	Total ventas
Tiradito	72	S/ 11.54	S/22.00	52.45%	S/ 1,584.00
Choritos a la Chalaca	316	S/ 17.97	S/24.00	74.88%	S/ 7,584.00
Causa a lo macho	52	S/ 20.34	S/27.00	75.33%	S/ 1,404.00
Causa de Pulpo al Olivo	46	S/ 15.31	S/28.00	54.68%	S/ 1,288.00
Causa de Pulpo en Crema de A	77	S/ 14.38	S/28.00	51.36%	S/ 2,156.00
Causa de Pulpa de Cangrejo	60	S/ 19.69	S/29.00	67.90%	S/ 1,740.00
Pulpo a la Chalaca	39	S/ 17.55	S/30.00	58.50%	S/ 1,170.00



Nota. Cálculos detallados de los tres principio de Omnes para los platos de entrada.

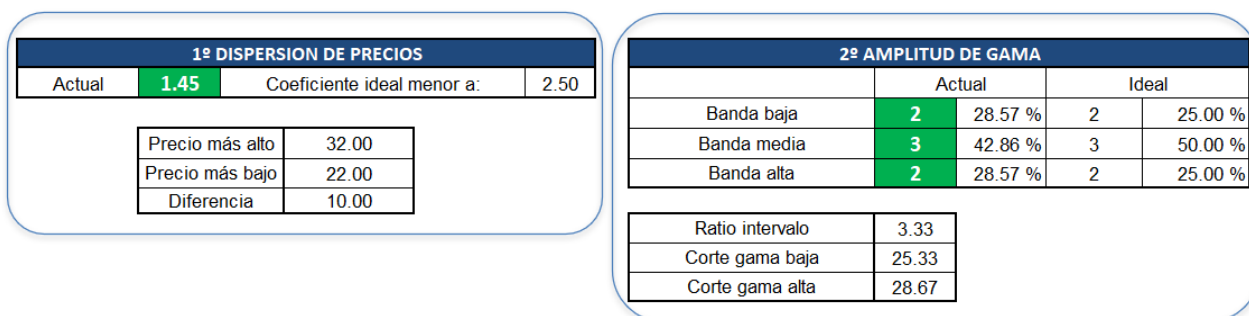
Se observa en la figura 43 todos los cálculos realizados para la evaluación del principio de Omnes en los platos de entrada de Cevichito Pliz, obteniendo como resultado y recomendaciones lo siguiente:

Principio 1 dispersión de precios: Al ser solo 7 platos de entrada en este primer principio el coeficiente ideal debe ser menor a 2.5, obteniendo el precio más alto de S/30.00 y el más bajo a S/22.00, en este caso se obtuvo un coeficiente de 1.36 el cual si se encontró situado en el coeficiente ideal, recomendando a Cevichito Pliz la evaluación de la dispersión de precios, ya que con este primer principio se buscó que dicha dispersión no sea ni muy baja, ni muy alta y evitar que los precios sean muy parecidos entre todos, por ende, evaluar los precios de las entradas y con la ayuda de la matriz BCG teniendo como producto interrogante al pulpo a la chalaca, dicho producto poder evaluar subir en un 7% su precio.

Principio 2 amplitud de gama: En este caso la figura 43 nos muestra el ratio intervalo de 2.67 el cual resta el precio más alto con el más bajo y se divide entre 3, este ratio es sumado al precio más bajo y se obtuvo la gama baja de 24.67 y se le resta al precio más alto y se obtuvo la gama alta de 27.33, este segundo principio nos indicó el autor que lo más recomendable es obtener la mayor cantidad de platos en la gama media, en el caso de Cevichito Pliz se obtuvieron 2 platos en la banda baja cumpliendo con lo ideal, siendo los platos con un precio menor a 24.67, por otro lado se tiene la banda alta 4 platos siendo los platos con un precio mayor a 27.33 y en la banda media solo 1 plato, por ende, este principio no se cumplió y se recomendó a Cevichito Pliz subir el precio en un 7% al producto interrogante pulpo a la chalaca y así tener un balance en la banda media con 3 platos, como se muestra en la siguiente simulación:

**Figura 44**

*Segundo principio de Omnes – Recomendación entradas*



Nombre del producto	Número de ventas	Coste del Producto	Precio de venta	% Coste Producto	Total ventas
Tiradito	72	S/ 11.54	S/22.00	52.45%	S/ 1,584.00
Choritos a la Chalaca	316	S/ 17.97	S/24.00	74.88%	S/ 7,584.00
Causa a lo macho	52	S/ 20.34	S/27.00	75.33%	S/ 1,404.00
Causa de Pulpo al Olivo	46	S/ 15.31	S/28.00	54.68%	S/ 1,288.00
Causa de Pulpo en Crema de A	77	S/ 14.38	S/28.00	51.36%	S/ 2,156.00
Causa de Pulpa de Cangrejo	60	S/ 19.69	S/29.00	67.90%	S/ 1,740.00
Pulpo a la Chalaca	39	S/ 17.55	S/32.00	58.50%	S/ 1,170.00

*Nota.* Se muestran los cambios que figuran en los principios al realizar el cambio recomendado.

Como se observa en la figura 44 al subir el precio del pulpo a la chalaca un 7% se obtuvo un precio de S/32.00 cumpliendo con el primer y segundo principio de Omnes.

Principio 3 relación calidad – precio: El último principio mide la relación calidad precio, es decir la relación del precio medio solicitado en la figura 43 de 25.57 siendo un precio que los clientes están dispuestos a pagar y el precio medio ofertado de 26.86, obteniendo como resultado el ratio dentro de lo ideal siendo 0.95, por lo que se recomendó a Cevichito Pliz mantener los precios o realizar dicho cambio en un precio que fue recomendado en el principio 1 y 2 mostrando a continuación la relación calidad precio de 0.94 estando dentro del ideal con el cambio recomendado previamente en el plato pulpo a la chalaca:

**Figura 45**

*Tercer principio de Omnes – Recomendación entradas*

3º RELACION CALIDAD - PRECIO				
Precio medio solicitado	25.57	Ratio relación de precios	0.94	
Precio medio ofertado	27.14	Ideal	0.90	1.00

**Recomendable MANTENER precios**

*Nota.* Proyección del cumplimiento del tercer principio con el cambio recomendado.

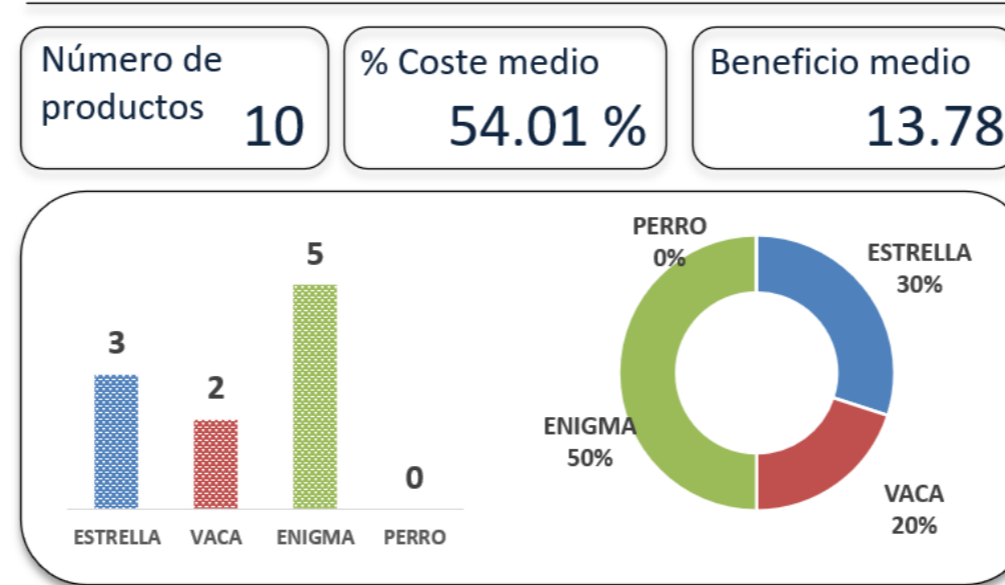
- Evaluación de Platos Fríos:

Los platos fríos fueron un total de 10, siendo el Cevichopp, ceviche de pescado clásico, ceviche carretillero, ceviche mixto, ceviche de erizo, ceviche de pescado y pulpo, ceviche de conchas negras, pulpo en crema de aceituna, pulpo al olivo y ceviche en cremas. Dichos platos tienen detallados la cantidad vendida en la tabla 16 y el costo de elaboración en la tabla 15. Mostrando a continuación los cálculos de la evaluación de “Ingeniería de Menú” para los platos fríos.

Figura 46

Ingeniería de Menú platos fríos Cevichito Pliz

**Ingeniería de Menús**



Media Coste	Indice de Pop. Medio	Rentabilidad Media
54.01 %	7.00	13.78

Rentabilidad	Popularidad	Clasificación	Cantidad
ALTO	ALTO	ESTRELLA	3
BAJO	ALTO	VACA	2
ALTO	BAJO	ENIGMA	5
BAJO	BAJO	PERRO	0

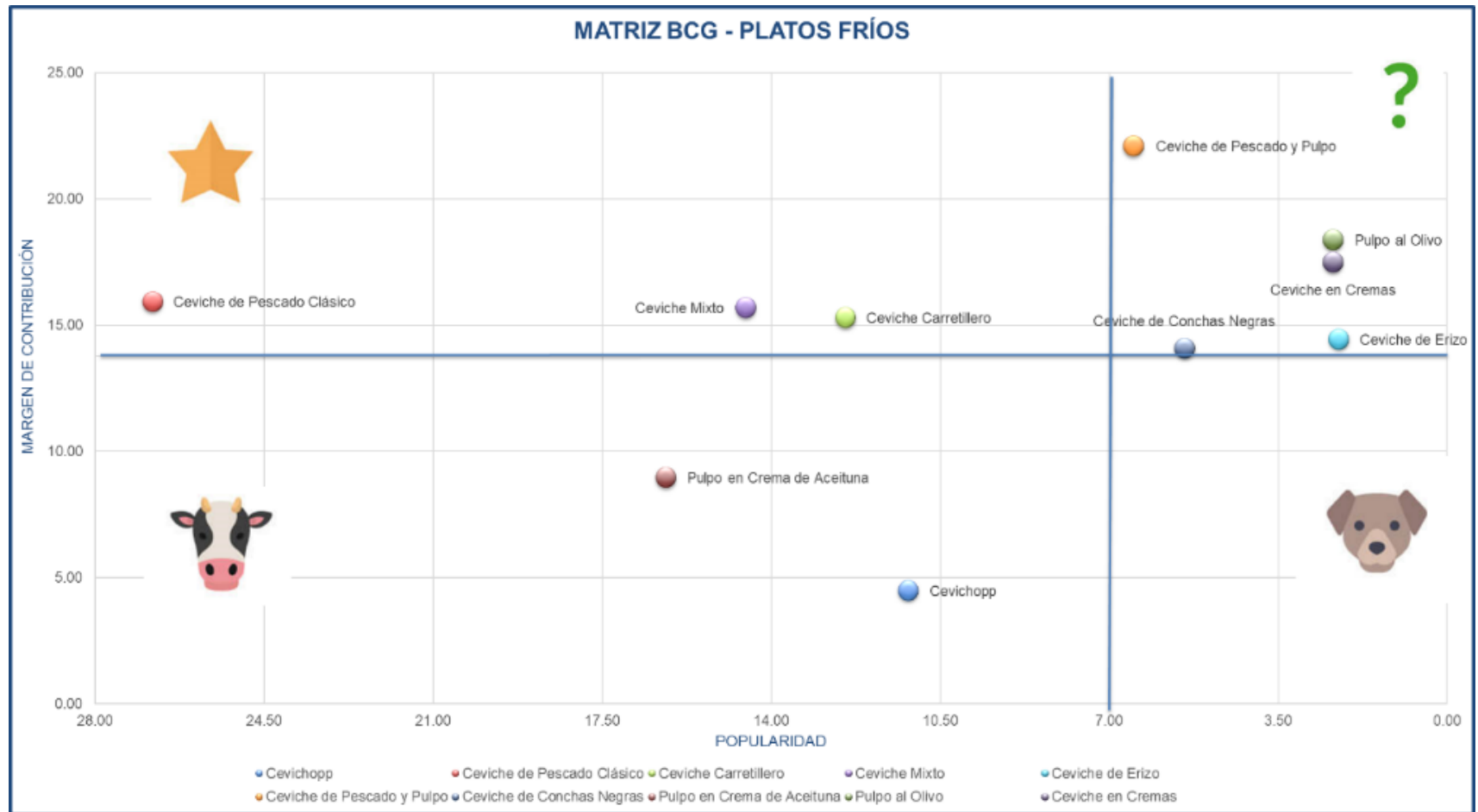
Nombre del producto	Número de ventas	Coste del producto	Precio de venta	Indice de popularidad %	Coste del producto %	Margen de contribución	Total coste del producto	Total ventas	Margen de contribución total	Clasificación Rentabilidad	Clasificación Popularidad	Clasificación Final
Cevichopp	189	S/14.51	S/19.00	11.16	76.37%	S/4.49	S/2,742.39	S/3,591.00	S/848.61	BAJO	ALTO	VACA
Ceviche de Pescado Clásico	454	S/14.06	S/30.00	26.80	46.87%	S/15.94	S/6,383.24	S/13,620.00	S/7,236.76	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Ceviche Carretillero	211	S/14.70	S/30.00	12.46	49.00%	S/15.30	S/3,101.70	S/6,330.00	S/3,228.30	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Ceviche Mixto	246	S/17.30	S/33.00	14.52	52.42%	S/15.70	S/4,255.80	S/8,118.00	S/3,862.20	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Ceviche de Erizo	38	S/23.55	S/38.00	2.24	61.97%	S/14.45	S/894.90	S/1,444.00	S/549.10	ALTO	BAJO	ENIGMA
Ceviche de Pescado y Pulpo	110	S/15.89	S/38.00	6.49	41.82%	S/22.11	S/1,747.90	S/4,180.00	S/2,432.10	ALTO	BAJO	ENIGMA
Ceviche de Conchas Negras	92	S/28.91	S/43.00	5.43	67.23%	S/14.09	S/2,659.72	S/3,956.00	S/1,296.28	ALTO	BAJO	ENIGMA
Pulpo en Crema de Aceituna	274	S/16.03	S/25.00	16.17	64.12%	S/8.97	S/4,392.22	S/6,850.00	S/2,457.78	BAJO	ALTO	VACA
Pulpo al Olivo	40	S/16.61	S/35.00	2.36	47.46%	S/18.39	S/664.40	S/1,400.00	S/735.60	ALTO	BAJO	ENIGMA
Ceviche en Cremas	40	S/14.50	S/32.00	2.36	45.31%	S/17.50	S/580.00	S/1,280.00	S/700.00	ALTO	BAJO	ENIGMA

Nota. Cálculos detallados de popularidad y rentabilidad de platos fríos para clasificación BCG.

En la figura 46 se visualiza en número de ventas de los platos fríos que van de la mano con el “Índice de popularidad” obteniendo como resultado que el plato frío más popular fue el ceviche de pescado clásico con un 26.8% y el “Índice de popularidad Medio” es de 7% lo que quiere decir que los platos fríos con un índice de popularidad mayor al 7% son platos fríos populares y al ser menor del 7% no lo son, en ambos casos se plasmaron en la columna de “Clasificación Popularidad”, obteniendo como plato frío menos popular al ceviche de erizo con un 2.24% seguido el pulpo al olivo y ceviche en crema ambos con un 2.36%. Luego se observó que con el coste del producto y el precio de venta se obtuvo el margen de contribución y la rentabilidad media siendo de 13.78%, por ende en la columna de “Margen de contribución” los platos fríos mayores al 8.58% son rentables y los menores no son rentables, las cuales se plasman en la columna de “Clasificación Rentabilidad”, obteniendo como plato frío rentable principalmente al ceviche de pescado y pulpo con un margen de contribución de 22.11% y el plato frío menos rentable al Cevichopp con un 4.49%. Finalmente con la clasificación de rentabilidad y popularidad se muestran 3 platos fríos estrellas, 5 enigmas y 2 vacas.

**Figura 47**

*Matriz BCG - Platos fríos*



*Nota.* Se visualizan los platos fríos clasificados como estrella, perro, interrogante y vaca.

A partir de la figura 47 se obtuvieron las siguientes conclusiones de la matriz BCG:

Platos fríos estrellas: Ceviche de pescado clásico, ceviche mixto y ceviche carretilero, los cuales obtuvieron una alta rentabilidad y popularidad, lo que se recomendó al restaurante Cevichito Pliz es mantener dichos platos y de igual forma seguir dándoles el seguimiento en promociones mediante la red social Instagram para que la popularidad crezca mucho más ya que tiene bastante potencial.

Platos fríos interrogantes: Ceviche de pescado y pulpo, pulpo al olivo, ceviche en cremas, ceviche de conchas negras, ceviche de erizo, los 5 platos obtuvieron un alto margen de contribución pero no fueron muy populares, lo que se recomendó en este caso a Cevichito Pliz es una estrategia de crecimiento, mediante promociones, distribuciones, manejo de la presentación del plato, etc. Y así aumentar el número de clientes, ventas y en consecuencia aumentan los ingresos y podrían convertirse en productos estrella.

Platos fríos vaca: Pulpo en crema de aceituna y el Cevichopp, dichos platos obtuvieron mucha popularidad/ventas pero un margen de contribución bajo, lo que se recomendó a Cevichito Pliz es una estrategia de sostenimiento, esto quiere decir el mantener la popularidad del producto, seguir invirtiendo en él, ya que se convierte en un ingreso potencial para la empresa, es un óptimo indicador de fortaleza de la empresa en el mercado y un potencial futuro.

Platos fríos perro: En los platos fríos no se encontraron ninguno clasificado como perro, lo cual fue una buena señal para Cevichito Pliz ya que estos son los platos bandera de la cevichería.

Finalmente después del análisis de la matriz BCG de los platos de entrada, se muestra a continuación los cálculos para la evaluación de precios mediante el principio de Omnes:

Figura 48

Principio de Omnes platos fríos Cevichito Pliz

**Principios de Omnes**



Nombre del producto	Número de ventas	Coste del Producto	Precio de venta	% Coste Producto	Total ventas
Cevichopp	189	S/ 14.51	S/19.00	76.37%	S/ 3,591.00
Ceviche de Pescado Clásico	454	S/ 14.06	S/30.00	46.87%	S/ 13,620.00
Ceviche Carretillero	211	S/ 14.70	S/30.00	49.00%	S/ 6,330.00
Ceviche Mixto	246	S/ 17.30	S/33.00	52.42%	S/ 8,118.00
Ceviche de Erizo	38	S/ 23.55	S/38.00	61.97%	S/ 1,444.00
Ceviche de Pescado y Pulpo	110	S/ 15.89	S/38.00	41.82%	S/ 4,180.00
Ceviche de Conchas Negras	92	S/ 28.91	S/43.00	67.23%	S/ 3,956.00
Pulpo en Crema de Aceituna	274	S/ 16.03	S/25.00	64.12%	S/ 6,850.00
Pulpo al Olivo	40	S/ 16.61	S/35.00	47.46%	S/ 1,400.00
Ceviche en Cremas	40	S/ 14.50	S/32.00	45.31%	S/ 1,280.00

1º DISPERSION DE PRECIOS			
Actual	<b>2.26</b>	Coeficiente ideal menor a:	3.00
Precio más alto	43.00		
Precio más bajo	19.00		
Diferencia	24.00		

2º AMPLITUD DE GAMA				
	Actual		Ideal	
Banda baja	<b>2</b>	20.00 %	3	25.00 %
Banda media	<b>4</b>	40.00 %	4	50.00 %
Banda alta	<b>4</b>	40.00 %	3	25.00 %
Ratio intervalo	8.00			
Corte gama baja	27.00			
Corte gama alta	35.00			

3º RELACION CALIDAD - PRECIO				
Precio medio solicitado	29.97	Ratio relación de precios	<b>0.93</b>	
Precio medio ofertado	32.30	Ideal	0.90	1.00
Nuevo precio ofertado	0.00	Nueva relación de precio	<b>0.93</b>	
<b>Recomendable MANTENER precios</b>				

Nota. Cálculos detallados de los tres principio de Omnes para los platos fríos.

Se observa en la figura 48 todos los cálculos realizados para la evaluación del principio de Omnes en los platos fríos de Cevichito Pliz, obteniendo como resultado y recomendaciones lo siguiente:

Principio 1 dispersión de precios: Al ser solo 10 platos fríos en este primer principio el coeficiente ideal debe ser menor a 3, obteniendo el precio más alto de S/43.00 y el más bajo a S/19.00, en este caso se obtuvo un coeficiente de 2.26 el cual si se encontró situado en el coeficiente ideal cumpliendo con el primer principio, recomendando a Cevichito Pliz mantener los precios de los platos fríos pero a la vez tenerlo en evaluación de precios y la venta de estos en los siguientes 6 meses para no tener una diferencia muy alta entre el más caro y el menos caro, ya que los clientes al ver el precio de la carta normalmente piden el más barato y eso es lo que cualquier restaurante quiere evitar.

Principio 2 amplitud de gama: En este caso la figura 48 nos muestra el ratio intervalo de 8 el cual resta el precio más alto con el más bajo y se divide entre 3, este ratio es sumado al precio más bajo y se obtuvo la gama baja de 27 y se le resta al precio más alto y se obtuvo la gama alta de 35, este segundo principio nos indica el autor que lo más recomendable es tener la mayor cantidad de platos en la gama media, en el caso de Cevichito Pliz se obtuvieron 2 platos en la banda baja casi cumpliendo el ideal de 3 platos con un precio menor a 27, por otro lado se obtuvieron en la banda alta 4 platos siendo los platos con un precio mayor a 35 y en la banda media se obtuvieron 4 platos cumpliendo con el segundo principio y siendo un resultado favorable para Cevichito Pliz por lo que se le recomendó mantener sus precios.

Principio 3 relación calidad – precio: El último principio mide la relación calidad precio, es decir la relación del precio medio solicitado en la figura 48 de 29.97 siendo un precio que los clientes están dispuestos a pagar y el precio medio ofertado de 32.30, obteniendo como resultado el ratio dentro de lo ideal siendo 0.93, cumpliendo con el tercer principio; por ende, se recomendó a Cevichito Pliz mantener los precios de los platos fríos.

· Evaluación de Platos Calientes:

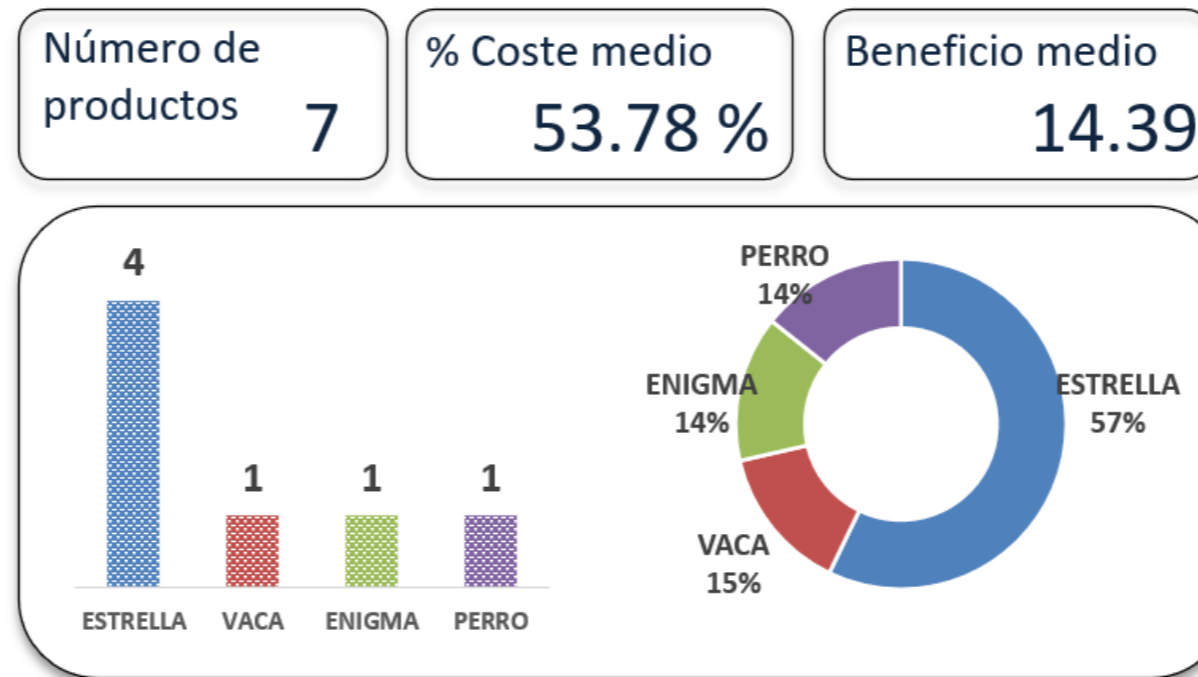
Los platos calientes fueron un total de 7, siendo el chaufa de mariscos, arroz de mariscos, arroz de la casa, chicharrón de pescado, filete de pescado, parihuela y chilcano especial. Dichas platos calientes tienen detallados la cantidad vendida en la tabla 16 y el costo de elaboración en la tabla 15. Mostrando a continuación los cálculos de la evaluación de “Ingeniería de Menú” de los platos calientes.



Figura 49

Ingeniería de Menú platos calientes Cevichito Pliz

### Ingeniería de Menús



Media Coste	Índice de Pop. Medio	Rentabilidad Media
53.78 %	10.00	14.39

Rentabilidad	Popularidad	Clasificación	Cantidad
ALTO	ALTO	ESTRELLA	4
BAJO	ALTO	VACA	1
ALTO	BAJO	ENIGMA	1
BAJO	BAJO	PERRO	1

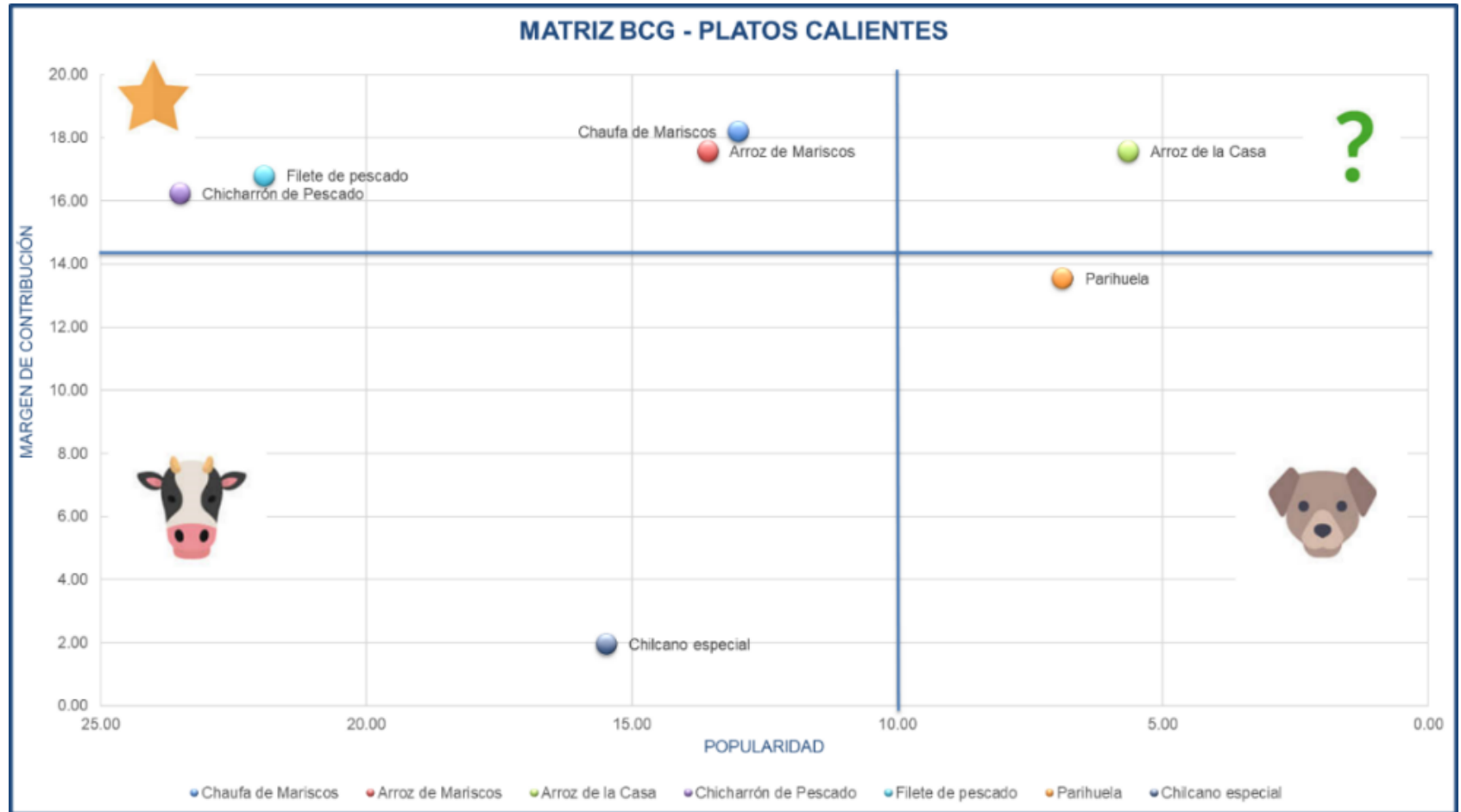
Nombre del producto	Número de ventas	Coste del producto	Precio de venta	Índice de popularidad %	Coste del producto %	Margen de contribución	Total coste del producto	Total ventas	Margen de contribución total	Clasificación Rentabilidad	Clasificación Popularidad	Clasificación Final
Chaufa de Mariscos	115	S/ 14.80	S/ 33.00	12.99	44.85%	18.20	S/ 1,702.00	S/ 3,795.00	S/ 2,093.00	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Arroz de Mariscos	120	S/ 18.08	S/ 35.00	13.56	51.66%	16.92	S/ 2,169.60	S/ 4,200.00	S/ 2,030.40	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Arroz de la Casa	50	S/ 17.43	S/ 35.00	5.65	49.80%	17.57	S/ 871.50	S/ 1,750.00	S/ 878.50	ALTO	BAJO	ENIGMA
Chicharrón de Pescado	208	S/ 19.76	S/ 36.00	23.50	54.89%	16.24	S/ 4,110.08	S/ 7,488.00	S/ 3,377.92	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Filete de pescado	194	S/ 13.20	S/ 30.00	21.92	44.00%	16.80	S/ 2,560.80	S/ 5,820.00	S/ 3,259.20	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Parihuela	61	S/ 26.45	S/ 40.00	6.89	66.13%	13.55	S/ 1,613.45	S/ 2,440.00	S/ 826.55	BAJO	BAJO	PERRO
Chilcano especial	137	S/ 13.05	S/ 15.00	15.48	87.00%	1.95	S/ 1,787.85	S/ 2,055.00	S/ 267.15	BAJO	ALTO	VACA

Nota. Cálculos detallados de popularidad y rentabilidad de platos calientes para clasificación BCG.

En la figura 49 se visualiza en número de ventas de los platos calientes que van de la mano con el “Índice de popularidad” teniendo como resultado que el plato caliente más popular fue el chicharrón de pescado con un 23.5% y el “Índice de popularidad Medio” fue de 10% lo que quiere decir que los platos calientes con un índice de popularidad mayor al 10% son populares y al ser menor del 10% no son platos calientes populares, en ambos casos se plasmaron en la columna de “Clasificación Popularidad”, obteniendo como plato caliente menos popular al arroz de la casa con un 5.65% seguido la parihuela con 6.89%. Luego se observó que con el coste del producto y el precio de venta se obtuvo el margen de contribución y la rentabilidad media siendo de 14.39%, por ende en la columna de “Margen de contribución” los platos calientes mayores al 14.39% son rentables y las menores no son platos calientes rentables los cuales se plasmaron en la columna de “Clasificación Rentabilidad”, obteniendo como plato caliente rentable al chaufa de mariscos con un margen de contribución de 18.20% y el menos rentable al chilcano especial con un 1.95%. Finalmente con la clasificación de rentabilidad y popularidad se obtuvieron 4 platos calientes estrellas, 1 enigma, 1 vaca y 1 perro.

**Figura 50**

*Matriz BCG - Platos calientes*



*Nota.* Se visualizan los platos calientes clasificados como estrella, perro, interrogante y vaca.

A partir de la figura 50 se obtuvieron las siguientes conclusiones de la matriz BCG:

Platos calientes estrellas: Chaufa de mariscos, arroz de mariscos, filete de pescado y chicharrón de pescado, los cuales obtuvieron una alta rentabilidad y popularidad, lo que se recomendó al restaurante Cevichito Pliz es mantener dichos platos y de igual forma seguir dándoles el seguimiento en promociones mediante la red social Instagram para que la popularidad crezca mucho más ya que tiene bastante potencial.

Platos calientes interrogantes: Arroz de la casa, este plato obtuvo un alto margen de contribución pero no fue muy popular, lo que se recomendó en este caso a Cevichito Pliz es una estrategia de crecimiento, mediante promociones, distribuciones, manejo de la presentación del plato, etc. Y así aumentar el número de clientes, ventas y en consecuencia aumentan los ingresos y podría convertirse en un producto estrella.

Platos calientes vaca: Chilcano especial, dicho plato obtuvo mucha popularidad/ventas pero un margen de contribución bajo, lo que se recomendó a Cevichito Pliz es una estrategia de sostenimiento, esto quiere decir el mantener la popularidad del producto, seguir invirtiendo en él, ya que se convierte en un ingreso potencial para la empresa, es un óptimo indicador de fortaleza de la empresa en el mercado y un potencial futuro.

Platos calientes perro: Parihuela, este plato obtuvo una muy baja popularidad y margen de contribución un poco bajo a la media, se recomendó a Cevichito Pliz evaluar este plato unos 6 meses más para la siguiente evaluación de este plato ya que mediante promociones para este plato puede ser mucho más popular y generar más ventas y convertirse en un producto vaca.

Finalmente después del análisis de la matriz BCG de los platos de entrada, se muestra a continuación los cálculos para la evaluación de precios mediante el principio de Omnes:

Figura 51

Principio de Omnes platos calientes Cevichito Pliz

**Principios de Omnes**



Nombre del producto	Número de ventas	Coste del Producto	Precio de venta	% Coste Producto	Total ventas
Chaufa de Mariscos	115	S/ 14.80	S/33.00	44.85%	S/ 3,795.00
Arroz de Mariscos	120	S/ 18.08	S/35.00	51.66%	S/ 4,200.00
Arroz de la Casa	50	S/ 17.43	S/33.00	49.80%	S/ 1,750.00
Chicharrón de Pescado	208	S/ 19.76	S/36.00	54.89%	S/ 7,488.00
Filete de pescado	194	S/ 13.20	S/30.00	44.00%	S/ 5,820.00
Parihuela	61	S/ 26.45	S/40.00	66.13%	S/ 2,440.00
Chilcano especial	137	S/ 13.05	S/15.00	87.00%	S/ 2,055.00

1º DISPERSION DE PRECIOS			
Actual	<b>2.67</b>	Coeficiente ideal menor a:	2.50
Precio más alto	40.00		
Precio más bajo	15.00		
Diferencia	25.00		

2º AMPLITUD DE GAMA				
	Actual		Ideal	
Banda baja	<b>1</b>	14.29 %	2	25.00 %
Banda media	<b>1</b>	14.29 %	3	50.00 %
Banda alta	<b>5</b>	71.43 %	2	25.00 %
Ratio intervalo	8.33			
Corte gama baja	23.33			
Corte gama alta	31.67			

3º RELACION CALIDAD - PRECIO				
Precio medio solicitado	31.13	Ratio relación de precios	<b>0.97</b>	
Precio medio ofertado	32.00	Ideal	0.90	1.00
Nuevo precio ofertado	0.00	Nueva relación de precio	<b>0.97</b>	

**Recomendable MANTENER precios**

Nota. Cálculos detallados de los tres principio de Omnes para los platos fríos.

Se observa en la figura 51 todos los cálculos realizados para la evaluación del principio de Omnes en los platos calientes de Cevichito Pliz, se obtuvieron como resultados y recomendaciones lo siguiente:

Principio 1 dispersión de precios: Al ser solo 7 platos de entrada en este primer principio el coeficiente ideal debe ser menor a 2.5, se obtuvo el precio más alto de S/40.00 y el más bajo a S/15.00, en este caso se obtuvo un coeficiente de 2.67 el cual no está situado en el coeficiente ideal, recomendando a Cevichito Pliz la evaluación de la dispersión de precios, ya que con este primer principio se busca que dicha dispersión no sea ni muy baja, ni muy alta y evitar que los precios sean muy parecidos entre todos, por ende, evaluar los precios de los platos calientes y con la ayuda de la matriz BCG teniendo como producto vaca al chilcano especial, dicho producto poder evaluar subir en un 67% su precio, y así obtener un coeficiente de la dispersión de precios ideal de 1.6 como se muestra en la siguiente simulación:

**Figura 52**

*Primer principio Omnes – Recomendación platos calientes*

1º DISPERSION DE PRECIOS			
Actual	1.60	Coeficiente ideal menor a:	2.50
Precio más alto	40.00		
Precio más bajo	25.00		
Diferencia	15.00		

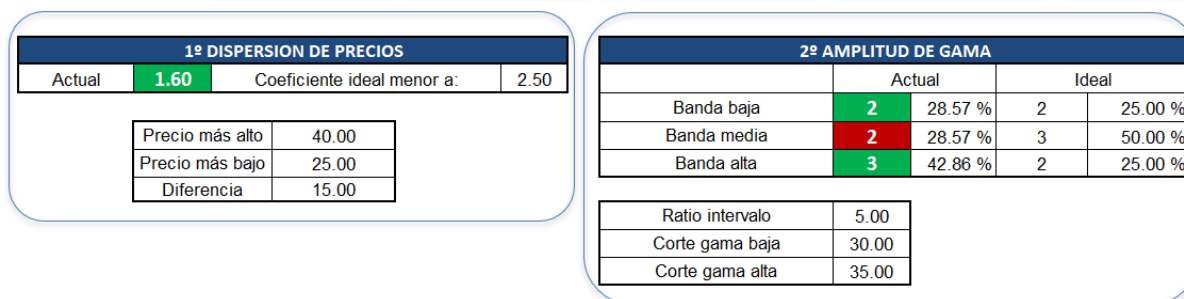
Nombre del producto	Número de ventas	Coste del Producto	Precio de venta	% Coste Producto	Total ventas
Chaufa de Mariscos	115	S/ 14.80	S/33.00	44.85%	S/ 3,795.00
Arroz de Mariscos	120	S/ 18.08	S/35.00	51.66%	S/ 4,200.00
Arroz de la Casa	50	S/ 17.43	S/35.00	49.80%	S/ 1,750.00
Chicharrón de Pescado	208	S/ 19.76	S/36.00	54.89%	S/ 7,488.00
Filete de pescado	194	S/ 13.20	S/30.00	44.00%	S/ 5,820.00
Parihuela	61	S/ 26.45	S/40.00	66.13%	S/ 2,440.00
Chilcano especial	137	S/ 13.05	S/25.00	87.00%	S/ 2,055.00

*Nota.* Se muestran los cambios que figuran en el primer principio al realizar el cambio recomendado.

Principio 2 amplitud de gama: En este caso la figura 51 nos muestra el ratio intervalo de 8.33 el cual resta el precio más alto con el más bajo y se divide entre 3, este ratio es sumado al precio más bajo y se obtuvo la gama baja de 23.33 y se le resta al precio más alto y se obtuvo la gama alta de 31.67, este segundo principio nos indica el autor que lo más recomendable es tener la mayor cantidad de platos en la gama media, en el caso de Cevichito Pliz se obtuvo 1 plato en la banda baja casi cumpliendo con lo ideal, siendo los platos con un precio menor a 23.33, por otro lado se obtuvo la banda alta 5 platos siendo los platos con un precio mayor a 31.67 y en la banda media solo 1 plato, por ende, este principio no se cumplió y se recomendó a Cevichito Pliz subir el precio en un 67% al producto vaca que es el chilcano especial y bajar en un 5% el precio del arroz de la casa ya que es uno de los platos relativamente nuevos en el restaurante y ser un precio más accesible y amigable hacia los clientes, así obtener un balance en la banda media con 2 platos, como se muestra en la siguiente simulación:

**Figura 53**

*Segundo principio de Omnes – Recomendación platos calientes*



Nombre del producto	Número de ventas	Coste del Producto	Precio de venta	% Coste Producto	Total ventas
Chaufa de Mariscos	115	S/ 14.80	S/33.00	44.85%	S/ 3,795.00
Arroz de Mariscos	120	S/ 18.08	S/35.00	51.66%	S/ 4,200.00
Arroz de la Casa	50	S/ 17.43	S/33.00	49.80%	S/ 1,750.00
Chicharrón de Pescado	208	S/ 19.76	S/36.00	54.89%	S/ 7,488.00
Filete de pescado	194	S/ 13.20	S/30.00	44.00%	S/ 5,820.00
Parihuela	61	S/ 26.45	S/40.00	66.13%	S/ 2,440.00
Chilcano especial	137	S/ 13.05	S/25.00	87.00%	S/ 2,055.00

*Nota.* Se muestran los cambios que figuran en el segundo principio al realizar el cambio recomendado.

Como se observa en la figura 53 al subir el precio del chilcano especial a S/25.00 y bajar el precio del arroz de la casa a S/33.00 se cumple con el primer y segundo principio de Omnes.

Principio 3 relación calidad – precio: El último principio mide la relación calidad precio, es decir la relación del precio medio solicitado en la figura 51 de 31.13 siendo un precio que los clientes están dispuestos a pagar y el precio medio ofertado de 33.14, teniendo como resultado el ratio dentro de lo ideal siendo 0.97, por lo que se recomendó a Cevichito Pliz mantener los precios o realizar dicho cambio en un precio que fue recomendado en el principio 1 y 2

mostrando a continuación la relación calidad precio de 0.94 estando dentro del ideal con el cambio recomendado previamente:

**Figura 54**

*Tercer principio de Omnes – Recomendación platos calientes*

3º RELACION CALIDAD - PRECIO				
Precio medio solicitado	31.13	Ratio relación de precios	0.94	
Precio medio ofertado	33.14	Ideal	0.90	1.00
Nuevo precio ofertado	0.00	Nueva relación de precio	0.94	

**Recomendable MANTENER precios**

*Nota.* Proyección del cumplimiento del tercer principio con los cambios recomendados.

Una vez que se realizó los cálculos de la ingeniería de menú y principio de omnes se recomendó los 9 siguientes cambios o mejoras en cuanto a los precios y platos de la carta actual de Cevichito Pliz:

- Subir en 7% el precio del pulpo a la chalaca de S/30.00 a S/32.00 ya que al ser un producto interrogante tiene un alto margen de contribución y el preparar promociones y publicidad con esta entrada para así mejorar su popularidad, aumentar los ingresos y convertirse en un plato de entrada estrella.
- Los siguientes platos de entrada: la causa de pulpo al olivo y causa de pulpa de cangrejo, dichas entradas deben tener mucha más promoción y publicidad, que el público conozca esos platos, que sean llamativos para los clientes y así mejore su popularidad, mejoran los ingresos y se convierten en platos de entrada estrellas.

- En cuanto a la entrada clasificada como perro, es la causa a lo macho, se recomendó que a este plato deben promocionarlo y ser llamativo para el cliente ya que le falta popularidad para poder convertirse en un producto vaca ya que si cuenta como un mayor margen de contribución respecto al producto vaca actual que son los choritos a la chalaca.
- En cuanto a los platos fríos se recomienda el mantener los precios de todos.
- El ceviche de pescado y pulpo, pulpo al olivo, ceviche en cremas, ceviche de conchas negras y el ceviche de erizo son producto clasificados como interrogantes, por lo que se recomendó promociones constantes de dichos platos fríos y publicidad, incrementando los ingresos convirtiéndose en productos estrella.
- La clasificación de los platos fríos en cuanto a precios cumplió todos los principios de Omnes, y no cuentan con ningún plato frío clasificado como perro por lo que se recomienda añadir un plato distinto, que llame la atención de los clientes, recomendando el “Ceviche de Champiñones” , es un plato que sorprende a los clientes al leerlo, no es muy común, tiene una historia interesante y datos interesantes como que el mismo Gastón Acurio quedo impresionado con este plato y lo imitó y puso en uno de sus restaurante y también brinda un valor nutricional hacia el cliente, teniendo un costo de elaboración de S/18.00 y venderlo en S/25.00 con un 40% de ganancia.
- En cuanto a los platos calientes se recomendó que el arroz de la casa siendo un producto interrogante, disminuir el precio en un 5% de S/35.00 a S/33.00, ya que este tiene un alto margen de contribución y al ser un plato relativamente nuevo se requiere también incrementar la promoción y publicidad de dicho plato para mejorar su popularidad.

- El chilcano especial es un plato al que se recomendó subir el precio en un 67% de S/15.00 a S/25.00 y va de la mano con promocionarlo para que conozcan el tamaño del plato ya que es una cantidad servida mucho más grande que el chilcano tradicional en un pocillo pequeño y así genera mucho más margen de contribución a la empresa.
- La parihuela fue clasificada como un plato perro, pero en este caso, tiene potencial para poder generar ingresos sólidos convirtiéndose en un producto vaca, por lo que se recomendó el crear más publicidad y promociones de dicho plato para que sea más conocido por los clientes y genere ingresos estables.

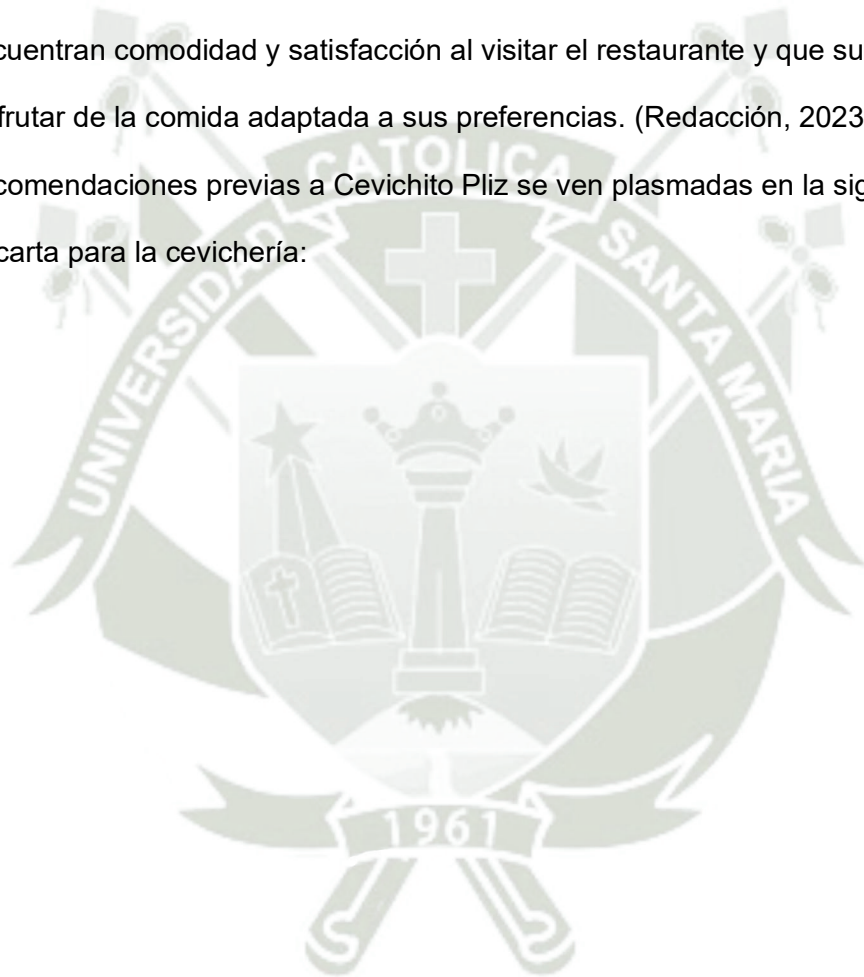
En cuanto a la carta en general se realizaron las siguientes 2 recomendaciones para Cevichito Pliz:

- Cevichito Pliz no se cuenta con ningún plato con langostino, según Teaviso.pe (2023) los langostinos se encuentran dentro del Top 10 de los mariscos más populares y que más consumen en el Perú, siendo utilizado en una variedad de platos tradicionales, y tiene una gran versatilidad para emplearse en la cocina, siendo tanto para un plato de entrada, plato principal o de acompañamiento y tienen un alto valor nutricional, Symonline (2022) nos menciona que aporta vitamina B3, B9, B12, E, magnesio, sodio y hierro, propiciando un buen desarrollo muscular por lo que es muy recomendable su consumo.

Por ende se recomendó el agregar la entrada de “Causa de Langostinos” a S/32.00 y como platos calientes al “Fetuccini con langostinos” a S/38.00 y “Spaguetti a lo Alfredo con langostinos” a S/34.00, dichos precios fueron basados en la competencia seleccionada para la elaboración de la matriz QFD, añadiendo pasta a la carta y que sean platos diferentes a los comunes en una cevichería pero con el toque marino.

- Se recomendó añadir un “Menú Kids” teniendo como opción “Cajita Burger” a S/25.00 y “Milanesa de pollo” a S/20.00, dichos precios fueron basados en la competencia seleccionada para la elaboración de la matriz QFD. El contar con un menú infantil, se tienen distintas ventajas como que los padres desean algo sencillo y saludable para los niños, esta opción de menú infantil simplifica la elección para los padres y agiliza el procesos de pedido y genera fidelización ya que los padres encuentran comodidad y satisfacción al visitar el restaurante y que sus hijos puedan disfrutar de la comida adaptada a sus preferencias. (Redacción, 2023)

Las recomendaciones previas a Cevichito Pliz se ven plasmadas en la siguiente figura y propuesta de carta para la cevichería:





### **5.1.2. Diseño de mejora de la dimensión: Cantidad**

De Bonis (2020) señala que uno de los beneficios en cuanto a la estandarización de la receta es el aporte y mejora en la presentación uniforme del servicio, ya que al tener las cantidades igualadas, las presentaciones preestablecidas y los procesos comunes se garantiza que en todos los platos se servirá la cantidad establecida, con la misma calidad, mismo sabor, evitando los reclamos comunes de poca cantidad o variedad en la cantidad de los platos.

De Bonis (2020) indica también que el proceso de Estandarización de recetas tiene el objetivo de establecer los procesos de elaboración de las distintas preparaciones de los platos de un menú, de forma que estos puedan repetirse en forma similar.

Para que el recetario se pueda cumplir de manera correcta se tiene a continuación formatos para el ingreso de ingredientes donde el jefe de cocina es el encargado de llenarlo, especificando los productos, cantidad, unidad, estado del producto, observaciones y su firma respectiva de los insumos que están ingresando al local y tener una trazabilidad del ingreso, también se elaboró un formato para pedido de compras, en este caso el jefe de cocina deberá llenar los productos que no se encuentren en stock o estén a punto de terminar su stock, detallando el nombre del producto la cantidad, unidad y observaciones, teniendo de igual forma la trazabilidad del pedido de insumos y que no existan malentendidos ni emergencias por la ausencia de algún insumo para la elaboración de los platos de tal forma que siempre estén los ingredientes en stock.

**Figura 56**

*Formato de recepción de requerimiento*

<b>CEVICHITO PLIZ</b>		<b>RECEPCIÓN DE REQUERIMIENTO</b>			
<b>FECHA</b>					
<b>HORA DE RECEPCION</b>					
<b>ITEM</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>ESTADO DEL PRODUCTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
<b>RESPONSABLE</b>					
<b>FIRMA</b>					

*Nota.* Especificación del producto, cantidad, unidad, estado y observaciones de la recepción del requerimiento.

**Figura 57**

*Formato de pedidos de productos*

<b>CEVICHITO PLIZ</b>		<b>PEDIDOS DE PRODUCTOS</b>		
<b>FECHA</b>				
<b>RESPONSABLE</b>				
<b>ITEM</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

*Nota.* Especificación del producto, cantidad, unidad y observaciones del pedido de productos.

En cuanto a la mejora de la dimensión “Cantidad” se detallaron las cantidades de cada ingrediente a utilizar en todos los platos de la carta, incluyendo a los platos que se sugirieron en la mejora de la dimensión de “Variedad de platos”, dichas cantidades de los ingredientes se encuentran en el recetario mostrado en el anexo 15. Y son guiados de la capacitación detallada en la tabla 19.

**Tabla 17**

*Capacitación herramienta "Recetario Cevichito Pliz"*

Herramienta	Responsable	Capacitado	Fecha
Recetario Cevichito Pliz	José V. y Gustavo R.	Jefe de cocina Ayudante de cocina	Lunes y martes por un mes de 9:00 am a 11:00 am.

Nota. Se muestra los responsables de la herramienta “Recetario”, el trabajador capacitado y la fecha a realizar las capacitaciones.

Se realizó una prueba al vacío con dos de los chef que se encuentran trabajando actualmente en Cevichito Pliz, la prueba al vacío constó de realizar los platos de la carta e ir pesando cuanto de insumos se utiliza para cada plato, al tener los pesos y unidades de medida se realizó un promedio de las cantidades para así tener una cantidad exacta que ambos chefs seguirán mediante el recetario, se detallan las cantidades en el anexo 14.

Se muestra a continuación las cantidades detalladas en cuanto a los platos de entrada de Cevichito Pliz, incluyendo la entrada sugerida siendo la “Causa de langostinos”:

**Figura 58**

*Cantidades de ingredientes del Tiradito*

CEVICHITO PLIZ		TIRADITO	
Tiempo de preparación:	15 minutos		
Tiempo de cocción:	10 minutos		
Temperatura:	Temperatura ambiente		
Encargado:	Jefe de cocina		
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	115	gr
2	Mote	30	gr
3	Sal condimentada	6.5	gr
4	Cilantro	4	gr
5	Ají limo	4	gr
6	Limón	3.5	uni
7	Leche de tigre	55	ml
8	Cebolla	11	gr
9	Camote o chifles	90	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Tiradito.

**Figura 59**

*Cantidades de ingredientes de los Choritos a la chalaca*

CEVICHITO PLIZ		CHORITOS A LA CHALACA	
Tiempo de preparación:	15 minutos		
Temperatura:	Temperatura ambiente		
Encargado:	Jefe de cocina		
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Choros	100	gr
2	Cebolla	85	gr
3	Tomate	30	gr
4	Mote	75	gr
5	Aceite de Oliva	47.5	ml
6	Pimienta	1.5	gr
7	Sal	4	gr
8	Sazonador	5	gr
9	Cilantro	4	gr
10	Limón	3.5	uni
11	Chifles	22.5	gr
12	Crema de la casa	135	gr
13	Rocoto	10	gr
14	Camote	90	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración de los Choritos a la Chalaca.

**Figura 60**

*Cantidades de ingredientes de la Causa a lo macho*

CEVICHITO PLIZ			
CAUSA A LO MACHO			
Tiempo de preparación:	15 minutos		
Tiempo de cocción:	5 minutos		
Temperatura:	Temperatura ambiente		
Encargado:	Jefe de cocina		
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Puré de papas	95	gr
2	Mixtura de mariscos	190	gr
3	Aderezo	135	gr
4	Aji limo	4	gr
5	Vino	17.5	ml
6	Leche	47.5	ml
7	Cilantro	4	gr
8	Ajo	4.5	gr
9	Aji amarillo	11	gr
10	Salsa de langostino	32.5	ml
11	Limón	3.5	uni
12	Sal	4	gr
13	Sasonador	5	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración de la Causa a lo macho.

**Figura 61**

*Cantidades de ingredientes de Causa de pulpo al olivo*

CEVICHITO PLIZ			
CAUSA DE PULPO AL OLIVO			
Tiempo de preparación:	10 minutos		
Tiempo de cocción:	5 minutos		
Temperatura:	Temperatura ambiente		
Encargado:	Jefe de cocina		
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Puré de papas	95	gr
2	Pulpo	127.5	gr
3	Aceite de oliva	47.5	ml
4	Cilantro	4	gr
5	Aji limo	4	gr
6	Limón	3.5	uni
7	Sal	4	gr
8	Sasonador	5	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración de la Causa de pulpo al olivo.

**Figura 62**

*Cantidades de ingredientes de la Causa de pulpo en crema de aceituna*

CEVICHITO PLIZ		CAUSA DE PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	
Tiempo de preparación:	10 minutos		
Tiempo de cocción:	5 minutos		
Temperatura:	Temperatura ambiente		
Encargado:	Jefe de cocina		
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Puré de papas	95	gr
2	Pulpo	127.5	gr
3	Sal condimentada	4	gr
4	Limón	3.5	uni
5	Crema de aceituna	75	gr
6	Cilantro	4	gr
7	Ají limo	4	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración de la Causa de pulpo en crema de aceituna.

**Figura 63**

*Cantidades de ingredientes de la Causa de pulpa de cangrejo*

CEVICHITO PLIZ		CAUSA DE PULPA DE CANGREJO	
Tiempo de preparación:	15 minutos		
Tiempo de cocción:	3 minutos		
Temperatura:	Temperatura ambiente		
Encargado:	Jefe de cocina		
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Puré de papas	95	gr
2	Pulpa de cangrejo	50	gr
3	Limón	1.5	uni
4	Sal condimentada	4	gr
5	Mayonesa	37.5	gr
6	Cilantro	4	gr
7	Ají limo	1.5	gr
8	Crema de rocoto	37.5	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración de la Causa de pulpa de cangrejo.

**Figura 64**

*Cantidades de ingredientes del Pulpo a la chalaca*

<b>CEVICHI PLIZ</b>		<b>PULPO A LA CHALACA</b>	
Tiempo de preparación:	10 minutos		
Tiempo de cocción:	5 minutos		
Temperatura:	Temperatura ambiente		
Encargado:	Jefe de cocina		
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Pulpo	77.5	gr
2	Cebolla	85	gr
3	Tomate	30	gr
4	Mote	75	gr
5	Aceite de oliva	47.5	ml
6	Pimienta	1.5	gr
7	Sal	4	gr
8	Sazonador	5	gr
9	Cilantro	4	gr
10	Limón	3.5	uni
11	Crema de la casa	135	gr
12	Chifles	22.5	gr
13	Camote	90	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Pulpo a la chalaca.

**Figura 65**

*Cantidad de ingredientes de la Causa de langostinos*

<b>CEVICHI PLIZ</b>		<b>CAUSA DE LANGOSTINOS</b>	
Tiempo de preparación:	15 minutos		
Tiempo de cocción:	5 minutos		
Temperatura:	Temperatura ambiente		
Encargado:	Jefe de cocina		
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Puré de papas	95	gr
2	Sal condimentada	4	gr
3	Limón	3.5	uni
4	Langostinos	75	gr
5	Cilantro	4	gr
6	Aji limo	4	gr
7	Palta	1/2	uni
8	Chifles	22.5	gr
9	Mayonesa	37.5	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración de la Causa de langostinos.

Seguidamente a continuación se observan las cantidades detalladas en cuanto a los platos fríos de Cevichito Pliz, incluyendo el plato sugerido siendo el “Ceviche de champiñones”:

**Figura 66**

*Cantidades de ingredientes de Cevichopp*

CEVICHITO PLIZ		CEVICHOPP	
Tiempo de preparación:		10 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	105	gr
2	Limón	4.5	uni
3	Camote	55	gr
4	Cebolla	27.5	gr
5	Sal condimentada	6.5	gr
6	Mote	45	gr
7	Leche de tigre	135	ml
8	Ají limo	4	gr
9	Lechuga	0.5	hoja
10	Chifles	27.5	gr
11	Cilandro	4	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Cevichopp.

**Figura 67**

*Cantidades de ingredientes del Ceviche de pescado clásico*

CEVICHITO PLIZ		CEVICHE DE PESCADO CLÁSICO	
Tiempo de preparación:		10 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	190	gr
2	Limón	3.5	uni
3	Cebolla	27.5	gr
4	Mote	45	gr
5	Leche de tigre	115	ml
6	Camote	55	gr
7	Ají limo	4	gr
8	Sal condimentada	5.5	gr
9	Lechuga	0.5	hoja
10	Chifles	22.5	gr
11	Cilantro	4	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Ceviche de pescado clásico.

**Figura 68**

*Cantidades de ingredientes del Ceviche Carretillero*

CEVICHITO PLIZ		CEVICHE CARRETIILLERO	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Tiempo de cocción:		5 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ÍTEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	110	gr
2	Pota	47.5	gr
3	Cebolla	27.5	gr
4	Crema de rocoto	90	gr
5	Salsa de langostino	6	ml
6	Mote	45	gr
7	Leche de tigre	90	ml
8	Camote	55	gr
9	Limón	3.5	uni
10	Cilantro	4	gr
11	Sal condimentada	5.5	gr
12	Lechuga	0.5	hoja
13	Chifles	22.5	gr
14	Aji limo	4	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Ceviche carretillero.

**Figura 69**

*Cantidades de ingredientes del Ceviche mixto*

CEVICHITO PLIZ		CEVICHE MIXTO	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ÍTEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	65	gr
2	Mixtura de mariscos	135	gr
3	Cebolla	27.5	gr
4	Mote	45	gr
5	Camote	55	gr
6	Limón	3.5	uni
7	Leche de tigre	115	ml
8	Cilantro	4	gr
9	Aji limo	4	gr
10	Sal condimentada	5.5	gr
11	Lechuga	0.5	hoja
12	Chifles	22.5	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Ceviche mixto.

**Figura 70**

*Cantidades de ingredientes del Ceviche de erizo*

CEVICHITO PLIZ		CEVICHE DE ERIZO	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Erizo	1	uni
2	Mote	45	gr
3	Crema de rocoto	90	gr
4	Sal condimentada	5.5	gr
5	Aji limo	4	gr
6	Cilantro	4	gr
7	Cebolla	27.5	gr
8	Limón	3.5	uni
9	Camote	55	gr
10	Lechuga	0.5	hoja
11	Chifles	22.5	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Ceviche de erizo.

**Figura 71**

*Cantidades de ingredientes del Ceviche de pescado y pulpo*

CEVICHITO PLIZ		CEVICHE DE PESCADO Y PULPO	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	90	gr
2	Pulpo	90	gr
3	Cebolla	27.5	gr
4	Mote	45	gr
5	Camote	55	gr
6	Lechuga	0.5	hoja
7	Limón	3.5	uni
8	Aji limo	5.5	gr
9	Cilantro	2.5	gr
10	Leche de tigre	115	ml
11	Sal condimentada	5.5	gr
12	Chifles	22.5	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Ceviche de pescado y pulpo.

**Figura 72**

*Cantidades de ingredientes del Ceviche de conchas negras*

CEVICHITO PLIZ		CEVICHE DE CONCHAS NEGRAS	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Conchas negras	11	uni
2	Mote	45	gr
3	Cebolla	27.5	gr
4	Aji limo	5.5	gr
5	Cilantro	2.5	gr
6	Camote	55	gr
7	Limón	3.5	uni
8	Sal condimentada	4.5	gr
9	Sazonador	2.5	gr
10	Ajo	2.5	gr
11	Chifles	22.5	gr
12	Lechuga	0.5	hoja

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Ceviche de conchas negras.

**Figura 73**

*Cantidades de ingredientes del Ceviche de champiñones*

CEVICHITO PLIZ		CEVICHE DE CHAMPIÑONES	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Camote	55	gr
2	Cebolla	27.5	gr
3	Champiñones	100	gr
4	Limón	3.5	uni
5	Aceite de oliva	65	gr
6	Ajo	2.5	gr
7	Aji limo	5.5	gr
8	Sal condimentada	4.5	gr
9	Cilantro	2.5	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración de los Ceviche de champiñones.

**Figura 74**

*Cantidades de ingredientes del Pulpo en crema de aceituna*

CEVICHITO PLIZ		PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Tiempo de cocción:		3 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Pulpo	125	gr
2	Limón	3.5	uni
3	Sal condimentada	5.5	gr
4	Crema de aceituna	65	gr
5	Aji limo	2.5	gr
6	Cilantro	4	gr
7	Chifles	22.5	gr
8	Camote	55	gr
9	Mote	45	gr
10	Leche de tigre	25	ml

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Pulpo en crema de aceituna.

**Figura 75**

*Cantidades de ingredientes del Pulpo al olivo*

CEVICHITO PLIZ		PULPO AL OLIVO	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Tiempo de cocción:		3 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Pulpo	125	gr
2	Limón	3.5	uni
3	Sal condimentada	5.5	gr
4	Aceite de oliva	65	gr
5	Aji limo	2.5	gr
6	Cilantro	4	gr
7	Chifles	22.5	gr
8	Camote	55	gr
9	Mote	45	gr
10	Leche de tigre	25	ml

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Pulpo al olivo.

Finalmente se muestran las cantidades detalladas en cuanto a los platos calientes de Cevichito Pliz, incluyendo los platos sugeridos siendo: “Fetuccini con langostinos”, “Spaguetti a lo Alfredo con langostinos”, “Burger” y “Milanesa de pollo”:

**Figura 76**

*Cantidades de ingredientes del Chaufa de mariscos*

CEVICHITO PLIZ		CHAUFA DE MARISCOS	
Tiempo de preparación:		20 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Mixtura de mariscos	85	gr
2	Huevo	47.5	gr
3	Arroz	270	gr
4	Cebolla	16	gr
5	Kion	2.5	ml
6	Base de salsa de soya	32.5	ml
7	Hondashi	1	gr
8	Esencia de pescado	3.5	gr
9	Holantao	4	gr
10	Frejol chino	4	gr
11	Limón	3	uni
12	Cilantro	4	gr
13	Wantán	6	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Chaufa de mariscos.

**Figura 77**

*Cantidades de ingredientes del Arroz de mariscos*

CEVICHITO PLIZ		ARROZ DE MARISCOS	
Tiempo de preparación:		20 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Mixtura de mariscos	135	gr
2	Arroz	270	gr
3	Base de salsa madre	210	ml
4	Vino	12.5	ml
5	Leche	27.5	ml
6	Cilantro	4	gr
7	Hondashi	1.5	gr
8	Esencia de pescado	3	gr
9	Ajo	4	gr
10	Mote	55	gr
11	Queso	4	gr
12	Azúcar	4	gr
13	Mantequilla	17.5	gr
14	Limón	3	uni
15	Cebolla	4	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Arroz de mariscos.

**Figura 78**

*Cantidades de ingredientes del Arroz de la casa*

CEVICHITO >PLIZ<		ARROZ DE LA CASA	
Tiempo de preparación:		20 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Mixtura de mariscos	135	gr
2	Arroz	270	gr
3	Crema de la casa	210	gr
4	Vino	12.5	ml
5	Leche	27.5	ml
6	Cilantro	4	gr
7	Hondashi	1.5	gr
8	Esencia de pescado	3	gr
9	Ajo	4	gr
10	Mote	55	gr
11	Queso	4	gr
12	Azúcar	0.75	gr
13	Mantequilla	17.5	gr
14	Limón	3	uni
15	Chiffles	27.5	gr
16	Cebolla	4	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Arroz de la casa.

**Figura 79**

*Cantidades de ingredientes del Chicharrón de pescado*

CEVICHITO >PLIZ<		CHICHARRÓN DE PESCADO	
Tiempo de preparación:		25 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	290	gr
2	Limón	2	uni
3	Papa entera	245	gr
4	Ajo	4	gr
5	Esencia de pescado	4	gr
6	Harina	37.5	gr
7	Leche de tigre	45	ml
8	Cebolla	0.5	gr
9	Lechuga	22.5	hoja
10	Tomate	22.5	gr
11	Cilantro	4	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Chicharrón de pescado.

**Figura 80**

*Cantidades de ingredientes del Filete de pescado*

CEVICHITO >PLIZ<		FILETE DE PESCADO	
Tiempo de preparación:		20 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	1	gr
2	Papa entera	170	gr
3	Harina	37.5	gr
4	Ajo	4	gr
5	Esencia de pescado	4	gr
6	Leche de tigre	45	ml
7	Arroz	170	gr
8	Limón	2	uni
9	Lechuga	0.5	hoja
10	Tomate	22.5	gr
11	Cilantro	4	gr
12	Cebolla	22.5	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Filete de pescado.

**Figura 81**

*Cantidades de ingredientes del Fetuccini con langostinos*

CEVICHITO >PLIZ<		FETUCCINI CON LANGOSTINOS	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Acelite de oliva	65	gr
2	Limón	2.5	uni
3	Fetuccini	300	gr
4	Langostinos	75	gr
5	Ajo	4	gr
6	Vino blanco	12.5	ml
7	Sal condimentada	4.5	gr
8	Cilantro	4	gr
9	Chifles	27.5	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Fetuccini con langostinos.

**Figura 82**

*Cantidades de ingredientes del Spaguetti a lo alfredo con langostinos*

CEVICHITO >PLIZ<		SPAGUETTI A LO ALFREDO CON LANGOSTINOS.	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Aceite de oliva	65	gr
2	Agua	200	ml
3	Spaguetti	300	gr
4	Langostinos	75	gr
5	Queso	10	gr
6	Jamón	100	gr
7	Sal	4.5	gr
8	Cilantro	4	gr
9	Leche	27.5	ml
10	Limón	2	uni
11	Crema de leche	27.5	ml

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Spaguetti a lo alfredo con langostinos.

**Figura 83**

*Cantidades de ingredientes de la Parihuela*

CEVICHITO >PLIZ<		PARIHUELA	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	1	gr
2	Pulpa de cangrejo	47.5	gr
3	Aderezo	210	gr
4	Mixtura de mariscos	82.5	gr
5	Leche de tigre	95	ml
6	Vino	17.5	ml
7	Agua	425	ml
8	Kion	1.5	ml
9	Ajo	4	gr
10	Cilantro	4	gr
11	Cebolla	27.5	gr
11	Leche	27.5	ml

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración de la Parihuela.

**Figura 84**

*Cantidades de ingredientes del Chilcano especial*

CEVICHITO PLIZ		CHILCANO ESPECIAL	
Tiempo de preparación:		20 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Agua	725	ml
2	Filete de pescado	22.5	gr
3	Choros	22.5	gr
4	Pota	17.5	gr
5	Leche de tigre	95	ml
6	Hondashi	2.5	gr
7	Kion	4	ml
8	Ajo	2.5	gr
9	Dofia gusta	4	gr
10	Cilantro	4	gr
11	Cebolla	27.5	gr
11	Limón	4	uni

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración del Chilcano especial.

**Figura 85**

*Cantidades de ingredientes de Burger*

CEVICHITO PLIZ		BURGER	
Tiempo de preparación:		20 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Sal condimentada	4.5	gr
2	Aceite de oliva	80	gr
3	Pan	1	unid
4	Queso	2	unid
5	Hamburguesa	1	unid
6	Lechuga	0.5	hoja
7	Papa entera	170	gr
8	Tomate	20	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración de la Burger.

**Figura 86**

*Cantidades de ingredientes de la Milanesa de pollo*

CEVICHITO PLIZ		MILANESA DE POLLO	
Tiempo de preparación:		20 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Sal condimentada	4.5	gr
2	Aceite de oliva	80	gr
3	Pechuga de pollo	2	unid
4	Orégano	20	gr
5	Arroz	170	gr
6	Harina	37.5	gr
7	Papa entera	170	gr

*Nota.* Detalle de las cantidades con la unidad de medida correspondiente para la elaboración de la Milanesa de pollo.

### 5.1.3. *Diseño de mejora de la dimensión: Promociones*

En cuanto a la mejora de la dimensión de Promociones para el restaurante Cevichito Pliz se realizaron los siguientes pasos:

- **Segmentación demográfica**

La segmentación demográfica por edad se obtuvo de la encuesta diagnóstica y así poder dirigir las ofertas/promociones a ese determinado público objetivo. En la figura 10, se muestra el gráfico de rango de edad perteneciente de los clientes, se tuvo como resultado un 43% de clientes que pertenecen a un rango de 26 a 35 años, una cantidad alta del 31% a un rango de 19 a 25 años y el 23% a personas mayores de 36 años, al ser un alto número de personas que pertenecen a estos rangos, se enfocaron los esfuerzos de marketing a un rango de 19 a 36 años.

### · Medio digital que se adapte a las necesidades del restaurante

Actualmente Cevichito Pliz cuenta con la red social Instagram, con el objetivo de mostrar a sus clientes algunas promociones y sus platos en venta. Dicha plataforma se encuentra en el grupo de las 3 primeras plataformas en ser utilizadas por distintos usuarios y con más interacciones hoy en día, Galeano (2023) nos menciona que Mark Zuckerberg sigue consolidando su control sobre la mayoría de las plataformas de redes sociales más populares a nivel global. Esto incluye a Facebook, que tiene 2.958 millones de usuarios, WhatsApp con 2.000 millones de usuarios, Instagram también con 2.000 millones de usuarios y Messenger con 931 millones de usuarios. Todas estas plataformas se ubican entre las siete principales en términos de usuarios. Destaca el impresionante crecimiento de Instagram, que ha experimentado un aumento significativo con 522 millones de usuarios adicionales, lo que equivale a un incremento del 35.3% y la coloca como una figura destacada en términos de crecimiento.

Por lo tanto se eligió esta plataforma digital para ser repotenciada ya que cuenta con las siguientes características:

Es localizable, ya que al momento de buscar “Ceviches” en el buscador de la red social aparezca “Cevichito Pliz” como uno de los principales buscadores con ese término; es conectada, es decir que los clientes pueden interactuar con la página indicar que les gustan las publicaciones, leer las publicaciones, compartirla con sus amigos, comentar y seguir a la página; también esta red social es oportuna ya que al ser una plataforma pública tiene un alcance a grupo de personas numerosas con una estrategia o mensajes adaptado a las necesidades e intereses de los clientes en ese momento y por último es detallada ya que facilita el conocimiento de las interacciones que se tienen de los clientes, pudiendo realizar estadísticas y analizar el nivel de acogida e interacciones.

### · **Evaluación de contratación de una agencia de marketing digital**

Cevichito Pliz debe evaluar la opción de contratar una agencia de marketing digital para que el community manager realice un plan de contenidos y del respectivo seguimiento para así incrementar las interacciones con los clientes, captar más atención de los consumidores mediante la red social de Instagram, la agencia de marketing recomendada es Estudios Creativos del Perú SAC, teniendo una reunión previa de los servicios que brinda siendo los más resaltantes e importantes para Cevichito Pliz el servicio de una estrategia de Marketing Digital para poder mejorar sus visitas y alcanzar la audiencia que se proyecte, el manejo de redes sociales con distintas estrategias y gestión de presencia en las redes y mejorar el compromiso e interacción con los usuarios, marketing de contenidos valiosos para atraer y retener a la audiencia, analítica web del seguimiento y análisis del rendimiento y ajustes de estrategias en función a los resultados.

### · **Estrategias para generar valor y crear contenido atractivo al cliente**

La estrategia en general busca la publicación de distintas piezas gráficas, fotos, contenido de calidad, elaborando una imagen atractiva y con una interacción alta con el usuario teniendo en cuenta los siguientes criterios que fueron recomendados por la agencia de marketing Estudios Creativos del Perú SAC:

- a. Autenticidad: El ser auténtico aporta valor, se requiere compartir gráficas más llamativas para que llamen la atención de los usuarios, como por ejemplo: El mostrar a los usuarios en un video corto de 20 segundos lo que no se ve de la forma del trabajo en Cevichito Pliz, al momento de preparar un Ceviche, Chicharrón, Causas, el procedimiento de este, los ingredientes que le echan, entre otros.

- b. Comunicación: El responder de manera constante a los seguidores de la plataforma al momentos que comente las publicaciones, o los usuarios envíen mensajes privados a la página de Cevichito Pliz, generar una interacción con los usuarios como por ejemplo: Los jueves o viernes compartir una encuesta de que tipo de canciones les hacen recordar y antojar un Cevichito, una encuesta de que tipo de Causa les gusta más de la carta, etc.
- c. Ser constante: Viene de la mano con el punto anterior, ya que tanto como la comunicación debe ser constante también el realizar publicaciones, creando una mayor oportunidad de fidelizar al cliente con el apoyo de un cronograma de actividades para estar de manera activa con los usuarios de la comunidad de Instagram.
- d. Convertir: Realizar un seguimiento y estudios a las publicaciones que se realicen y sean exitosas y convertirlas en promociones exitosas.

A continuación se elaboró la grilla de contenidos para un mes, siendo un calendario de contenidos interactivos con el usuario/cliente mediante la red social de Instagram de Cevichito Pliz, sobre el manejo de contenido atractivo para las 4 semanas de un mes, de tal forma que los clientes interactúen de manera constante con la marca y también la empresa conozca a los usuarios más frecuentes, sus preferencias y dudas:

**Figura 87**

*Calendario de interacciones en la red social Instagram*

	<b>CALENDARIO DE CONTENIDOS INTERACTIVOS CON EL CLIENTE EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM</b>						
Mes	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>Semana 1</b>	Cuenta regresiva para descuentos de la próxima semana.	Tips sobre Ceviches.	Encuesta a tus seguidores: Causa favorita de la carta, etc.	Entrevista a un cliente satisfecho.	Publicar una imagen de una bebida especial de temporada.	Realizar juegos/trivias con botones de historia.	Compartir video de las instalaciones del día.
<b>Semana 2</b>	Cuenta regresiva para descuentos de la próxima semana.	Sticker de pregunta.	Realizar juegos/trivias con botones de historia.	Publicar alguna ayuda social.	Tutorial paso a paso: Como limpiar langostinos.	Completa la frase.	Encuesta a tus seguidores: Canción que les recuerde a un Cevichito, etc.
<b>Semana 3</b>	Cuenta regresiva para descuentos de la próxima semana.	Compartir reviews de tus clientes.	Recomendación de algo a los clientes.	Tutorial paso a paso: Como cortar un pescado, etc.	Realizar juegos/trivias con botones de historia.	Frase del día.	Compartir video de las instalaciones del día.
<b>Semana 4</b>	Cuenta regresiva para descuentos de la próxima semana.	Frase del día.	Encuesta a tus seguidores: Elección de ceviche estrella, etc.	Completa la frase.	Sticker de pregunta.	Compartir video de las instalaciones del día.	Realizar juegos/trivias con botones de historia.

*Nota.* Detalle de los contenidos interactivos durante los 7 días de la semana por un mes completo.

- **Estrategias para motivar al cliente a comprar mediante promociones**

Esta estrategia tiene como objetivo estimular a los clientes a comprar y compartir con amigos y familiares al crear emociones en torno a las promociones/campañas que se ofrecen, en distintos meses demostrando así fidelidad con el cliente. Primero se recomendó la elaboración de promociones o piezas gráficas respecto a la evaluación de la dimensión “Variedad de platos” a los siguientes platos:

- Causa de pulpo al olivo
- Pulpo a la chalaca
- Causa de pulpa de cangrejo
- Causa a lo macho
- Causa de langostinos
- Ceviche de pescado y pulpo
- Pulpo al olivo
- Ceviche en cremas
- Ceviche de conchas negras
- Ceviche de erizo
- Ceviche de champiñones
- Arroz de la casa
- Chilcano especial
- Parihuela
- Fetuccini de langostinos
- Spaguetti a lo alfredo con langostinos
- Cajita Burger
- Milanesa de pollo

Seguidamente se recomendó realizar promociones principales de los días festivos más importantes y los relacionados con la cevichería, los cuales son:

a. Año Nuevo (1ero de Enero):

La promoción ofrece sorteos de consumos para 5 personas, consiste en una dinámica de los usuarios al comentar la publicación (pieza gráfica) de “Que se propusieron para el nuevo año” y mediante un sorteo saldrán ganadores 5 personas para consumir un determinado monto en el local.

Debe ir acompañada de una descripción atractiva como: "¡Brindemos juntos por un Año Nuevo lleno de sabor y frescura!", únete a Cevichito Pliz para recibir este Año Nuevo con los sabores más frescos y deliciosos.

b. Día del amor y la amistad (14 de Febrero):

Lo que ofrece esta promoción es un sorteo mediante una dinámica para los enamorados, donde ellos puedan ganarse dos ceviches, va dedicada para las parejas o amistades, etiquetando a sus amigos o parejas en la pieza gráfica para esta temporada.

La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como: "Celebremos el Amor y la Amistad con Sabor A - Mar en Cevichito Pliz", en este día especial, demuéstales a tus seres queridos cuánto los aprecias con una deliciosa experiencia en Cevichito Pliz.

c. Día de la mujer (8 de Marzo):

Se busca generar una pieza gráfica para esta temporada para motivar y hacer un llamado a la audiencia brindando una rosa a las mujeres que visiten el local.

La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como: “En honor al Día de la Mujer, Cevichito Pliz quiere celebrar a todas las mujeres que hacen la diferencia en nuestras vidas. Únete a nosotros para una comida especial.”

d. Viernes Santo (15 de Abril):

Se busca generar una pieza gráfica para esta temporada para motivar y hacer un llamado a la audiencia brindando un descuento especial en ceviches por el día festivo.

La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como: "Viernes Santo: Delicioso Ceviche Fresco en Cevichito Pliz". Te ofrecemos un ceviche fresco y exquisito para conmemorar esta fecha especial.

e. Día del trabajo (1ero de Mayo):

Se busca generar una pieza gráfica para esta temporada para motivar y hacer un llamado a la audiencia brindando un descuento especial en toda la carta.

La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como: "¡Celebremos el Día del Trabajo con Sabor en Cevichito Pliz!", nos gustaría rendir homenaje a todos los trabajadores que se esfuerzan día a día, con una deliciosa experiencia en Cevichito Pliz. Te invitamos a disfrutar de una comida con un descuento especial.

f. Día de la madre (2do domingo de Mayo):

Lo que ofrece esta promoción es un sorteo mediante una dinámica para los seguidores, donde ellos etiqueten en la pieza gráfica a sus mamás y comenten porque son especiales y puedan ganarse mediante un sorteo un almuerzo gratis.

La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como: "Día de la Madre: Un Brindis a Todas las Mamás en Cevichito Pliz", queremos rendir homenaje a todas las madres y ofrecerles un almuerzo inolvidable en Cevichito Pliz.

g. Día del padre (3er domingo de Junio):

Lo que ofrece esta promoción es un sorteo mediante una dinámica para los seguidores, donde ellos etiqueten en la pieza gráfica a sus papás y comenten porque son especiales y puedan ganarse mediante un sorteo un almuerzo gratis. La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como: " En el Día del Padre, queremos homenajear a todos los padres y ofrecerles una experiencia culinaria especial en Cevichito Pliz."

h. Día del Ceviche (28 de Junio):

Se busca generar una pieza gráfica para esta temporada para motivar y hacer un llamado a la audiencia brindando un 3x2 en ceviches. La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como: "¡Festeja el Día del Ceviche en Cevichito Pliz!", en honor al Día del Ceviche, Cevichito Pliz te invita a disfrutar de los sabores más frescos y deliciosos de este único plato marino.

i. Fiestas Patrias (28 y 29 de Julio):

Lo que ofrece esta promoción es un sorteo mediante una dinámica para los seguidores, donde ellos comenten en la pieza gráfica su tradición o historia favorita de las Fiestas Patrias, teniendo la oportunidad de ganar un descuento especial.

La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como: "¡Celebremos juntos nuestras Fiestas Patrias en Cevichito Pliz!", en honor a este día tan importante, te invitamos a unirte a nosotros para celebrar nuestra herencia culinaria y cultural en Cevichito Pliz.

j. Día internacional de la Cerveza (5 de Agosto):

Se busca generar una pieza gráfica para esta temporada para motivar y hacer un llamado a la audiencia brindando una promoción de "Consume tu ceviche y te llevas una cerveza personal gratis".

La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como: "Día de la Cerveza: Ceviche y Cerveza, la Combinación Perfecta en Cevichito Pliz", ¡Celebremos el Día de la Cerveza de una manera fresca y deliciosa! En Cevichito Pliz, te invitamos a disfrutar de ceviche acompañado de tu cerveza favorita.

k. Día de Arequipa (15 de Agosto):

Se busca generar una pieza gráfica para esta temporada para motivar y hacer un llamado a la audiencia brindando variedad de combinaciones de promociones por el mes arequipeño.

La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como: "¡Festeja el Día de Arequipa con Sabores Auténticos en Cevichito Pliz!", en honor al Día de Arequipa, Cevichito Pliz te invita a disfrutar de los sabores tradicionales de esta hermosa región. Ven, prueba y celebra con nosotros la riqueza culinaria de Arequipa.

l. Día del niño (21 de Agosto):

Se busca generar una pieza gráfica para esta temporada para motivar y hacer un llamado a la audiencia brindando sorpresas a todos los niños que visiten el local.

La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como: "Día del Niño: ¡Diversión y Sabor en Cevichito Pliz!", en el Día del Niño, queremos celebrar con las familias y ofrecer una experiencia divertida en Cevichito Pliz. Únete a nosotros para disfrutar en familia.

m. Día internacional del chef (20 de Octubre):

Se busca generar una pieza gráfica para esta temporada para motivar y hacer un llamado a la audiencia brindando descuentos en la especialidad del Chef.

La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como: ¡Festejemos el Día del Chef en Cevichito Pliz!", queremos rendir homenaje a nuestros talentosos chefs que preparan los deliciosos ceviches en Cevichito Pliz.

n. Halloween (31 de Octubre):

Se busca generar una pieza gráfica para esta temporada para motivar y hacer un llamado a la audiencia brindando calabazas con dulces a los niños que los visiten. La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como:

"Halloween en Cevichito Pliz: Delicias de Mar y Sustos Divertidos", ¡Este Halloween, te invitamos a unirte a nosotros para una experiencia única en Cevichito Pliz! Disfruta de una sorpresa de dulces para nuestros niños, ceviche y mariscos deliciosos en un ambiente festivo y espeluznante.

o. Día internacional del Hombre (19 de Noviembre):

Se busca generar una pieza gráfica para esta temporada para motivar y hacer un llamado a la audiencia brindando un descuento especial a los hombres que visiten el local.

La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como: "¡Día del Hombre en Cevichito Pliz: Sabores y Estilo para Celebrar", en el Día del Hombre, Cevichito Pliz quiere rendir homenaje a todos los hombres que nos eligen.

p. Navidad (25 de Diciembre):

Lo que ofrece esta promoción es un sorteo mediante una dinámica para los seguidores, se realizará una pieza grafica donde se indica que se sorteará entre todos los seguidores de Cevichito Pliz una cantidad de ceviches gratis por navidad.

La publicación debe estar acompañada de una descripción atractiva como: ¡Celebra la Navidad en Cevichito Pliz con Sabores Frescos y Festivos!", en esta Navidad, Cevichito Pliz te invita a disfrutar de un Ceviche especial por ser parte de nuestra familia.

Con las promociones previamente detalladas se quiere llegar al objetivo de posicionarse a través del precio, mediante las piezas gráficas y promociones presentadas por medio de la red social Instagram, ayudando a incrementar la cantidad de clientes con las promociones, añadiendo descripciones en algunas de las promociones como: "Ven y disfruta de estas increíbles promociones a un increíble precio".

Y por último, se muestra el calendario de las campañas en la red social en cada mes para plasmar de manera gráfica la fecha cuando se llevará a cabo las promociones, cada promoción se enfocó al posicionamiento de la marca, interacción y fidelización con el cliente.

Figura 88

Calendario de campañas en la red social Instagram

	CALENDARIO DE CAMPAÑAS ANUAL EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Año Nuevo	1-Ene Sorteo											
Día del amor y la amistad		14-Feb Sorteo										
Día de la mujer			8-Mar Regalos									
Viernes santo				15-Abr Descuento								
Día del trabajo					1-May Descuento							
Día de la madre					2da Dom/May Sorteo							
Día del padre						3er Dom/Jun Sorteo						
Día del ceviche						28-Jun Descuento						
Fiestas patrias							28-29 Jun Descuento					
Día internacional de la cerveza							5-Ago Regalos					
Día de Arequipa							15-Ago Descuento					
Día del niño							21-Ago Regalos					
Día internacional del chef									20-Oct Descuento			
Halloween									31-Oct Regalos			
Día internacional del hombre										19-Nov Descuento		
Navidad												25-Dic Sorteo

Nota. Especificación de campañas/promociones por los 12 meses del año para los días festivos.

Una vez planteadas las estrategias, los mozos deben ser capacitados con dichas promociones para brindar al público en general y también es importante medir los resultados, por lo que se recomendó el uso de los KPIs, conocidos como indicadores clave de rendimiento, sirven para evaluar cómo se están llevando a cabo las acciones planificadas en la cevichería, con el propósito de mejorar la toma de decisiones en relación con los objetivos establecidos y la eficiencia en el desempeño.

Evaluando la eficacia de las acciones y estrategias implementadas para poder identificar y corregir lo que no esté funcionando, con el objetivo de lograr cumplir con los objetivos establecidos.



**Figura 89**

*Control de objetivos KPIs*

OBJETIVO		RESULTADO CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	RESPONSABLE	PERIODO DE EVALUACIÓN	META POR PERIODO
Determinar el medio digital que se adapte a las necesidades del restaurante	Instagram	N° de Seguidores	Contabilizar la fidelización del cliente hacia Cevichito Pliz	Encargado de Marketing	Semanal	20 seguidores
		N° de Likes	Contabilizar las interacciones con el cliente/usuario	Encargado de Marketing	Semanal	30 likes por foto
Generar valor y crear contenido atractivo al cliente	Crear contenido atractivo e interacciones	N° de piezas gráficas	Publicar seguido	Encargado de Marketing	Semanal	7 piezas gráficas
			Interacciones con los clientes, al responder las dinámicas			
			Compartir piezas gráficas llamativas en las dinámicas para llamar la atención del cliente.			
Motivar al cliente a comprar mediante promociones	Estrategias de motivación a la compra mediante promociones por fecha	N° de promociones	Promociones en días festivos	Encargado de Marketing	Anual	16 promociones
			Posicionamiento a través del precio			

Nota. Seguimiento de los tres objetivos para la mejora de la dimensión “Promociones” especificando al responsable, el periodo de evaluación y meta por periodo.

#### **5.1.4. Diseño de mejora de la dimensión: Presentación**

La presentación en el empaquetado final es la imagen que se entrega y una de las últimas interacciones que se tiene con el cliente al brindar un pedido para llevar, por lo que se recomendó a Cevichito Pliz centrarse en dos cosas: La presentación por afuera, la cual significa el material a utilizar, la forma y las visualizaciones gráficas y por dentro son los implementos necesarios para una correcta entrega para un delivery.

- Diseño del empaquetado

SICE (2022) nos indica que el envase puede ser primario o de envoltura primaria la cual se encuentra en contacto directo con los alimentos y los envases secundarios que este se encuentra destinado a contener él o los envases secundarios.

- a. **Empaque primario:** El envase primario será de plástico polipropileno, ya que según Ángel (2020) el polipropileno para los alimentos es considerado como un plástico amigable tanto para la salud como el ambiente, por lo que es resistente a la corrosión, soportar altas temperaturas y es un punto importante ya que algunos envases con polipropileno son aptos para el microondas, es resistente a los golpes, tiene la capacidad de mantener los nutrientes de los alimentos más tiempo, son 100% reutilizables y reciclable. Las empresas en la industria alimentaria en la actualidad se enfocan en el cuidado del medio ambiente, teniendo en cuenta la sanidad y calidad de los productos y Cevichito Pliz siendo un negocio gastronómico debe cuidar la salud de sus cliente y el adquirir los envases de plásticos aptos para los clientes, fomentando la ecología y opciones más saludables hacia los clientes para consumir sus comidas.

En estos envases de plásticos se encuentran pegadas el sticker de la marca de la empresa Cevichito Pliz. Teniendo las siguientes especificaciones del envase:

**Tabla 18**

*Especificaciones del envase primario*

Especificaciones del envase	
Material	Plástico polipropileno (PP)
Medidas	Altura: 5.4 cm
	Largo: 17 cm
	Ancho: 16.8 cm
Color	Transparente
Capacidad	1500 gr
Peso	33.34 gr

*Nota.* Se detalla las medidas, color, capacidad y el peso del envase de polipropileno.

**Figura 90**

*Envase polipropileno*



*Nota.* Tomada de gesio.com, 2023.

A continuación se muestra la visualización del sticker diseñado con el nombre de Cevichito Pliz el cual se recomendó que vaya pegado en la parte de la tapa del empaque:

**Figura 91**

*Sticker Cevichito Pliz*



*Nota.* Elaboración propia.

- b. Empaque secundario: Se recomendaron dos empaques secundarios, uno para el público en general y otro para los niños, el empaque para el público en general será una bolsa de papel Kraft ya que, Alcaraz (2022) nos menciona que el papel Kraft es un material fácil de reciclar, uso fácil, recurso sostenible, es económico y fuerte. En cuanto al empaque secundario para los niños será una caja kit de cartón ya que es fácil de manipulación y facilita la inserción de productos dentro de la caja. En el envase secundario también se visualizará el logo de Cevichito Pliz y se muestra a continuación las especificaciones de los envases:

**Tabla 19**

*Especificaciones del envase secundario para público general*

Especificaciones del envase	
Material	Papel Kraft
Medidas	Altura: 43 cm
	Largo: 30.5 cm
	Ancho: 17.5 cm

*Nota.* Detalle de medidas específicas del papel Kraft para el envase secundario.

**Figura 92**

*Envase bolsa papel Kraft*



*Nota.* Se muestra el diseño propuesto para el envase secundario del público general.

**Tabla 20**

*Especificaciones del envase secundario para niños*

Especificaciones del envase	
Material	Cartoncillo
Medidas	Altura: 28 cm
	Largo: 30 cm
	Ancho: 17 cm

*Nota.* Detalle de las medidas del envase de cartoncillo.

A continuación se muestra la visualización del envase secundario para el público general con el sticker diseñado para Cevichito Pliz detallado en la figura 91 y también se visualiza el montaje del envase secundario para niños:

**Figura 93**

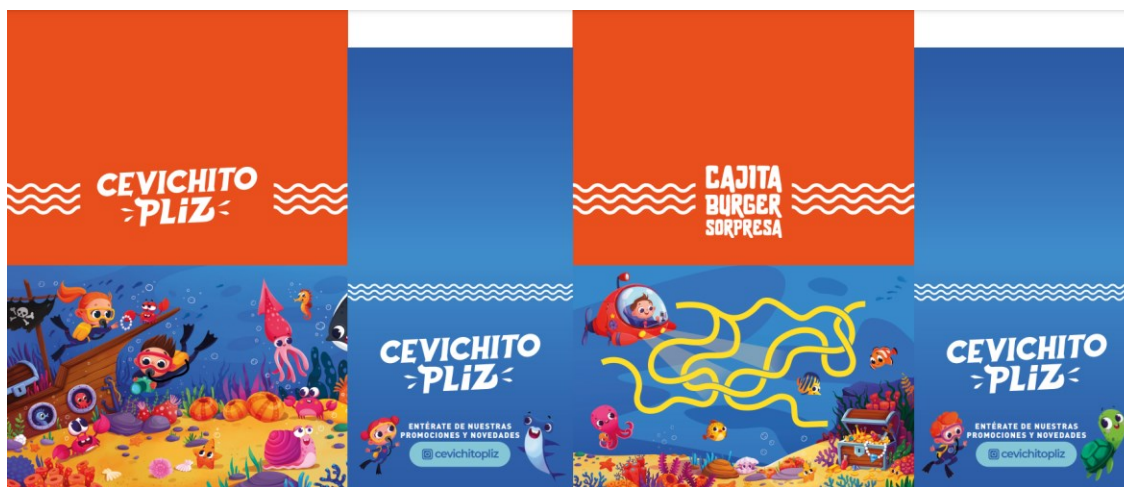
*Modelado envase secundario para público general con sticker*



*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 94**

*Montaje envase secundario para niños*



*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 95**

*Modelado 3d envase secundario para niños*



*Nota.* Elaboración propia.


- Estandarización del proceso de empaquetado

El proceso de empaquetado debe seguir distintas actividades previas para brindar la cantidad de implementos en un correcto pedido para llevar, a continuación se mostrará el “Check List” entregado al administrador de Cevichito Pliz para que brinde el documento al encargado del empaquetado y este sea capacitado, el cual deberá indicar si los pasos se realizaron de manera correcta o si existe alguna observación respecto a la cantidad de implementos necesarios para los pedidos empaquetados, dicho “Check List” será llenado todos los días media hora antes de la hora de atención del local:



**Figura 96**

*Check List de cumplimiento del empaquetado*

		<b>CHECK LIST DE CUMPLIMIENTO DEL EMPAQUETADO</b>		
<b>FECHA</b>				
<b>RESPONSABLE</b>				
<b>CRITERIOS A CUMPLIR</b>				
<b>INICIO DE JORNADA 1/2 HORA ANTES DE INICIAR LA APERTURA DEL LOCAL</b>				
	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	
Verificar que se encuentren mínimo 20 bolsas con el sticker del logo de Cevichito Pliz.				
Verificar que se encuentren mínimo 20 tapers con el sticker del logo de Cevichito Pliz.				
Verificar que se encuentren mínimo 15 cajas kit.				
Verificar que se encuentren mínimo 30 cucharas de plástico en su bolsa respectiva con servilletas.				
Verificar que se encuentren mínimo 20 sachet de mayonesa.				
Verificar que se encuentren mínimo 20 sachet de ketchup.				
Verificar que se encuentren mínimo 20 sachet de mostaza.				
Llenar 15 bolsas de cancha (1/2 bolsa llena).				
Verificar las 15 bolsas llenas de cancha.				
<b>En caso se encuentren observaciones, comunicar inmediatamente al administrador.</b>				

*Nota.* Se especificó las cantidades de implementos necesarios en base al día más concurrente siendo el Domingo.

### **5.1.5. Diseño de mejora de la dimensión: Atención al cliente**

Para la mejora de la dimensión de “Atención al cliente” se enfocó en la capacitación del personal, la capacitación del ERP del restaurante, siendo un sistema de software que ayuda a operar el negocio, la capacitación para el proceso de cobro ya que se encontró problemas en este último proceso del servicio de atención del cliente como se muestra en la figura 8 y la implementación de un formato de pedidos para solucionar el problema que se observó en el proceso de delivery mostrada en la figura 9.

- Capacitación del personal:

La empresa recomendada al restaurante Cevichito Pliz para la capacitación de servicio al cliente es el “Instituto Superior Tecnológico CEPEA” el cual brinda un curso de capacitación para mozos y azafatas, con la modalidad virtual utilizando la metodología Flipped Classroom la cual facilita y potencia los conocimientos de manera personalizada, dicho curso es recomendado ser llevado tanto para los colaboradores como para los 2 socios. El objetivo general de la capacitación de los colaboradores es que puedan desenvolverse con sus habilidades y talentos, conocer sobre el rubro de la gastronomía, establecer estándares en cuanto a la atención al cliente brindándoles un servicio óptimo y de calidad, dar a conocer a los colaboradores de sus responsabilidades y obligaciones de cada área y cumplir con las necesidades de los clientes, ampliando sus conocimientos conforme al servicio brindado. La duración de este plan es de 3 meses, siendo 36 horas cronológicas los martes de 7:00 pm a 10:00 pm. La capacitación consta de 12 sesiones detalladas a continuación:

Sesión 1: Perfil del personal, normas reglamentos y organigrama del personal.

Sesión 2: Técnicas de uso del azafate.

Sesión 3: Reconocimiento del menaje, identificar el tipo de cristalerías, cubertería y mantelería.

Sesión 4: Montaje de mesa informal.

Sesión 5: Montaje de mesa formal.

Sesión 6: Tipos de servicios.

Sesión 7: Gestión de ventas, estudio de la carta/menú y su estructura.

Sesión 8: Gestión de ventas en cuanto al desenvolvimiento frente al cliente, despliegue de las ofertas o promociones de la carta.

Sesión 9: Conocimientos básicos de la gastronomía.

Sesión 10: Resolución de conflictos.

Sesión 11: Cierre y postventa, al momento de tomar el pedido, protocolo del servicio , cancelación y despedida del cliente.

Sesión 12: Detalle y conclusiones finales sobre los problemas con cocina, uniformes y presentación del persona, idiomas y el léxico.

· Capacitación del ERP:

Para la capacitación del sistema que manejan en el restaurante, se elaboró un manual de uso que fue entregado a los dos socios del restaurante, con la finalidad de que sea una forma más interactiva para los colaboradores el manejo de dicho sistema.

**Tabla 21**

*Capacitación herramienta "Manual Sistema de Restaurante"*

Herramienta	Responsable	Capacitado	Fecha
"Manual - Sistema de Restaurante"	José V. y Gustavo R.	Mozo Moza	Momento de la entrega del manual y puesto a prueba un día de la semana.

*Nota.* Se especifican los responsables de la herramienta, el trabajador capacitado y la fecha de la capacitación.

El "Manual – Sistema de Restaurante" constan de 10 pasos y va de la mano de la mejora del proceso de cobro, se detalla a continuación los pasos para un correcto uso del sistema de restaurante de Cevichito Pliz:

**Figura 97**

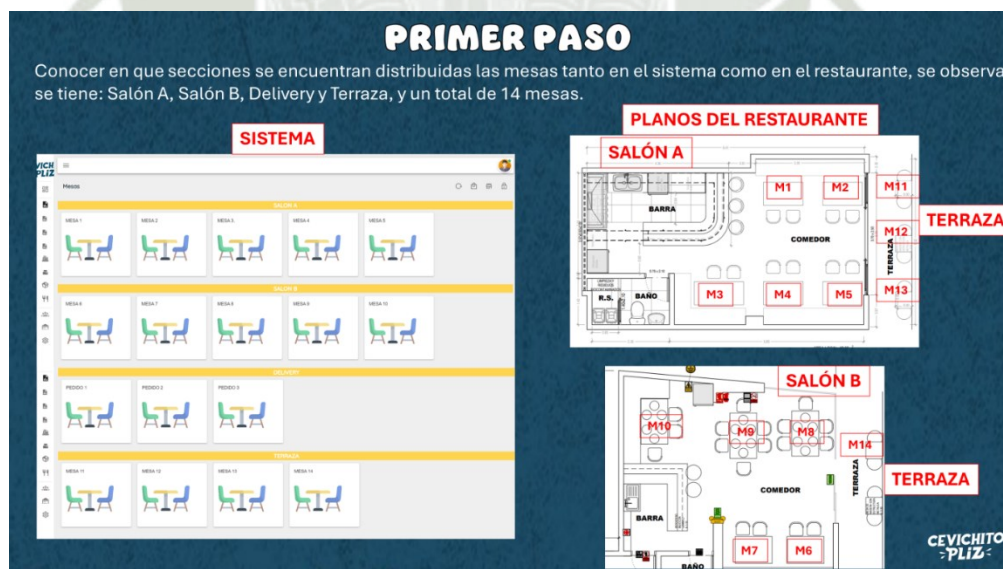
*Manual - Sistema de Restaurante*



*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 98**

*Sistema de restaurante primer paso*



*Nota.* Indicaciones del primer paso para el correcto uso del ERP.

**Figura 99**

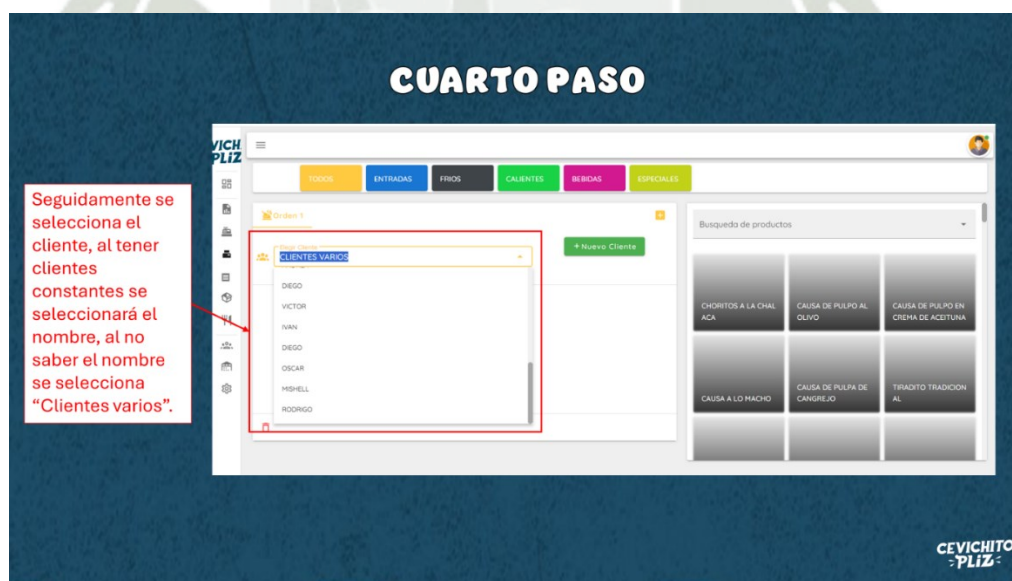
*Sistema de restaurante segundo paso*



*Nota.* Indicaciones del segundo y tercer paso para el correcto uso del ERP.

**Figura 100**

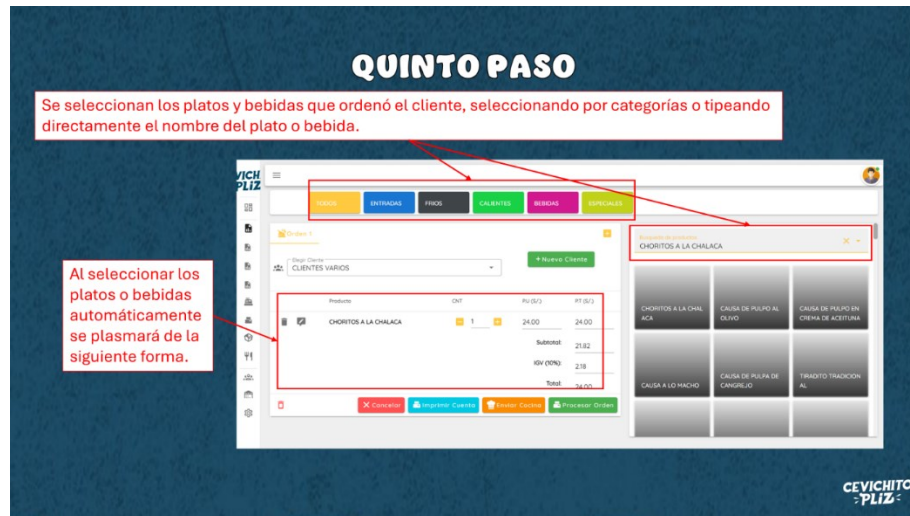
*Sistema de restaurante cuarto paso*



*Nota.* Indicaciones del cuarto paso para el correcto uso del ERP.

**Figura 101**

*Sistema de restaurante quinto paso*



*Nota.* Indicaciones del quinto paso para el correcto uso del ERP.

**Figura 102**

*Sistema de restaurante sexto paso*



*Nota.* Indicaciones del sexto paso para el correcto uso del ERP.

**Figura 103**

*Sistema de restaurante sétimo y octavo paso*

**SÉTIMO PASO**

Cuando se envía el pedido a cocina y se regresa al área de mesas, se visualiza el cambio de color de la mesa a rojo estando ocupada.

Al encontrarse las mesas en color blanco significa que se encuentran libres, es importante revisar la disponibilidad de las mesas para comunicar a clientes.

**OCTAVO PASO**

Al procesar la orden se genera el comprobante, preguntar al cliente si desea boleto o factura y llenar datos requeridos.

CEVICHITO - PLIZ

*Nota.* Indicaciones del sétimo y octavo paso para el correcto uso del ERP.

**Figura 104**

*Sistema de restaurante noveno paso*

**NOVENO PASO**

Si desea verificar el comprobante emitido, ir a la columna de la izquierda y desplazar "Ventas" y dar click a "Comprobantes"

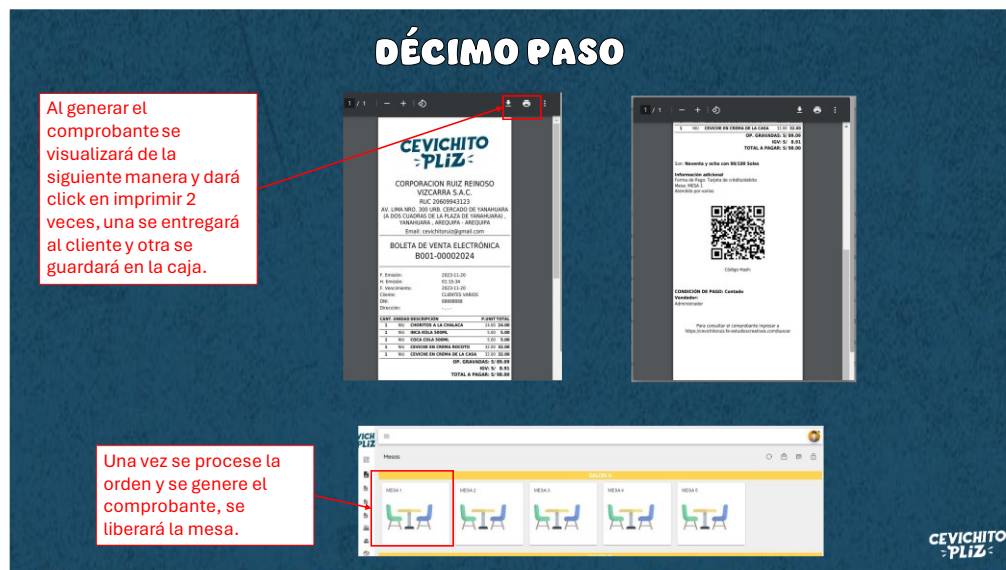
En caso el comprobante se emitió de forma incorrecta se selecciona el ícono de "Anular comprobante"

CEVICHITO - PLIZ

*Nota.* Indicaciones del noveno paso para el correcto uso del ERP.

**Figura 105**

*Sistema de restaurante décimo paso*



*Nota.* Indicaciones del décimo paso para el correcto uso del ERP.

- Implementación de formato de pedidos delivery:

Se elaboró un formato al momento de la toma de pedidos para delivery a raíz del problema observado en el flujo de proceso de delivery de la figura 9, ya que se pierde la información del cliente o al realizar el pedido obtienen la información incompleta, generando pérdida de tiempo, demora de la entrega del pedido, pedido errado, pedido incompleto, etc. Lo que conlleva a la insatisfacción del cliente. Así como el pedido es digitalizado en el sistema de restaurante, no se digitalizan los detalles completos para un correcto pedido delivery, por ende se muestra a continuación el formato entregado al administrador de Cevichito Pliz el cual es el responsable de entregar a los colaboradores y tener una trazabilidad de todos los detalles de los pedidos delivery:

**Tabla 22**

*Capacitación herramienta "Formato de pedidos delivery"*

Herramienta	Responsable	Cargo	Capacitado	Fecha
"Formato de pedidos delivery"	José Vizcarra	Administrador	Mozo	Al momento de la entrega a mesero.

*Nota.* Detalle del responsable de la herramienta y la fecha del mozo capacitado.



**Figura 106**

*Formato de pedidos delivery de Cevichito Pliz*

		DETALLES DE PEDIDOS					
FECHA							
RESPONSABLE							
Pedido N°	Cliente	Número de celular	Descripción de pedido	Monto	Forma de pago	Dirección	Entregado a delivery (Check)
1							<input type="checkbox"/>
2							<input type="checkbox"/>
3							<input type="checkbox"/>
4							<input type="checkbox"/>
5							<input type="checkbox"/>
6							<input type="checkbox"/>
7							<input type="checkbox"/>
8							<input type="checkbox"/>
9							<input type="checkbox"/>
10							<input type="checkbox"/>

*Nota.* Se especifica el cliente, número de celular, la descripción del pedido, el monto, la forma de pago del cliente, su dirección y el “Ok” del pedido entregado.

- Capacitación del proceso de cobro:

El proceso de cobro en el restaurante Cevichito Pliz dentro del proceso del servicio de atención es uno de los más importantes ya que es la última interacción que tiene el personal de atención con el cliente, dicho proceso no está estandarizado, por lo que genera muchos problemas al momento de realizar el correcto cobro del pedido a los clientes, el restaurante tiene cuatro maneras para cobrar la cuenta del cliente las cuales son: Cobro con tarjeta de crédito/débito de cualquier tarjeta, cobro con yape/plin, cobro con efectivo y cobro con el beneficio cuenta sueldo de Interbank. A continuación se estandarizará el proceso de cobro mostrando los manuales y flujos de procesos elaborados para el restaurante Cevichito Pliz, el cual será brindado a los socios y colaboradores encargados de dicho proceso:

**Tabla 23**

*Capacitación herramienta "Manual de estandarización de cobro"*

Herramienta	Responsables	Cargo	Capacitación
"Manual de estandarización de cobro"	José V.	Administrador	Al momento de la entrega a mesero.
	Gustavo R.	Gerente General	

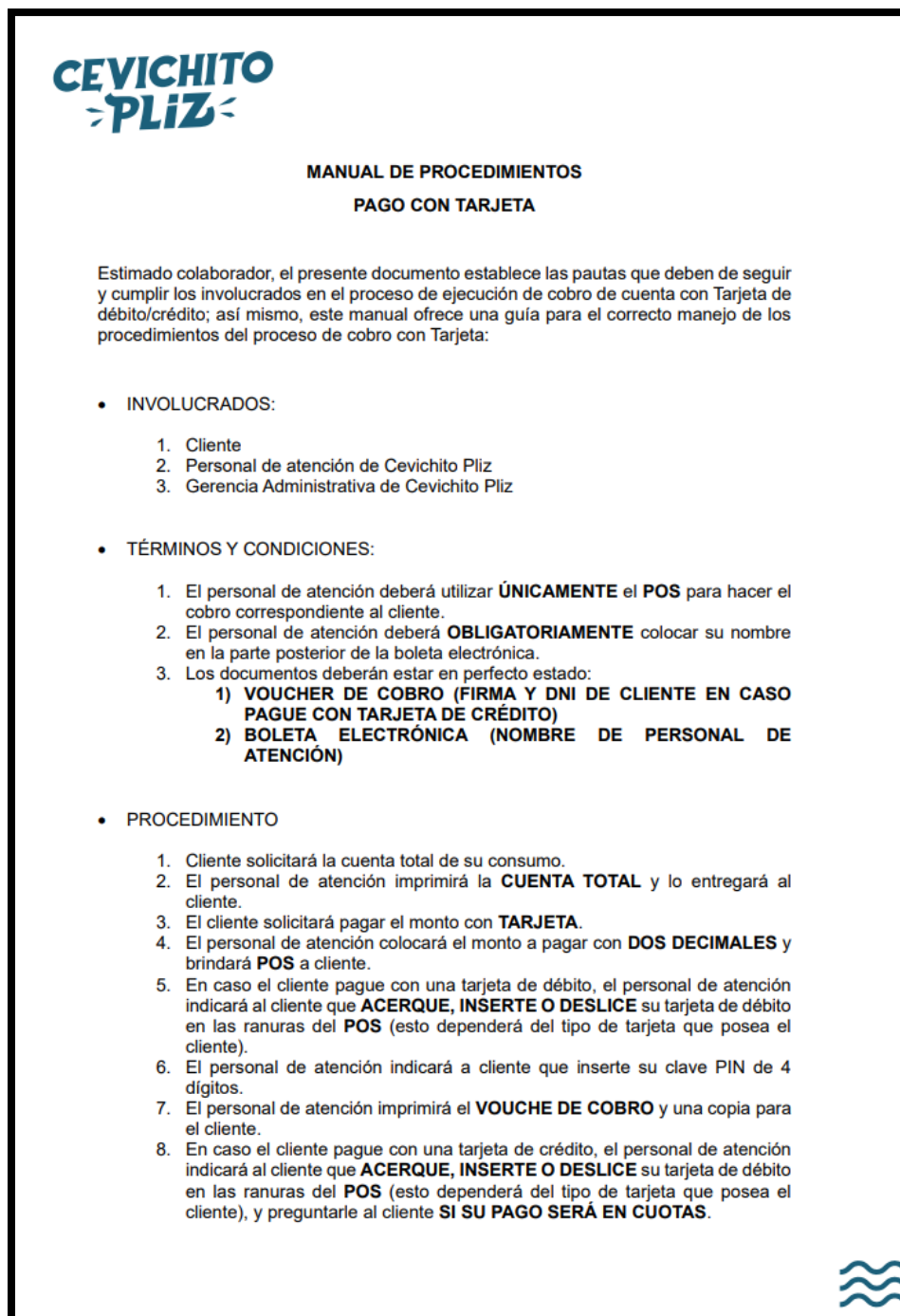
*Nota.* Detalle de los responsables de la herramienta y la fecha de la capacitación.

Estandarización cobro con tarjeta de crédito/débito con cualquier tarjeta:

- Manual N°1 cobro tarjeta crédito/débito

Figura 107

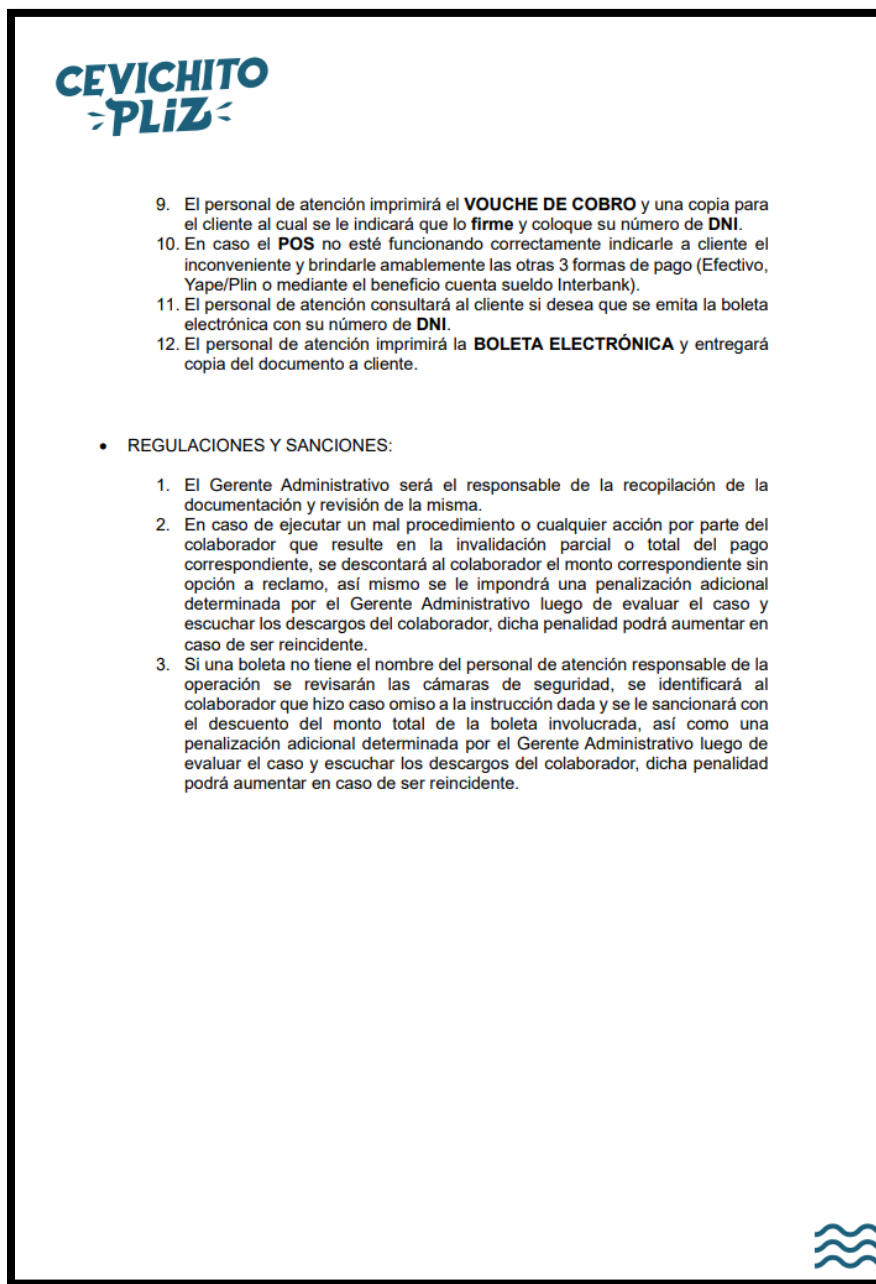
Manual N°1 cobro con tarjeta crédito/débito



*Nota.* Detalle de los involucrados en el proceso, los términos y condiciones y el procedimiento.

## Figura 108

Manual N°1 hoja 2 - cobro con tarjeta crédito/débito

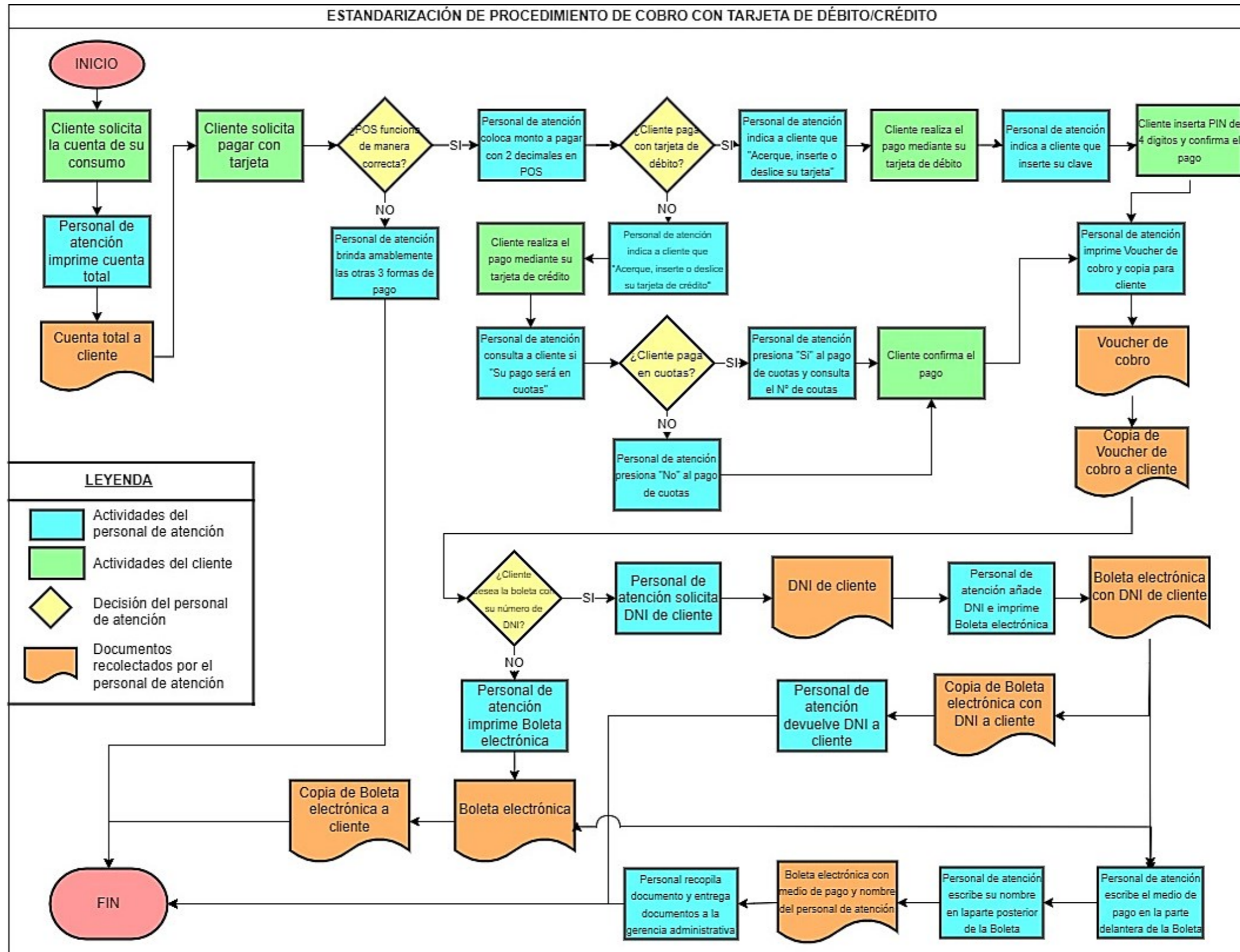


*Nota.* Detalle de las regulaciones y sanciones del proceso.

- Flujo de proceso N°1 cobro tarjeta crédito/débito

Figura 109

Flujo de proceso N°1 cobro con tarjeta débito/crédito



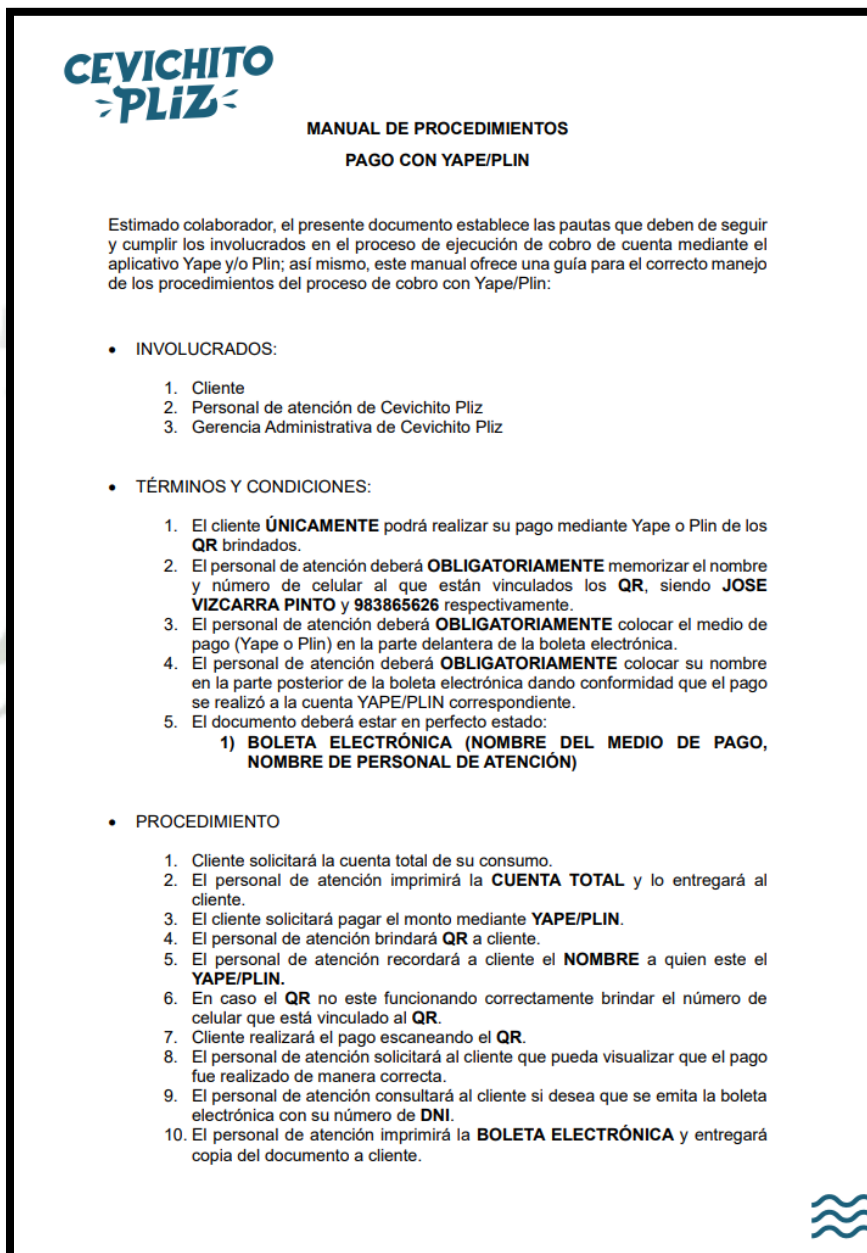
Nota. Especificación de las actividades que realiza el personal de atención, el cliente y los documentos recolectados en el proceso.

Estandarización cobro con Yape/Plin:

- Manual N°2 cobro con Yape/Plin

### Figura 110

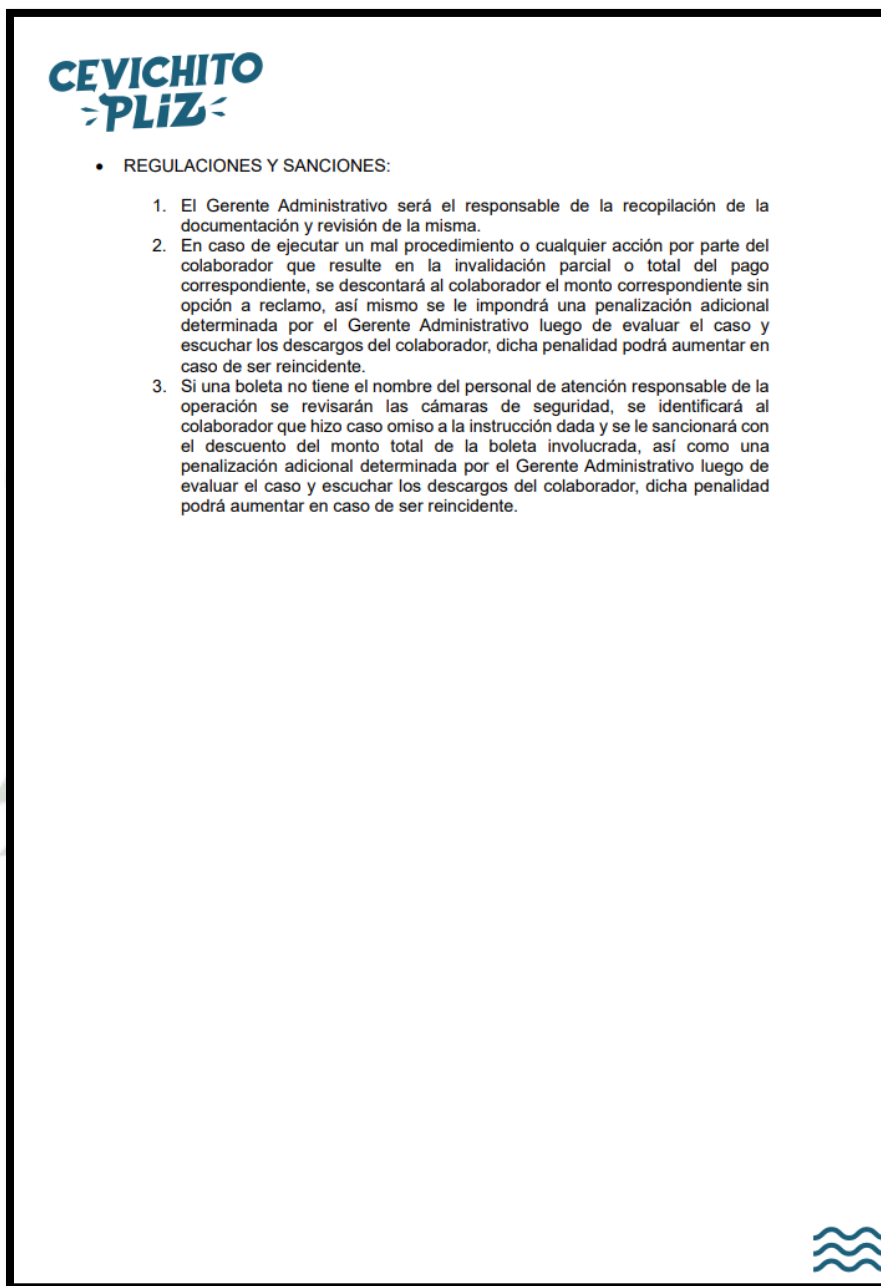
Manual N°2 cobro mediante Yape/Plin



*Nota.* Detalle de los involucrados en el proceso, los términos y condiciones y el procedimiento.

## Figura 111

Manual N°2 hoja 2 - cobro mediante Yape/Plin

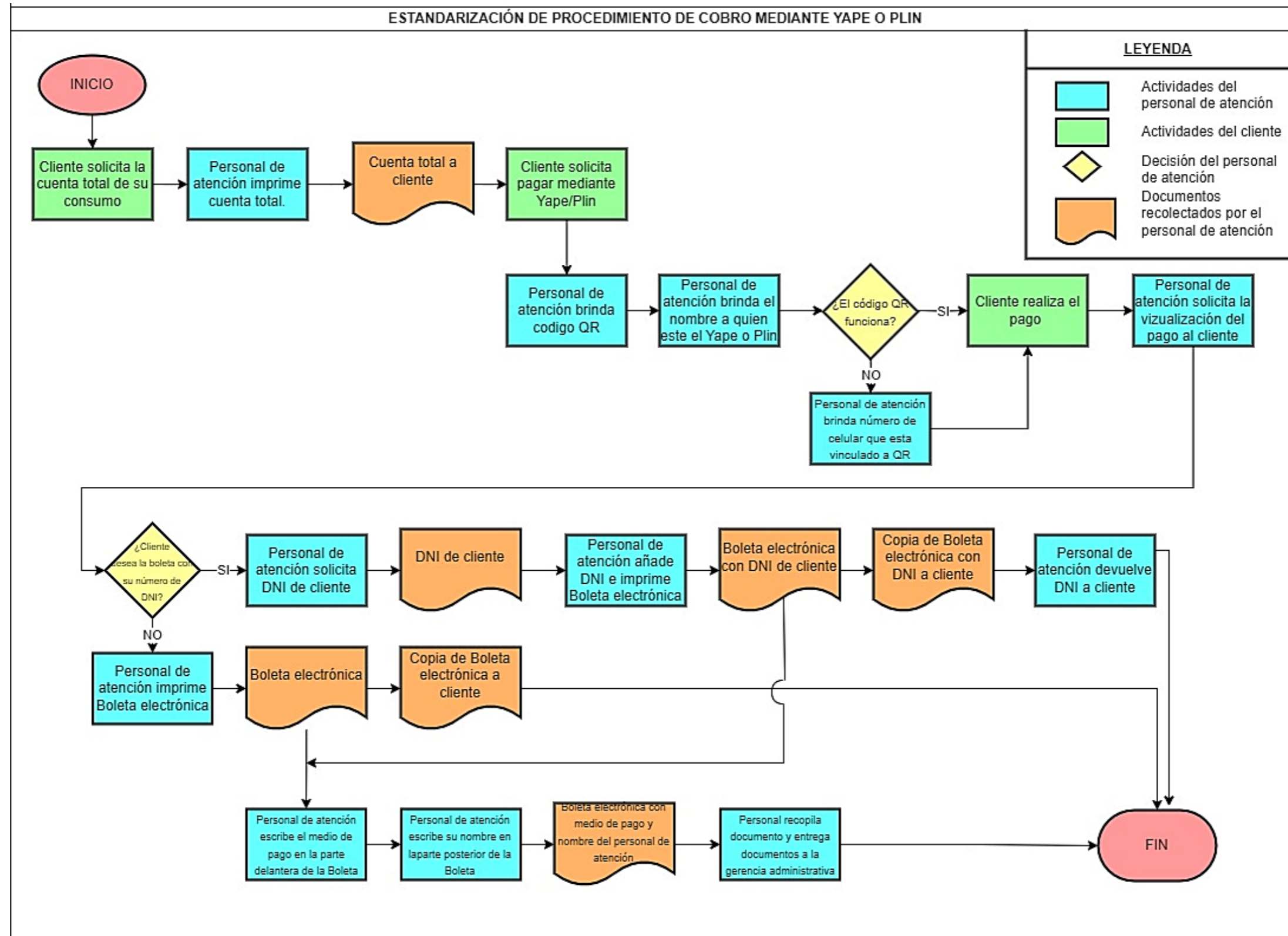


*Nota.* Detalle de las regulaciones y sanciones del proceso.

· Flujo de proceso N°2 cobro con Yape/Plin

Figura 112

Flujo de proceso N°2 cobro mediante Yape/Plin



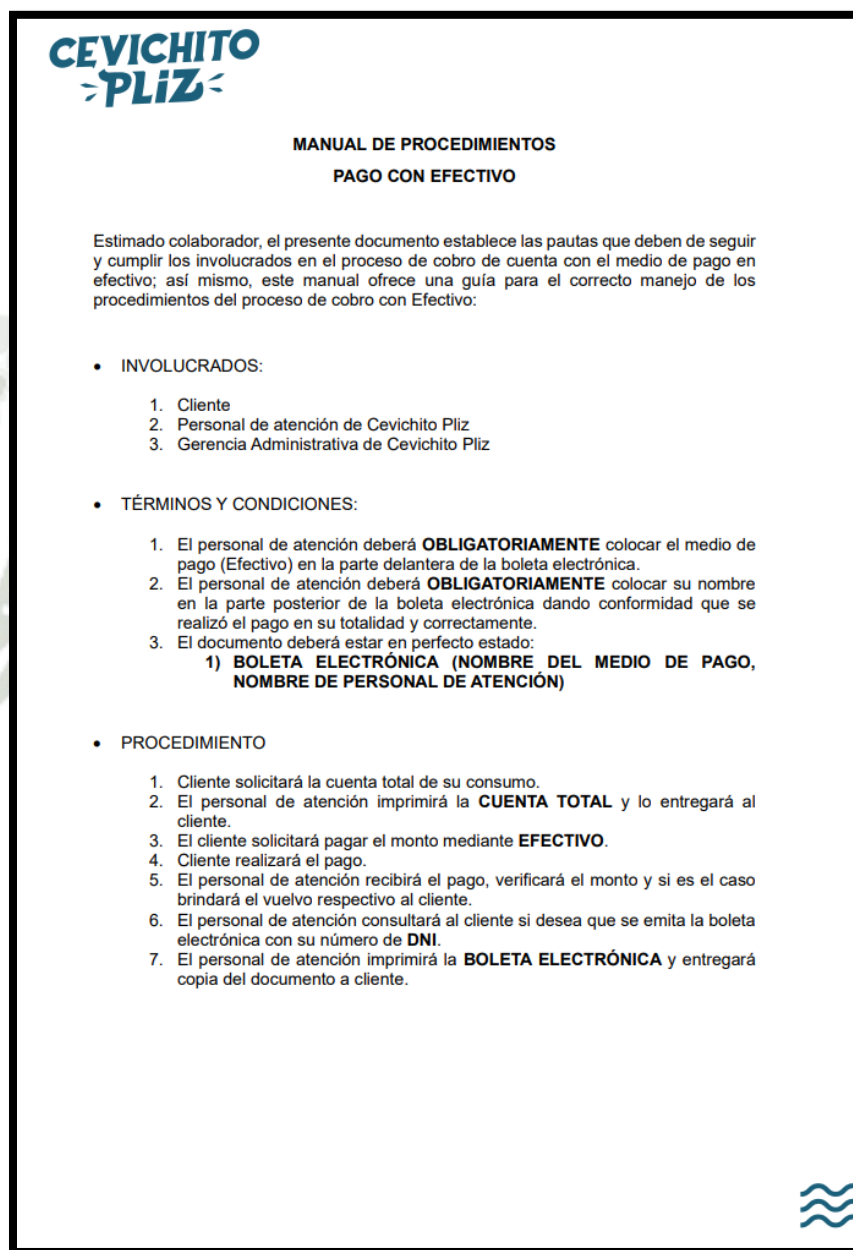
Nota. Especificación de las actividades que realiza el personal de atención, el cliente y los documentos recolectados en el proceso.

Estandarización cobro con efectivo:

- Manual N°3 cobro con efectivo

**Figura 113**

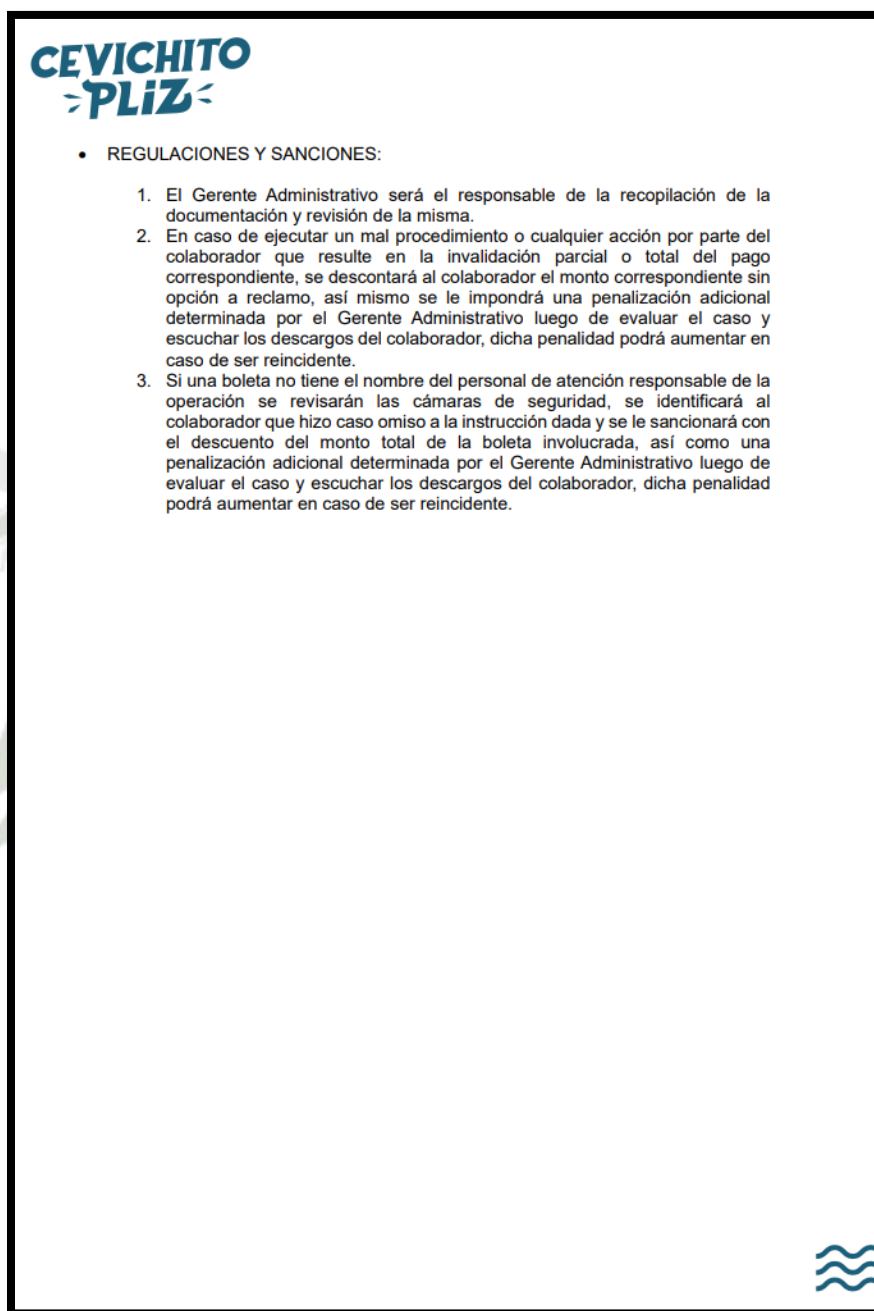
*Manual N°3 cobro mediante Efectivo*



*Nota.* Detalle de los involucrados en el proceso, los términos y condiciones y el procedimiento.

## Figura 114

Manual N°3 hoja 2 - cobro mediante Efectivo

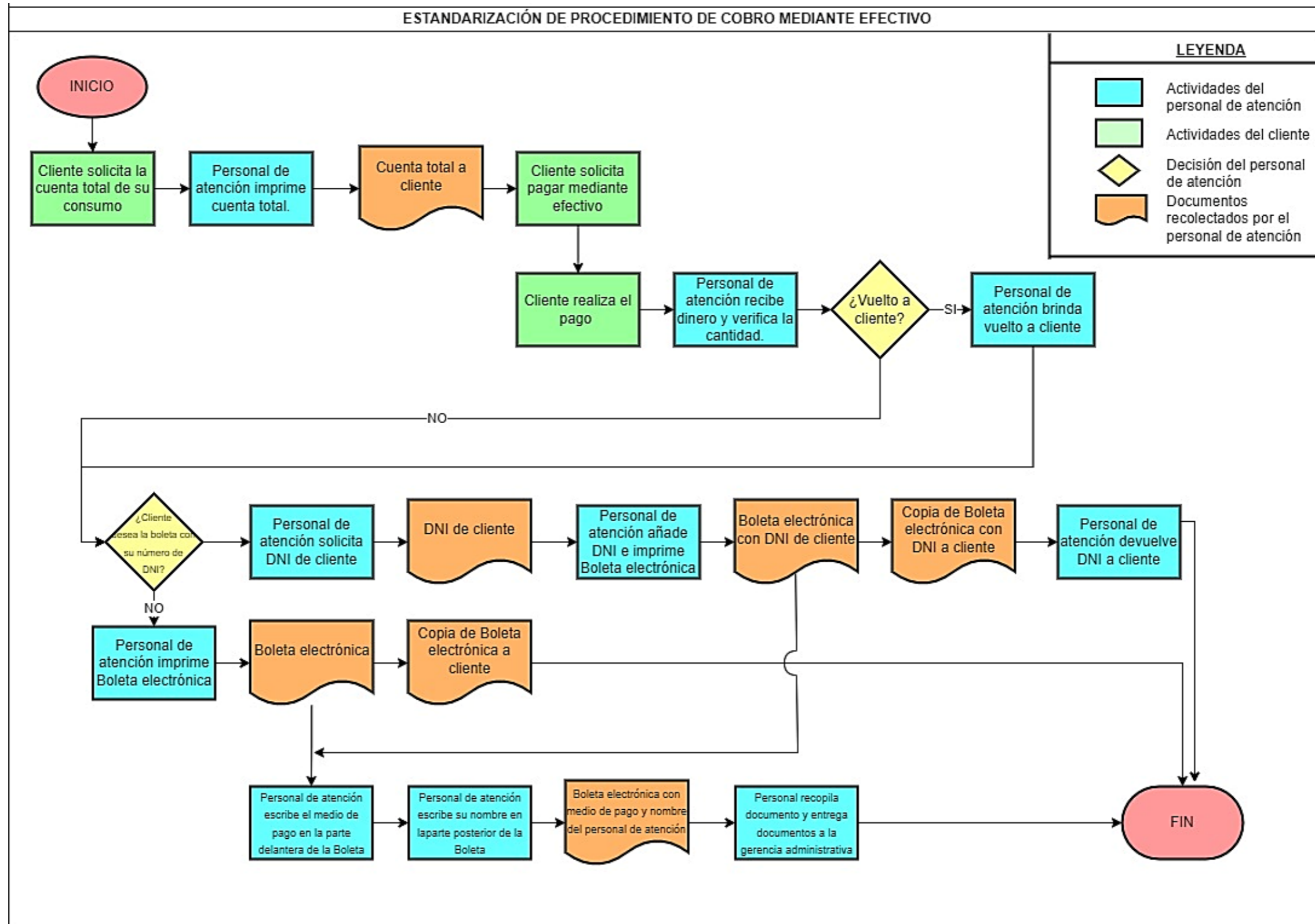


*Nota.* Detalle de las regulaciones y sanciones del proceso.

- Flujo de proceso N°3 cobro con efectivo

Figura 115

Flujo de proceso N°3 cobro mediante Efectivo



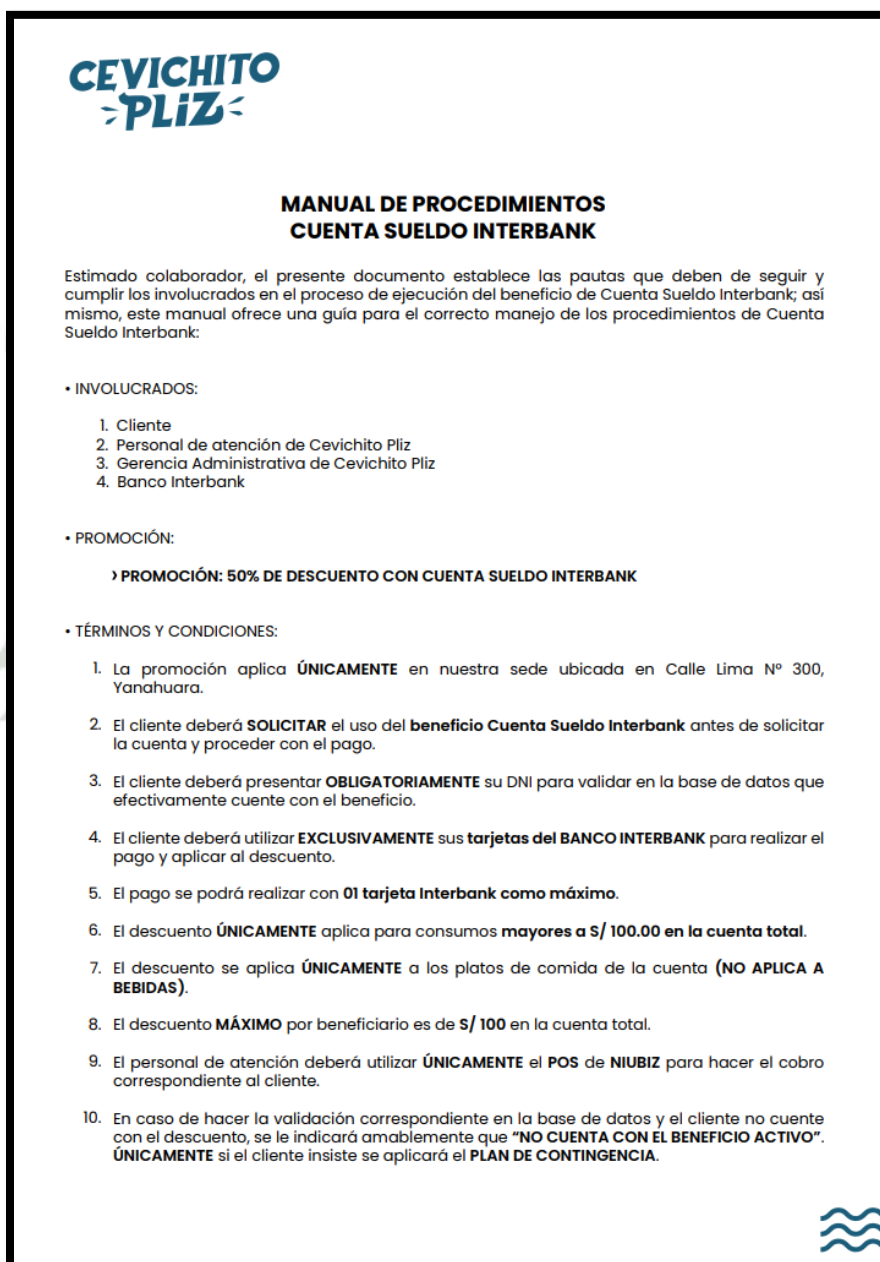
Nota. Especificación de las actividades que realiza el personal de atención, el cliente y los documentos recolectados en el proceso.

Estandarización cobro con el beneficio cuenta sueldo Interbank:

- Manual N°4 cobro beneficio cuenta sueldo Interbank

**Figura 116**


*Manual N°4 cobro beneficio cuenta sueldo Interbank*



*Nota.* Detalle de los involucrados en el proceso, la promoción y los términos y condiciones.

**Figura 117**

*Manual N°4 hoja 2 - cobro beneficio cuenta sueldo Interbank*



11. Los documentos deberán estar en perfecto estado y en el siguiente orden:

1. VOUCHER DE CONSULTA
2. VOUCHER DE CANJE (NOMBRES Y APELLIDOS, FIRMA DEL CLIENTE Y NÚMERO DE DNI)
3. VOUCHER DE COBRO
4. BOLETA ELECTRÓNICA

12. **TODAS** las boletas deberán indicar el Nro. de DNI del cliente.

13. El personal de atención deberá **OBLIGATORIAMENTE** colocar su nombre en la parte posterior de la boleta electrónica.

• PLAN DE CONTINGENCIA:

**ÚNICAMENTE** se recurrirá a la ejecución de este procedimiento bajo las siguientes razones y/o circunstancias:


1. Si el POS de Niubiz no está funcionando correctamente (problemas de red, problemas de carga o visualización de la base de datos o problemas de operatividad del equipo).
2. Si al realizar el procedimiento de consulta, éste arroja como resultado que el cliente no cuenta con el beneficio activo y a pesar de ello, el cliente insistiese en que sí cuenta con el beneficio.
3. Si la negación de la aplicación de dicho beneficio pudiese resultar en un conflicto con nuestra empresa.

**Consideraciones del plan de contingencia:**

1. Considerar todos los términos y condiciones del procedimiento regular para la aplicación del beneficio.
2. Tomar nota del nombre completo, DNI, fecha y hora del consumo.

**Procedimiento del plan de contingencia:**

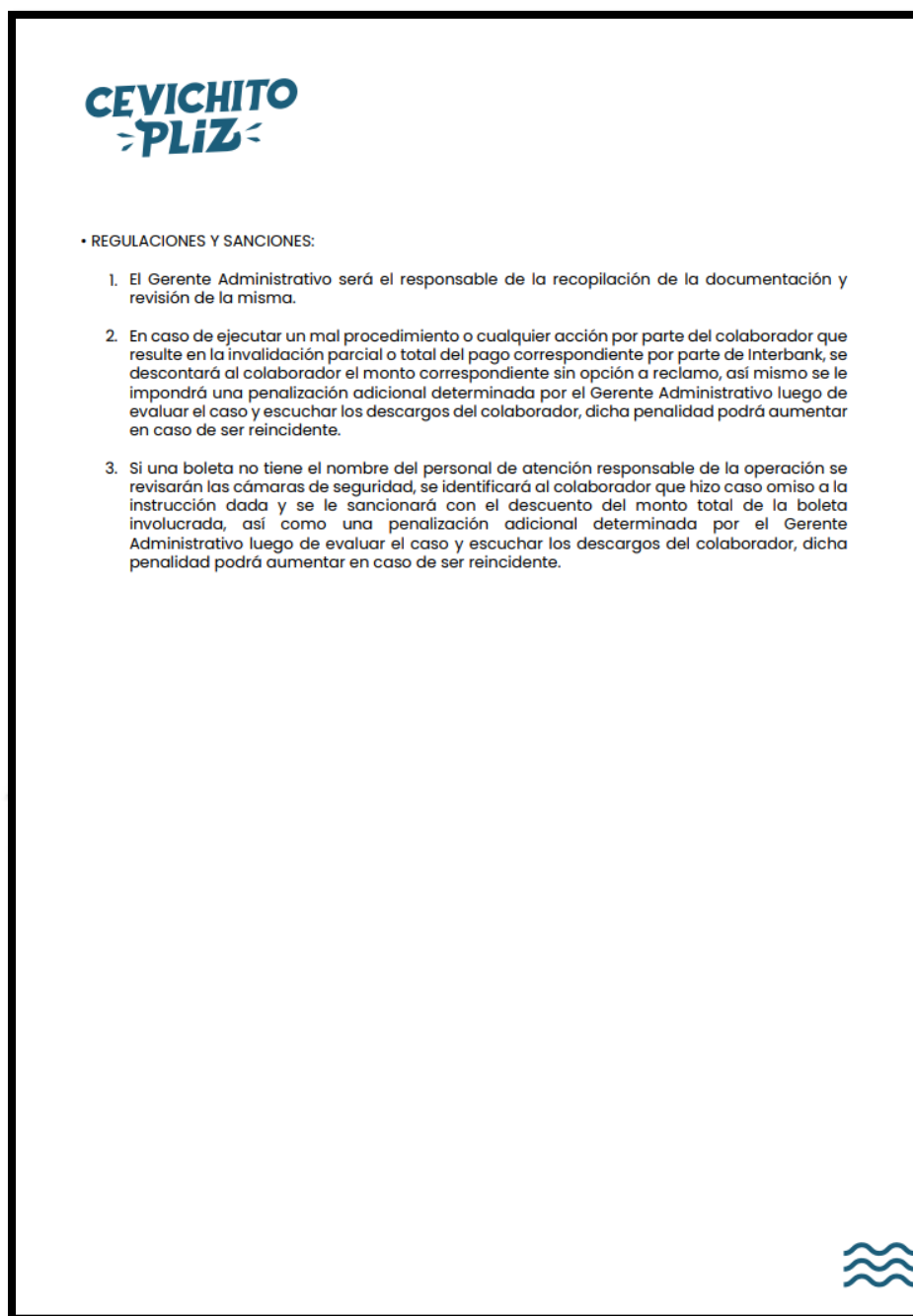
1. Solicitar al cliente que muestre el aplicativo de beneficios donde se visualiza el descuento.
2. El personal de atención debe tomar una foto nítida del aplicativo donde se muestre el beneficio.
3. El cliente debe firmar el voucher de pago y colocar su nombre y DNI con letra legible.
4. El personal de atención debe emitir la boleta electrónica con el número de DNI del cliente aplicando el descuento.
5. El personal debe tomar una fotografía nítida del DNI del cliente y luego devolver el documento al cliente dando por culminado el proceso.



*Nota.* Detalle de las consideraciones y el procedimiento ante el plan de contingencia.

## Figura 118

Manual N°4 hoja 3 - cobro beneficio cuenta sueldo Interbank

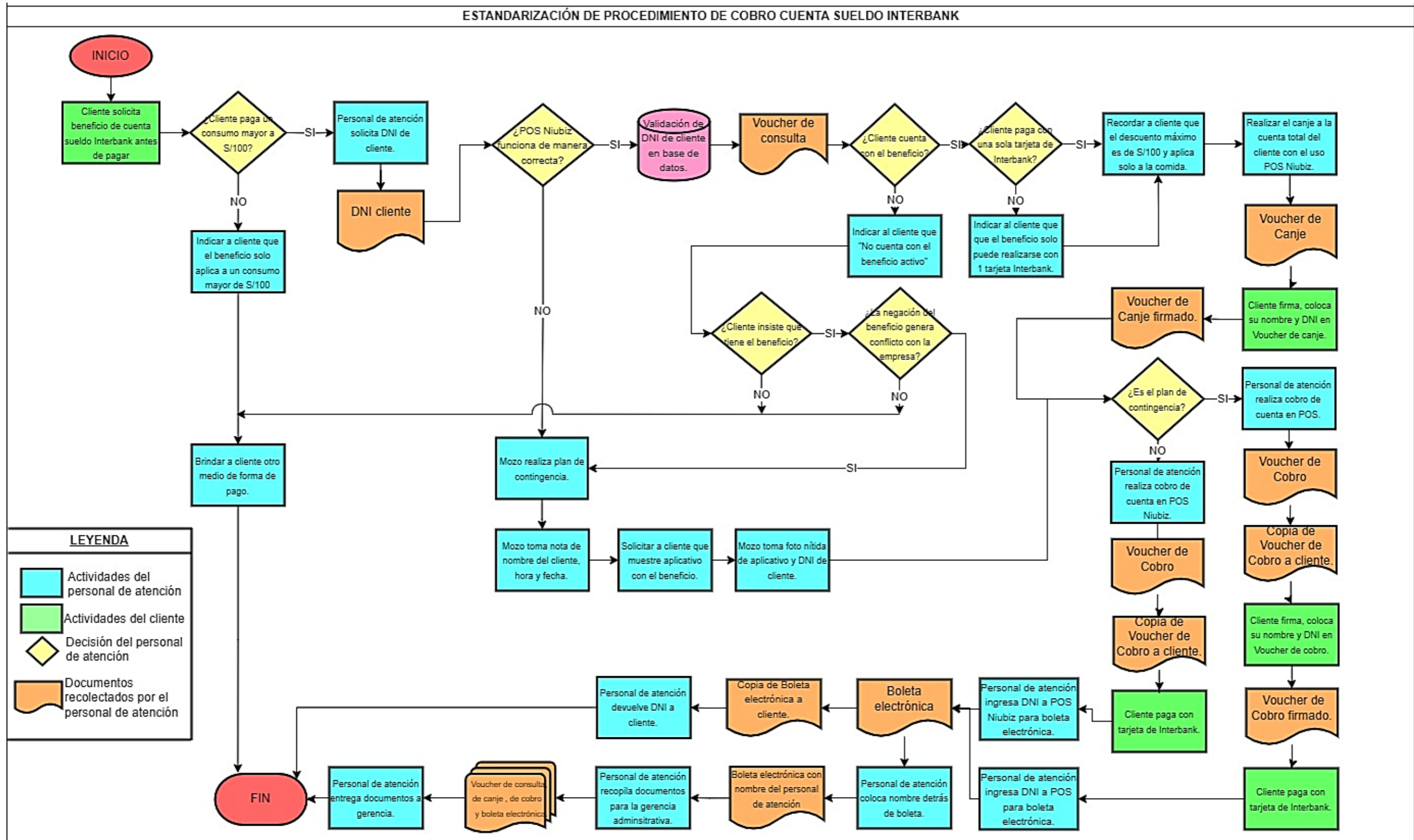


*Nota.* Detalle de las regulaciones y sanciones del proceso.

- Flujo de proceso N°4 cobro beneficio cuenta sueldo Interbank

Figura 119

Flujo de proceso N°4 cobro cuenta sueldo Interbank



Nota. Especificación de las actividades que realiza el personal de atención, el cliente y los documentos recolectados en el proceso.

## 5.2. Diseño de plan de mejora de la variable dependiente “Satisfacción del cliente”

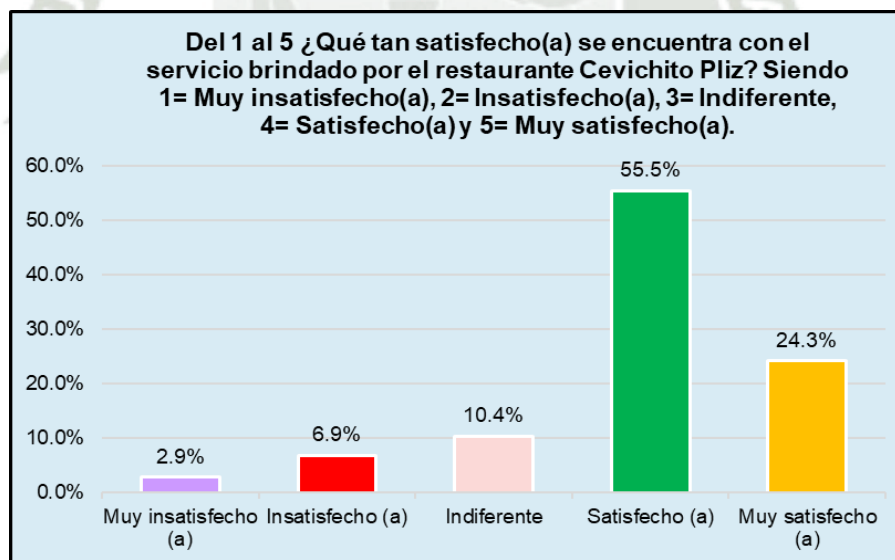
### 5.2.1. Diseño de mejora de la dimensión: Satisfacción del cliente

La dimensión “Satisfacción del cliente” fue medida mediante una encuesta “Customer Satisfaction Score” traduciéndose como “Escala de Satisfacción del cliente”, dicha encuesta es un indicador que midió la satisfacción del cliente posterior al servicio; es decir, terminando la interacción con el cliente. La encuesta CSAT es muy utilizada ya que es de fácil entendimiento para el público objetivo y no toma mucho tiempo.

Al aplicarse las mejoras por un mes de la variable independiente “QFD” se realizó dicha encuesta que constó de una pregunta utilizando escala Likert del 1 al 5, se encuestó a la muestra de 173 consumidores de Cevichito Pliz una vez terminado el servicio. A continuación se visualiza el análisis del resultado:

**Figura 120**

*Encuesta CSAT*



*Nota.* Respuestas en porcentaje de la encuesta CSAT aplicada.

Se observa que el 79.8% de los clientes de Cevichito Pliz se encontraron satisfechos con el servicio brindado y el 20.2% se encontraron insatisfechos.

### 5.3. Análisis económico

Primeramente se realizó el detalle de la inversión de la propuesta, indicando la implementación de las mejoras, materiales e insumos para las mejoras , capacitación y mobiliario necesario en las siguientes tablas:

**Tabla 24**

*Inversión de implementación de propuestas de mejoras*

ÍTEM	CANTIDAD	MEDIDA	PRECIO UNITARIO	NUM. PERSONAS	TOTAL INVERSIÓN
Implementación de Rentabilidad y popularidad de platos.	2	Semestre	S/300.00	2	S/600.00
Implementación de estandarización de receta.	1	Mes	S/200.00	2	S/200.00
Implementación de Marketing digital.	12	Mes	S/590.00	2	S/7,080.00
Implementación de estandarización del empaquetado.	1	Mes	S/200.00	2	S/200.00
<b>TOTAL</b>					<b>S/8,080.00</b>

*Nota.* Se especifica la cantidad, medida, precio unitario, el número de personas y el total de inversión para cada implementación.

**Tabla 25**

*Inversión de capacitación de propuestas de mejoras*

ÍTEM	CANTIDAD	MEDIDA	NUM. PERSONAS	TOTAL INVERSIÓN
Capacitación manual Ganancias por plato.	1	Veces	2	S/ 150.00
Capacitación Recetario.	1	Veces	2	S/ 600.00
Capacitación Marketing digital.	1	Veces	4	S/ 500.00
Capacitación estandarización del empaquetado.	1	Veces	2	S/ 200.00

Capacitación del personal.	1	Veces	7	S/ 3,150.00
Capacitación manual Sistema de restaurante.	1	Veces	5	S/ 250.00
Capacitación manual estandarización de cobro.	1	Veces	5	S/ 300.00
Capacitación formato pedidos delivery.	1	Veces	5	S/ 250.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/5,400.00</b>

*Nota.* Se especifica la cantidad, medida, el número de personas y el total de inversión para cada capacitación.

**Tabla 26**

*Inversión de material e insumos de propuestas de mejoras*

ÍTEM	CANTIDAD	MEDIDA	PRECIO UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN
Impresión de manual Ganancias por platos.	2	Unidad	S/ 20.00	S/ 40.00
Impresión de nueva carta.	4000	Unidad	S/ 0.32	S/ 320.00
Insumos de nuevos platos.	100	Unidad	S/ 108.00	S/ 10,800.00
Impresión de formato recepción de requerimiento.	1000	Unidad	S/ 0.25	S/ 250.00
Impresión de formato pedidos de productos.	1000	Unidad	S/ 0.25	S/ 250.00
Elaboración de envase primario.	750	Unidad	S/ 1.38	S/ 69.00
Elaboración de sticker Cevichito Pliz.	3000	Unidad	S/ 0.15	S/ 150.00
Elaboración de envase secundario público general.	2000	Unidad	S/ 0.40	S/ 200.00
Elaboración de envase secundario niños.	2000	Unidad	S/ 1.35	S/ 1,350.00

Impresión de formato Check list de cumplimiento de empaquetado.	1000	Unidad	S/	0.25	S/	250.00
Impresión de manual sistema de restaurante.	10	Unidad	S/	5.00	S/	50.00
Impresión de formato de pedidos delivery.	1000	Unidad	S/	0.25	S/	250.00
Impresión de manual estandarización de cobro.	10	Unidad	S/	9.00	S/	90.00
<b>TOTAL</b>						<b>S/18,245.00</b>

*Nota.* Se especifica la cantidad, medida, precio unitario y el total de inversión para cada capacitación

**Tabla 27**

*Inversión de mobiliario de la propuesta de mejora*

Inversiones	Monto	% Depreciación	Depreciación	Valor de salvamento
1 Computadora	S/ 3,000.00	25%	S/ 750.00	0
Mobiliario	S/ 2,000.00	10%	S/ 200.00	S/ 1,000.00
Un (1) televisor	S/ 1,200.00	25%	S/ 300.00	0
Cámara fotográfica	S/ 2,500.00	25%	S/ 625.00	0
<b>Total</b>	<b>S/ 8,700.00</b>		<b>S/ 1,875.00</b>	<b>S/ 1,000.00</b>

*Nota.* Se especifica la cantidad de inversión de mobiliario y su respectivo % de depreciación.

Luego se especificó los gastos administrativos, costos de ventas y gastos de ventas respectivos para el calculo total de los costos fijos y los costos totales anualmente, también se realizó el cálculo de % de relación de costo de ventas e ingresos para la proyección de los costos variables en los siguientes años, lo cual se observa en las siguientes tablas:

**Tabla 28**

*Detalle de gastos administrativos, costo y gastos de ventas anuales*

<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>	<b>Tipo</b>	<b>Anual</b>
Pago de alquiler local	S/ 4,500.00	G. Administrativo	S/ 54,000.00
Pago agua	S/ 250.00	G. Administrativo	S/ 3,000.00
Pago recibo internet	S/ 180.00	G. Administrativo	S/ 2,160.00
Pago luz	S/ 200.00	G. Administrativo	S/ 2,400.00
Pago Cable	S/ 190.00	G. Administrativo	S/ 2,280.00
Pago combustible	S/ 150.00	G. Administrativo	S/ 1,800.00
Pago de limpieza y otros	S/ 360.00	G. Administrativo	S/ 4,320.00
Pago personal	S/ 5,000.00	G. Administrativo	S/ 60,000.00
Compra de insumos	S/ 12,000.00	Costo de ventas	S/ 144,000.00
Compra de insumos platos nuevos	S/ 900.00	Costo de ventas	S/ 10,800.00
Impresión manual ganancias por platos	S/ 3.33	Costo de ventas	S/ 40.00
Impresión nueva carta	S/ 106.67	Costo de ventas	S/ 1,280.00
Impresión formato recepción de requerimiento	S/ 20.83	Costo de ventas	S/ 250.00
Impresión formato pedidos de productos	S/ 20.83	Costo de ventas	S/ 250.00
Elaboración de envase primario	S/ 86.25	Costo de ventas	S/ 1,035.00
Impresión de sticker	S/ 42.50	Costo de ventas	S/ 510.00
Elaboración de envase secundario público general	S/ 66.67	Costo de ventas	S/ 800.00
Elaboración envase secundario niños	S/ 225.00	Costo de ventas	S/ 2,700.00
Impresión Check list de cumplimiento del empaquetado	S/ 20.83	Costo de ventas	S/ 250.00
Impresión manual sistema de restaurante	S/ 4.17	Costo de ventas	S/ 50.00
Impresión formato detalles pedidos delivery	S/ 20.83	Costo de ventas	S/ 250.00
Impresión manual estandarización de cobro	S/ 7.50	Costo de ventas	S/ 90.00
Implementación de rentabilidad y popularidad de platos	S/ 50.00	Gasto de ventas	S/ 600.00
Implementación marketing digital	S/ 590.00	Gasto de ventas	S/ 7,080.00

*Nota.* Se especifican los montos anuales de los distintos costos fijos y costos variables.

**Tabla 29**

*Sumatoria de costo fijos y costos totales*

<b>Costos y gastos anuales</b>	
Costo de ventas	S/ 162,305.00
Gastos administrativos	S/ 129,960.00
Gastos de ventas	S/ 7,680.00
Costo fijo total	S/ 137,640.00
Costos totales	S/ 299,945.00
% de relación de costo de ventas e ingresos	48%

*Nota.* Se especifica la suma total de los costos de ventas, gastos administrativos y gastos de ventas y la relación de costos de ventas e ingresos.

Seguidamente se realizó el flujo de caja proyectado a 5 años de la propuesta de mejora, teniendo un total de inversión de S/ 40,425.00 y para llevar a cabo el financiamiento se realiza dicha inversión del capital de los socios y se proyectó una ganancia esperada del 2% anual, se muestra a continuación la figura 121 del flujo económico de Cevichito Pliz:

Figura 121

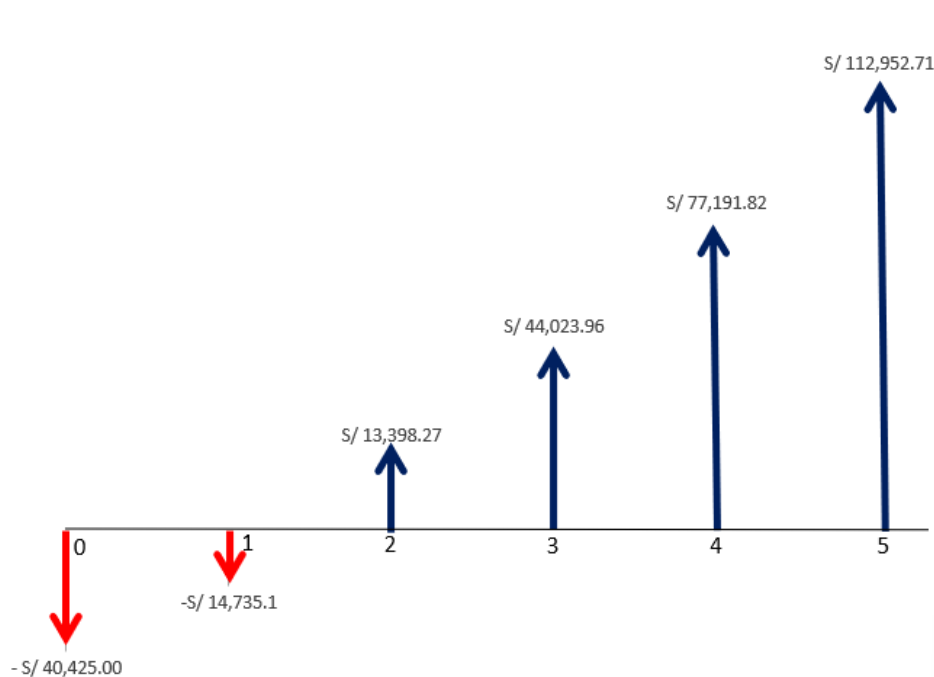
Flujo de caja proyectado Cevichito Pliz

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
Ventas		S/ 335,600.00	S/ 342,312.00	S/ 349,158.24	S/ 356,141.40	S/ 363,264.23
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>S/ 335,600.00</b>	<b>S/ 342,312.00</b>	<b>S/ 349,158.24</b>	<b>S/ 356,141.40</b>	<b>S/ 363,264.23</b>
<b>Costos</b>						
Costos variables		-S/ 162,305.00	-S/ 165,551.10	-S/ 168,862.12	-S/ 172,239.36	-S/ 175,684.15
Costos fijos		-S/ 137,640.00	-S/ 137,640.00	-S/ 137,640.00	-S/ 137,640.00	-S/ 137,640.00
Depreciación		-S/ 1,875.00	-S/ 1,875.00	-S/ 1,875.00	-S/ 1,875.00	-S/ 1,875.00
<b>Utilidad antes de impuestos</b>		<b>S/ 33,780.00</b>	<b>S/ 37,245.90</b>	<b>S/ 40,781.12</b>	<b>S/ 44,387.04</b>	<b>S/ 48,065.09</b>
Impuesto		-S/ 9,965.10	-S/ 10,987.54	-S/ 12,030.43	-S/ 13,094.18	-S/ 14,179.20
<b>Utilidad neta</b>		<b>S/ 23,814.90</b>	<b>S/ 26,258.36</b>	<b>S/ 28,750.69</b>	<b>S/ 31,292.87</b>	<b>S/ 33,885.89</b>
Depreciación		S/ 1,875.00	S/ 1,875.00	S/ 1,875.00	S/ 1,875.00	S/ 1,875.00
Inversión						
Implementación de propuestas de mejoras	-S/ 8,080.00					
Capacitación de propuestas de mejoras	-S/ 5,400.00					
Material e insumos de propuestas de mejoras	-S/ 18,245.00					
Mobiliario	-S/ 8,700.00					
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>-S/ 40,425.00</b>	<b>S/ 25,689.90</b>	<b>S/ 28,133.36</b>	<b>S/ 30,625.69</b>	<b>S/ 33,167.87</b>	<b>S/ 35,760.89</b>
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO ACUMULADO</b>	<b>-S/ 40,425.00</b>	<b>-S/ 14,735.10</b>	<b>S/ 13,398.27</b>	<b>S/ 44,023.96</b>	<b>S/ 77,191.82</b>	<b>S/ 112,952.71</b>

Nota. Se detallan las inversiones para las propuestas de mejora y la proyección de estos por 5 años.

**Figura 122**

*Flujo de caja proyectado*



*Nota.* Flujo económico proyectado a 5 años, recuperando la inversión en el segundo año.

Con dicha información se procedió a calcular los indicadores para determinar si es viable llevar a cabo la propuesta:

- VAN (Valor Actual Neto):

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} - I_0$$

$I_0$  = Inversión inicial

$F_t$  = Flujos de caja futuros

$k$  = Tasa de descuento

Para el cálculo del VAN se calculó tasa de descuento TMAR con la siguiente fórmula:

$$TMAR = \text{Inflación} + \text{Tasa promedio del sistema financiero} + \text{Riesgo país}$$

Según Guerrero (2024) se tiene una inflación en el Perú de 3.41%, considerada como una positiva consecuencia del eficaz manejo monetario del Banco Central de Reserva. Por otro lado, Redacción EC (2023) indica que el riesgo país del Perú bajó a 176 puntos básicos, situándolo como 18 puntos por debajo del nivel del cierre de diciembre del 2022. Finalmente la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (2024) presenta tasas de interés promedio del sistema bancario, eligiendo la tasa anual para medianas empresas del banco Interbank de 11.75%. Aplicando la fórmula se calcula una TMAR del 16.92%, obteniendo: VAN = S/ 55,403.54, siendo un valor mayor a 0 e indicó que el proyecto es rentable.

TIR (Tasa Interna de Retorno):

$$VPN = \frac{\sum R_t}{(1+i)^t} = 0$$

$t$  = Tiempo del flujo de caja

$i$  = Tasa de descuento

$R_t$  = Flujo neto de efectivo

Tomando los datos del flujo de caja económico se obtiene una TIR de 64.44%, siendo un valor mayor al de la TMAR, lo que significó que se debe aceptar la propuesta.

IR (Índice de Rentabilidad):

$$IR = \frac{\text{Valor presente de los flujos de efectivo futuros}}{\text{Inversión inicial del proyecto}}$$

El índice de rentabilidad fue de 2.37, lo que indicó que cuando el índice es mayor a 1 y mientras más alto sea el número mayores ganancias producirá, por lo que el proyecto debe continuar ya que es muy probable que sea rentable.

## CONCLUSIONES

### PRIMERA

La implementación de las propuestas de mejora incrementa en un 20.8% la satisfacción del cliente del restaurante Cevichito Pliz después de haber empleado la metodología QFD en el proceso de atención al cliente.

### SEGUNDA

Después de realizar el análisis situacional actual del restaurante Cevichito Pliz se pudo identificar los principales problemas en el servicio de atención: Pérdida de clientes al momento que se retiran al encontrarse el local lleno, reclamos por parte del cliente al no ser atendido por un mozo, pérdida de información del pedido por el motivo de falta de capacitación de los mozos y el cobro erróneo al cliente, también se identificó problemas en el servicio de delivery los cuales son: Pérdida de clientes por respuesta tardía o sin respuesta, información incompleta al momento de recibir una orden de pedido y por último el empaque incompleto y presentación escasa de la imagen de la empresa hacia el cliente. Seguidamente se identificó el nivel actual de satisfacción del cliente en el restaurante Cevichito Pliz siendo de 59%, dicho resultado fue obtenido luego de realizar una encuesta de diagnóstico con preguntas funcionales y disfuncionales.

### TERCERA

El grado de importancia de las características de calidad en el servicio del restaurante según el cliente fue analizado mediante la metodología Kano, evidenciando que los indicadores de “cantidad de platos nuevos”, “nivel de promociones” y “presentación del empaquetado” muestran un requerimiento atractivo. Respecto a los indicadores “nivel de cantidad en cada plato” y “nivel de atención al cliente” muestra un requerimiento unidimensional. Posteriormente para el plan de mejora se elaboró la metodología QFD, con el uso de esta herramienta se plasman los planes de mejora, los cuales son: Capacitación del personal”, con un 26.8% y un peso/importancia de 773.7, lo que nos indicó donde enfocar los esfuerzos, seguido de

“Rentabilidad y popularidad de platos” con un 15.5% y un peso/importancia de 447.4 y “Estandarizar proceso de cobro” con un 15.3% y un peso/importancia de 442.1, luego el “Promociones y ofertas” con un 14.2% y un peso/importancia de 410.5, “Estandarizar receta” con un 14.1% y un peso/importancia de 405.3 y el “Estandarizar proceso y diseño de empaquetado” con un 14.1% y un peso/importancia de 405.3.

#### **CUARTA**

El diseño de mejora para la dimensión variedad de platos consta de la implementación del Manual “Ganancias por Plato” y un Excel de “Ganancias por platos”; se recomienda: Incrementar en 7% el precio del pulpo a la chalaca, agregar el “Ceviche de Champiñones”, disminuir el precio del arroz de la casa en un 5%, incrementar el precio del chilcano especial a 25 soles, agregar 3 platos con langostinos y por último añadir un “Menú Kids”. En cuanto a la dimensión cantidad se implementa la recepción de requerimiento, pedidos de productos y el recetario detallado en el anexo 15. La mejora de la dimensión promociones, se eligió la red social Instagram, una agencia de marketing digital, se brinda una grilla de contenidos para un mes detallado en la figura 87, promociones y campañas durante un año detallado en la figura 88 y un control de KPIs especificada en la figura 89. Para la dimensión de presentación se implementó un envase primario, se diseñó un sticker, un envase secundario siendo una bolsa de papel Kraft, un envase secundario para niños y se implementa un Check list del empaquetado. Por último, para la dimensión “Atención al cliente” se recomienda la capacitación de servicio al cliente por el “Instituto CEPEA”, la capacitación del ERP con el “Manual – Sistema de restaurante”, un formato de pedidos delivery y la capacitación del proceso de cobro mediante 4 manuales y 4 flujos de proceso. Posterior de la aplicación del diseño de mejora se evidenció mediante una encuesta “CSAT” el aumento de la satisfacción del cliente a 79.8% del restaurante Cevichito Pliz.

## QUINTA

El análisis económico de las propuestas de mejora de la investigación muestra que es viable al tener un valor actual de S/ 55,403.54, una tasa interna de retorno de 64.44% y un índice de rentabilidad de 2.37 lo que indicó que cuando el índice es mayor a 1 y mientras más alto sea el número mayores ganancias producirá, por lo que el proyecto debe continuar ya que es muy probable que sea rentable.



## RECOMENDACIONES

### PRIMERA

Es importante mantener las mejoras para el proceso de atención al cliente como una actividad permanente a lo largo del tiempo con el fin de cubrir las necesidades de los clientes y poder mantenerlos fidelizados; asimismo, el estar en constante comunicación con los clientes y conocer sus comentarios y propuestas de mejora mediante un seguimiento periódico sobre la satisfacción del servicio brindado.

### SEGUNDA

Para asegurar el logro de la implementación de las propuestas de mejoras es importante la participación activa, el involucramiento, control, supervisión de ambos socios y la sensibilización de todo el personal del restaurante enfocándose en que el eje central de todas las operaciones y la prioridad es el cliente.

### TERCERA

Así como se busca brindar un servicio de atención de calidad al cliente se recomienda enfocarse también en evidencias físicas hacia el cliente como el ambiente, la música y la decoración del local.

### CUARTA

Se recomienda al restaurante Cevichito Pliz el implementar la ingeniería del menú cada 6 meses para un estudio de los platos y evaluar que platos seguir promocionando, cuales tienen una alta o baja rentabilidad y cuales son populares y no populares, tomando distintas decisiones a partir de ello, dicho estudio puede ser actualizado de igual forma cada mes.

## REFERENCIAS

- Aiteco Consultores. (10 de Abril de 2023). *Aiteco Consultores*. Obtenido de Aiteco Consultores:  
<https://www.aiteco.com/despliegue-de-la-voz-del-cliente-qfd/>
- Alcaraz, S. (17 de Octubre de 2022). *RAJA® Blog | Consejos de embalaje, logística y más*.  
Obtenido de RAJA® Blog | Consejos de embalaje, logística y más:  
<https://www.rajapack.es/blog-es/papel-kraft-proteccion-ecologica-economica-y-multiusos#:~:text=El%20papel%20kraft%20es%20100,poco%20espacio%20y%20es%20econ%C3%B3mico.>
- Alfredo Rituay, P. (2019). Aplicación del QFD para el análisis de la satisfacción del cliente en la cafetería Black Mouth de la ciudad de Chachapoyas. (*Tesis para Título profesional de ingeniero en Agronegocios*). Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Chachapoyas.
- Ángel, J. (23 de Noviembre de 2020). *Envases de mediterráneo*. Obtenido de Envases de mediterráneo: <https://www.envasesdelmediterraneo.com/blog/envases-polipropileno/#:~:text=Otros%20envases%20de%20pl%C3%A1stico%20que,almacenar%20alimentos%20fr%C3%ADos%20y%20l%C3%ADquidos.>
- Avilés Garcia, M. L. (2019). Ingeniería de menú para el restaurante Magno Brasserie. (*Tesis para licenciatura*). Universidad Tecnológica de Nayarit, Xalisco.
- Barrantes Chavez, J. P., & Diaz Medina, K. A. (2021). Diseño de la metodología despliegue de la calidad para mejorar el nivel de satisfacción del cliente del restaurante Vigo's Pizza. (*Tesis para título de Ingeniería Industrial*). Universidad Privada del Norte, Cajamarca.
- Beltran Carbajal, C. S., & Gongora Galdos, L. S. (2021). Mejora de procesos productivos y de comercialización mediante estrategias basadas en la orientación al cliente de la gestión de la calidad total en una cervecería artesanal. (*Tesis para título profesional de Ingeniero Industrial*). Universidad Católica San Pablo, Arequipa.

Cabrera Calva, R. C. (2012). *Poka Yoke: Magia O Técnicas Para Prevenir Errores Y Defectos*. Editorial Academica Espanola.

Callirgos Montoya, L. (2021). Enfoque QFD para diseño de servicios en el sector de hotelería en Lima - Perú. (*Tesina de bachiller*). Universidad de Lima, Lima.

Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2014). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Pearson Prentice Hall.

De Bonis, G. (19 de Junio de 2020). *Germán De Bonis - Coach Gastronómico*. Obtenido de Germán De Bonis - Coach Gastronómico: <https://germandebonis.com/estandarizacion-de-recetas/>

Galeano, S. (27 de Enero de 2023). *Marketing 4 Ecommerce* . Obtenido de Marketing 4 Ecommerce : <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-ranking/>

gesio.com. (2023). *SoloUSo*. Obtenido de SoloUSo: <https://www.1solouso.com/envases-plastico-pppolipropileno-translucidos-tapa-unidabisagra-cuadrados-1500cc-170x168x54mm-p-1-50-8576/#1>

Guerrero, N. (10 de Enero de 2024). *Instituto Peruano de Economía*. Obtenido de Instituto Peruano de Economía: <https://www.ipe.org.pe/portal/cierre-del-2023-inflacion-en-peru-se-situa-en-3-41/#:~:text=INEI%3A%20Inflaci%C3%B3n%20peruana%20cerr%C3%B3%20el%202023%20con%203.41%25>

Hammond, M. (20 de Enero de 2023). *Hubspot*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/service/gestion-de-servicios>

Hammond, M. (9 de Marzo de 2023). *HubSpot*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/service/que-es-analisis-kano>

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (7 ed.). Mc Graw Hill Education.

- Hernandez, J. (22 de Febrero de 2023). *IZO*. Obtenido de IZO: <https://izo.es/como-aplicar-el-modelo-de-kano-en-el-diseno-de-productos/#None>
- INEI. (22 de Junio de 2023). *Noticias - Instituto Nacional de Estadística e Informática - Plataforma del Estado Peruano*. Obtenido de Noticias - Instituto Nacional de Estadística e Informática - Plataforma del Estado Peruano:  
<https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/781571-negocios-de-restaurantes-se-incrementaron-9-16-en-abril-de-2023>
- J., A. (7 de Marzo de 2020). *The Investors Book [Figura]*. Obtenido de The Investors Book:  
<https://theinvestorsbook.com/quality-function-deployment-qfd.html>
- James R, E., & William M, L. (2014). *Administración y control de la calidad* (9 ed.). Cengage Learning.
- Jimeno, J. (18 de Octubre de 2012). *Despliegue de la función calidad (QFD): Guía de uso. Para qué sirve el QFD y cómo realizarlo – PDCA Home*. Obtenido de Despliegue de la función calidad (QFD): Guía de uso. Para qué sirve el QFD y cómo realizarlo – PDCA Home: <https://www.pdcahome.com/1932/qfd-despliegue-calidad/>
- Li, J., & Kiesu, K. (2023). Kano-QFD-based analysis of the influence of user experience on the design of handicraft intangible cultural heritage apps. *Heritage Science*, 14.
- Macario de Paz, F. I. (2018). ROTACIÓN DE PERSONAL Y CLIMA ORGANIZACIONAL (Estudio realizado en una importadora de vidrios ubicada en la zona 7 de Quetzaltenango). (*Tesis de Grado*). Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango.
- Mbama, C. I., & Ezepue, P. O. (2018). Digital Banking, customer experience and bank financial performance. *International Journal of Bank Marketing*, 230-255.
- Nievas, G. (13 de Abril de 2021). *Blogger*. Obtenido de Blogger:  
<http://sadc2002.blogspot.com/2021/04/componentes-de-una-declaracion-de-mision.html>

Redacción. (23 de Mayo de 2023). *En la cocina magazine*. Obtenido de En la cocina magazine:

<https://enlacocina.telemesa.es/cocina/por-que-es-importante-un-buen-menu-para-ninos-en-tu-restaurante/>

Redacción EC. (27 de Noviembre de 2023). *El Comercio Perú*. Obtenido de El Comercio Perú:

[https://elcomercio.pe/economia/peru/bcr-riesgo-pais-del-peru-baja-18-puntos-basicos-en-lo-que-va-del-2023-ultimas-noticia/#:~:text=El%20riesgo%20pa%C3%ADs%20del%20Per%C3%BA%20baj%C3%B3%20en%20la%20%C3%BAltima%20semana,Central%20de%20Reserva%20\(BCR\).](https://elcomercio.pe/economia/peru/bcr-riesgo-pais-del-peru-baja-18-puntos-basicos-en-lo-que-va-del-2023-ultimas-noticia/#:~:text=El%20riesgo%20pa%C3%ADs%20del%20Per%C3%BA%20baj%C3%B3%20en%20la%20%C3%BAltima%20semana,Central%20de%20Reserva%20(BCR).)

Riquelme Barros, R. (12 de Abril de 2019). *Gastronomía Rentable*. Obtenido de Gastronomía

Rentable: <https://www.gastronomiarentable.com/post/los-principios-de-omnes>

Roca Becerra, J. L. (2023). El uso de la matriz BCG y su impacto en la gestión de operaciones

de las empresas. *CTScafe para ciudadanos*, 7(20), 5-7. Obtenido de

<https://www.ctscafe.pe/index.php/ctscafe/article/view/248/229>

Ruíz, B. (2002). *Instrumentos de Investigación Educativa*. Venezuela: Fedupel.

Santander universidades. (13 de Abril de 2023). *Becas Santander*. Obtenido de Becas

Santander: <https://www.becas-santander.com/es/blog/mision-vision-y-valores.html>

SICE. (12 de Noviembre de 2022). *SICE - Resoluciones MERCOSUR - anexo 10/91*. Obtenido

de SICE - Resoluciones MERCOSUR - anexo 10/91:

<http://www.sice.oas.org/trade/mrcsrs/resolutions/an1091.asp>

SUNAT - Consulta RUC. (2024). Obtenido de SUNAT - Consulta RUC: [https://e-](https://e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcrS00Alias)

[consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcrS00Alias](https://e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcrS00Alias)

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2024). *Superintendencia de Banca, Seguros y*

*AFP*. Obtenido de Superintendencia de Banca, Seguros y AFP:

<https://www.sbs.gob.pe/app/pp/EstadisticasSAEEPPortal/Paginas/TIActivaTipoCreditoEmpresa.aspx?tip=B>

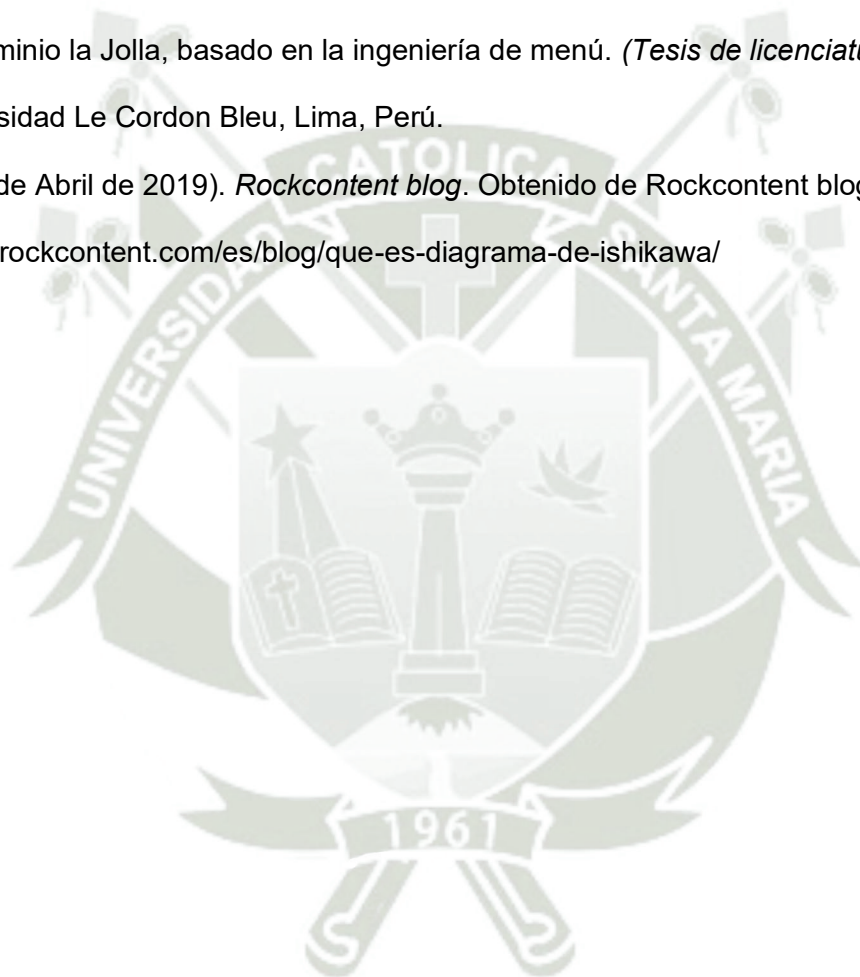
Symonline. (29 de Junio de 2022). *MARISCOS ROBLES S.L.* Obtenido de MARISCOS

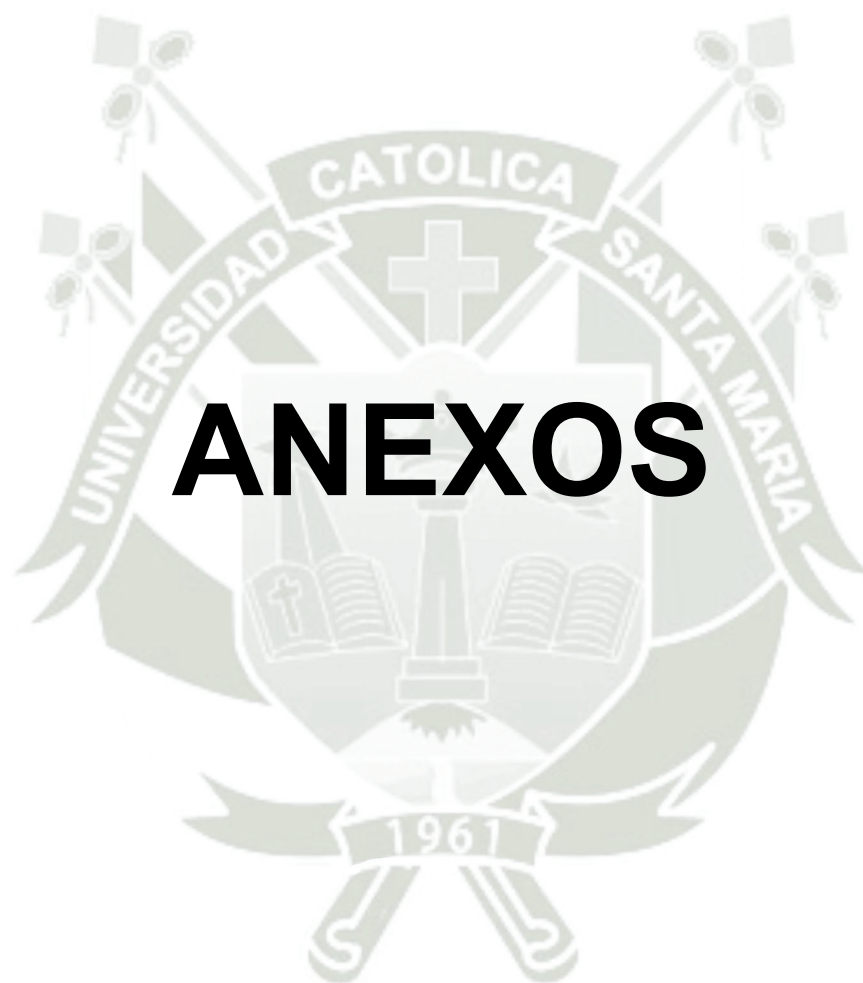
ROBLES S.L.: <https://mariscosrobles.es/novedad/los-beneficios-del-langostino-para-su-salud/8>

Teaviso.pe. (8 de Mayo de 2023). *Teaviso.pe*. Obtenido de Teaviso.pe: <https://teaviso.pe/los-10-mariscos-mas-consumidos-en-peru/>

Veliz Lindo, D. A. (2019). Propuesta de mejora de la carta del restaurante Asya By Sea del condominio la Jolla, basado en la ingeniería de menú. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Le Cordon Bleu, Lima, Perú.

Vieira, D. (21 de Abril de 2019). *Rockcontent blog*. Obtenido de Rockcontent blog: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-diagrama-de-ishikawa/>





# ANEXOS

## ANEXO 1

### Registro del total de clientes atendidos en Cevichito Pliz – Mayo 2023

(Confidencialidad nombre de los clientes y su documento de identidad)

N° Cliente	Tipo Comprobante	Serie	Correlativo	Fecha emisión	Cliente	Documento	Moneda	Estado	Mesa	Total Gravado	Total IGV	Total
1	Boleta	B001	911	2023-05-01 12:44:37	Cliente 1	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	110.91	11.09	122.00
2	Boleta	B001	914	2023-05-01 13:34:23	Cliente 2	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	58.18	5.82	64.00
3	Boleta	B001	912	2023-05-01 13:36:34	Cliente 3	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	79.09	7.91	87.00
4	Boleta	B001	913	2023-05-01 13:45:27	Cliente 4	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	81.36	8.14	89.50
5	Boleta	B001	915	2023-05-01 14:24:36	Cliente 5	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	181.82	18.18	200.00
6	Boleta	B001	916	2023-05-01 14:37:32	Cliente 6	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	65.45	6.55	72.00
7	Boleta	B001	917	2023-05-01 14:56:17	Cliente 7	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	78.18	7.82	86.00
8	Boleta	B001	918	2023-05-01 15:16:14	Cliente 8	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	73.64	7.36	81.00
9	Boleta	B001	921	2023-05-01 15:43:28	Cliente 9	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	104.00	10.40	114.40
10	Boleta	B001	919	2023-05-01 15:48:11	Cliente 10	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	204.55	20.45	225.00
11	Boleta	B001	920	2023-05-01 15:53:54	Cliente 11	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	136.45	13.65	150.10
12	Boleta	B001	922	2023-05-02 13:15:58	Cliente 12	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	67.27	6.73	74.00
13	Boleta	B001	923	2023-05-02 14:52:42	Cliente 13	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	172.73	17.27	190.00
14	Boleta	B001	924	2023-05-02 15:08:15	Cliente 14	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	127.27	12.73	140.00
15	Boleta	B001	925	2023-05-03 14:04:55	Cliente 15	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	78.64	7.86	86.50
16	Boleta	B001	927	2023-05-03 15:12:55	Cliente 16	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	119.09	11.91	131.00
17	Boleta	B001	926	2023-05-03 15:26:36	Cliente 17	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	129.09	12.91	142.00
18	Boleta	B001	928	2023-05-04 13:31:07	Cliente 18	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	43.64	4.36	48.00
19	Boleta	B001	929	2023-05-04 13:56:16	Cliente 19	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	70.00	7.00	77.00
20	Boleta	B001	930	2023-05-04 14:12:03	Cliente 20	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	100.91	10.09	111.00
21	Boleta	B001	931	2023-05-04 14:52:31	Cliente 21	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	93.64	9.36	103.00
22	Boleta	B001	932	2023-05-04 15:26:46	Cliente 22	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	107.73	10.77	118.50
23	Boleta	B001	933	2023-05-04 15:55:25	Cliente 23	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	75.45	7.55	83.00
24	Boleta	B001	934	2023-05-05 12:34:26	Cliente 24	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	105.00	10.50	115.50
25	Boleta	B001	935	2023-05-05 13:25:59	Cliente 25	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	136.36	13.64	150.00
26	Boleta	B001	936	2023-05-05 14:21:47	Cliente 26	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	68.18	6.82	75.00
27	Boleta	B001	937	2023-05-06 12:29:48	Cliente 27	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	43.64	4.36	48.00
28	Boleta	B001	938	2023-05-06 13:29:58	Cliente 28	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	73.64	7.36	81.00
29	Boleta	B001	940	2023-05-06 13:37:37	Cliente 29	88888888	Soles	Anulado	MESA 1 - SALON A	0.00	0.00	0.00
30	Boleta	B001	939	2023-05-06 13:38:07	Cliente 30	88888888	Soles	Anulado	MESA 1 - SALON A	0.00	0.00	0.00
31	Boleta	B001	941	2023-05-06 14:01:07	Cliente 31	88888888	Soles	Aprobado	SILLA 1 - TERRAZA	73.64	7.36	81.00
32	Boleta	B001	945	2023-05-06 14:01:29	Cliente 32	88888888	Soles	Aprobado	SILLA 2 - TERRAZA	40.91	4.09	45.00
33	Boleta	B001	942	2023-05-06 14:17:12	Cliente 33	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	63.64	6.36	70.00
34	Boleta	B001	943	2023-05-06 14:26:46	Cliente 34	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	68.18	6.82	75.00
35	Boleta	B001	944	2023-05-06 14:27:56	Cliente 35	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	79.09	7.91	87.00
36	Boleta	B001	946	2023-05-06 14:42:20	Cliente 36	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	169.09	16.91	186.00
37	Boleta	B001	947	2023-05-06 15:00:53	Cliente 37	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	60.00	6.00	66.00
38	Boleta	B001	948	2023-05-06 15:13:16	Cliente 38	88888888	Soles	Aprobado	SILLA 1 - TERRAZA	114.09	11.41	125.50
39	Boleta	B001	949	2023-05-06 15:23:47	Cliente 39	88888888	Soles	Aprobado	SILLA 2 - TERRAZA	60.00	6.00	66.00
40	Boleta	B001	950	2023-05-06 15:26:04	Cliente 40	88888888	Soles	Aprobado	SILLA 3 - TERRAZA	68.18	6.82	75.00
41	Boleta	B001	951	2023-05-06 15:27:54	Cliente 41	88888888	Soles	Aprobado	MESA 7 - SALON B	92.55	9.25	101.80
42	Boleta	B001	952	2023-05-06 15:45:43	Cliente 42	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	116.36	11.64	128.00
43	Boleta	B001	954	2023-05-06 16:42:29	Cliente 43	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	270.91	27.09	298.00
44	Boleta	B001	953	2023-05-06 16:44:24	Cliente 44	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	45.45	4.55	50.00
45	Boleta	B001	955	2023-05-06 16:47:31	Cliente 45	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	101.82	10.18	112.00
46	Boleta	B001	956	2023-05-07 12:13:41	Cliente 46	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	60.91	6.09	67.00
47	Boleta	B001	957	2023-05-07 13:16:38	Cliente 47	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	30.00	3.00	33.00
48	Boleta	B001	958	2023-05-07 14:07:51	Cliente 48	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	98.18	9.82	108.00
49	Boleta	B001	959	2023-05-07 14:21:27	Cliente 49	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	60.91	6.09	67.00
50	Boleta	B001	960	2023-05-07 14:27:02	Cliente 50	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	1.82	0.18	2.00

N° Cliente	Tipo Comprobante	Serie	Correlativo	Fecha emisión	Cliente	Documento	Moneda	Estado	Mesa	Total Gravado	Total IGV	Total
51	Boleta	B001	961	2023-05-07 14:35:46	Cliente 51	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	104.55	10.45	115.00
52	Boleta	B001	962	2023-05-07 15:18:25	Cliente 52	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	177.27	17.73	195.00
53	Boleta	B001	963	2023-05-07 15:18:41	Cliente 53	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	136.36	13.64	150.00
54	Boleta	B001	964	2023-05-07 15:22:47	Cliente 54	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	83.18	8.32	91.50
55	Boleta	B001	965	2023-05-07 16:04:04	Cliente 55	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	102.73	10.27	113.00
56	Boleta	B001	966	2023-05-07 16:15:37	Cliente 56	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	78.18	7.82	86.00
57	Boleta	B001	967	2023-05-07 16:58:29	Cliente 57	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	27.27	2.73	30.00
58	Boleta	B001	968	2023-05-07 17:04:17	Cliente 58	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	110.91	11.09	122.00
59	Boleta	B001	969	2023-05-08 13:57:51	Cliente 59	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	51.82	5.18	57.00
60	Boleta	B001	970	2023-05-08 14:03:24	Cliente 60	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	87.00	8.70	95.70
61	Boleta	B001	971	2023-05-08 14:18:49	Cliente 61	88888888	Soles	Aprobado	MESA 6 - SALON B	54.55	5.45	60.00
62	Boleta	B001	972	2023-05-08 14:21:30	Cliente 62	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	78.82	7.88	86.70
63	Boleta	B001	973	2023-05-09 12:46:13	Cliente 63	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	8.18	0.82	9.00
64	Boleta	B001	977	2023-05-09 14:37:00	Cliente 64	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	99.09	9.91	109.00
65	Boleta	B001	974	2023-05-09 15:54:01	Cliente 65	88888888	Soles	Aprobado	MESA 6 - SALON B	40.00	4.00	44.00
66	Boleta	B001	975	2023-05-09 16:05:25	Cliente 66	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	37.45	3.75	41.20
67	Boleta	B001	976	2023-05-09 16:12:07	Cliente 67	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	212.73	21.27	234.00
68	Boleta	B001	978	2023-05-10 12:22:18	Cliente 68	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	79.09	7.91	87.00
69	Boleta	B001	979	2023-05-10 13:12:41	Cliente 69	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	103.64	10.36	114.00
70	Boleta	B001	980	2023-05-10 13:53:51	Cliente 70	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	110.00	11.00	121.00
71	Boleta	B001	981	2023-05-10 14:12:42	Cliente 71	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	112.27	11.23	123.50
72	Boleta	B001	982	2023-05-10 14:48:35	Cliente 72	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	101.82	10.18	112.00
73	Boleta	B001	983	2023-05-11 14:03:09	Cliente 73	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	31.82	3.18	35.00
74	Boleta	B001	984	2023-05-11 14:10:48	Cliente 74	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	112.73	11.27	124.00
75	Boleta	B001	985	2023-05-11 14:25:13	Cliente 75	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	141.82	14.18	156.00
76	Boleta	B001	986	2023-05-11 15:59:05	Cliente 76	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	61.82	6.18	68.00
77	Boleta	B001	987	2023-05-12 13:22:42	Cliente 77	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	90.00	9.00	99.00
78	Boleta	B001	990	2023-05-12 14:13:04	Cliente 78	88888888	Soles	Aprobado	SILLA 1 - TERRAZA	40.00	4.00	44.00
79	Boleta	B001	989	2023-05-12 14:14:05	Cliente 79	88888888	Soles	Aprobado	SILLA 3 - TERRAZA	27.27	2.73	30.00
80	Boleta	B001	988	2023-05-12 14:21:13	Cliente 80	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	150.91	15.09	166.00
81	Boleta	B001	991	2023-05-13 12:46:03	Cliente 81	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	155.45	15.55	171.00
82	Boleta	B001	992	2023-05-13 13:01:46	Cliente 82	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	74.55	7.45	82.00
83	Boleta	B001	993	2023-05-13 13:11:58	Cliente 83	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	100.91	10.09	111.00
84	Boleta	B001	994	2023-05-13 13:29:14	Cliente 84	88888888	Soles	Aprobado	SILLA 1 - TERRAZA	130.00	13.00	143.00
85	Boleta	B001	995	2023-05-13 13:35:22	Cliente 85	88888888	Soles	Aprobado	SILLA 2 - TERRAZA	122.73	12.27	135.00
86	Boleta	B001	996	2023-05-13 14:30:50	Cliente 86	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	75.45	7.55	83.00
87	Boleta	B001	997	2023-05-13 14:49:02	Cliente 87	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	161.82	16.18	178.00
88	Boleta	B001	998	2023-05-13 15:26:06	Cliente 88	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	378.18	37.82	416.00
89	Boleta	B001	999	2023-05-13 17:00:44	Cliente 89	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	51.82	5.18	57.00
90	Boleta	B001	1000	2023-05-13 17:01:06	Cliente 90	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	189.09	18.91	208.00
91	Boleta	B001	1001	2023-05-14 11:59:21	Cliente 91	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	179.09	17.91	197.00
92	Boleta	B001	1002	2023-05-14 14:37:45	Cliente 92	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	167.27	16.73	184.00
93	Boleta	B001	1003	2023-05-14 14:44:40	Cliente 93	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	102.73	10.27	113.00
94	Boleta	B001	1004	2023-05-14 15:29:52	Cliente 94	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	79.09	7.91	87.00
95	Boleta	B001	1005	2023-05-14 16:07:19	Cliente 95	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	110.91	11.09	122.00
96	Boleta	B001	1006	2023-05-14 16:12:21	Cliente 96	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	109.09	10.91	120.00
97	Boleta	B001	1007	2023-05-15 12:48:56	Cliente 97	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	63.64	6.36	70.00
98	Boleta	B001	1008	2023-05-15 14:52:50	Cliente 98	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	89.09	8.91	98.00
99	Boleta	B001	1009	2023-05-15 14:59:35	Cliente 99	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	151.82	15.18	167.00
100	Boleta	B001	1010	2023-05-15 15:32:41	Cliente 100	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	43.64	4.36	48.00
101	Boleta	B001	1011	2023-05-16 13:01:50	Cliente 101	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	53.64	5.36	59.00
102	Boleta	B001	1016	2023-05-16 13:24:33	Cliente 102	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	69.09	6.91	76.00
103	Boleta	B001	1012	2023-05-16 13:33:12	Cliente 103	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	160.00	16.00	176.00
104	Boleta	B001	1013	2023-05-16 14:57:14	Cliente 104	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	190.91	19.09	210.00
105	Boleta	B001	1014	2023-05-16 15:25:27	Cliente 105	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	27.27	2.73	30.00
106	Boleta	B001	1015	2023-05-16 15:26:16	Cliente 106	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	37.27	3.73	41.00
107	Boleta	B001	1017	2023-05-16 15:33:35	Cliente 107	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	7.27	0.73	8.00
108	Boleta	B001	1018	2023-05-16 16:06:40	Cliente 108	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	95.45	9.55	105.00

N° Cliente	Tipo Comprobante	Serie	Correlativo	Fecha emisión	Cliente	Documento	Moneda	Estado	Mesa	Total Gravado	Total IGV	Total
109	Boleta	B001	1019	2023-05-17 13:21:52	Cliente 109	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	101.82	10.18	112.00
110	Boleta	B001	1020	2023-05-17 14:11:48	Cliente 110	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	175.45	17.55	193.00
111	Boleta	B001	1021	2023-05-17 14:32:29	Cliente 111	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	67.27	6.73	74.00
112	Boleta	B001	1022	2023-05-17 14:51:12	Cliente 112	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	87.27	8.73	96.00
113	Boleta	B001	1023	2023-05-17 15:47:31	Cliente 113	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	127.27	12.73	140.00
114	Boleta	B001	1024	2023-05-18 13:09:01	Cliente 114	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	64.09	6.41	70.50
115	Boleta	B001	1025	2023-05-18 13:58:42	Cliente 115	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	70.00	7.00	77.00
116	Boleta	B001	1026	2023-05-19 12:56:56	Cliente 116	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	31.82	3.18	35.00
117	Boleta	B001	1027	2023-05-19 13:51:35	Cliente 117	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	65.91	6.59	72.50
118	Boleta	B001	1028	2023-05-19 14:07:53	Cliente 118	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	74.55	7.45	82.00
119	Boleta	B001	1030	2023-05-19 14:10:44	Cliente 119	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	86.36	8.64	95.00
120	Boleta	B001	1029	2023-05-19 14:30:15	Cliente 120	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	184.55	18.45	203.00
121	Boleta	B001	1031	2023-05-19 15:00:11	Cliente 121	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	72.73	7.27	80.00
122	Boleta	B001	1032	2023-05-19 15:40:04	Cliente 122	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	115.91	11.59	127.50
123	Boleta	B001	1033	2023-05-20 12:53:05	Cliente 123	88888888	Soles	Anulado	MESA 3 - SALON A	0.00	0.00	0.00
124	Boleta	B001	1037	2023-05-20 13:04:33	Cliente 124	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	75.45	7.55	83.00
125	Boleta	B001	1034	2023-05-20 14:31:17	Cliente 125	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	105.91	10.59	116.50
126	Boleta	B001	1045	2023-05-20 14:33:19	Cliente 126	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	107.27	10.73	118.00
127	Boleta	B001	1035	2023-05-20 15:01:56	Cliente 127	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	68.64	6.86	75.50
128	Boleta	B001	1036	2023-05-20 15:55:07	Cliente 128	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	82.73	8.27	91.00
129	Boleta	B001	1044	2023-05-20 17:37:08	Cliente 129	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	108.18	10.82	119.00
130	Boleta	B001	1038	2023-05-20 17:52:15	Cliente 130	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	88.18	8.82	97.00
131	Boleta	B001	1039	2023-05-20 17:54:20	Cliente 131	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	10.00	1.00	11.00
132	Boleta	B001	1040	2023-05-20 17:58:03	Cliente 132	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	70.00	7.00	77.00
133	Boleta	B001	1041	2023-05-20 18:00:30	Cliente 133	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	56.36	5.64	62.00
134	Boleta	B001	1043	2023-05-20 18:01:03	Cliente 134	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	71.82	7.18	79.00
135	Boleta	B001	1042	2023-05-20 18:01:28	Cliente 135	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	100.00	10.00	110.00
136	Boleta	B001	1046	2023-05-21 13:17:57	Cliente 136	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	55.45	5.55	61.00
137	Boleta	B001	1047	2023-05-21 14:39:13	Cliente 137	88888888	Soles	Aprobado	MESA 8 - SALON B	37.27	3.73	41.00
138	Boleta	B001	1048	2023-05-21 15:19:49	Cliente 138	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	60.00	6.00	66.00
139	Boleta	B001	1049	2023-05-21 15:26:08	Cliente 139	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	133.64	13.36	147.00
140	Boleta	B001	1050	2023-05-21 16:14:44	Cliente 140	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	60.00	6.00	66.00
141	Boleta	B001	1051	2023-05-21 16:18:47	Cliente 141	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	66.36	6.64	73.00
142	Boleta	B001	1052	2023-05-22 14:23:19	Cliente 142	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	86.36	8.64	95.00
143	Boleta	B001	1053	2023-05-22 15:05:09	Cliente 143	88888888	Soles	Aprobado	MESA 7 - SALON B	63.18	6.32	69.50
144	Boleta	B001	1054	2023-05-23 13:01:26	Cliente 144	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	32.73	3.27	36.00
145	Boleta	B001	1055	2023-05-23 13:52:33	Cliente 145	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	200.91	20.09	221.00
146	Boleta	B001	1056	2023-05-23 14:04:08	Cliente 146	88888888	Soles	Aprobado	MESA 6 - SALON B	41.82	4.18	46.00
147	Boleta	B001	1057	2023-05-23 14:13:21	Cliente 147	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	60.00	6.00	66.00
148	Boleta	B001	1058	2023-05-23 15:49:14	Cliente 148	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	223.00	22.30	245.30
149	Boleta	B001	1059	2023-05-24 14:18:18	Cliente 149	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	81.82	8.18	90.00
150	Boleta	B001	1060	2023-05-24 15:00:52	Cliente 150	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	107.27	10.73	118.00
151	Boleta	B001	1061	2023-05-24 15:49:45	Cliente 151	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	190.91	19.09	210.00
152	Boleta	B001	1062	2023-05-25 12:27:34	Cliente 152	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	65.45	6.55	72.00
153	Boleta	B001	1063	2023-05-25 14:17:23	Cliente 153	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	29.82	2.98	32.80
154	Boleta	B001	1064	2023-05-25 16:11:25	Cliente 154	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	137.27	13.73	151.00
155	Boleta	B001	1065	2023-05-25 16:19:00	Cliente 155	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	204.55	20.45	225.00
156	Boleta	B001	1066	2023-05-26 14:13:56	Cliente 156	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	53.18	5.32	58.50
157	Boleta	B001	1067	2023-05-26 14:54:22	Cliente 157	88888888	Soles	Aprobado	MESA 6 - SALON B	61.82	6.18	68.00
158	Boleta	B001	1068	2023-05-26 15:47:34	Cliente 158	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	103.64	10.36	114.00
159	Boleta	B001	1069	2023-05-26 15:59:40	Cliente 159	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	67.27	6.73	74.00
160	Boleta	B001	1070	2023-05-27 11:50:02	Cliente 160	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	80.91	8.09	89.00
161	Boleta	B001	1071	2023-05-27 13:31:21	Cliente 161	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	66.36	6.64	73.00
162	Boleta	B001	1072	2023-05-27 13:59:03	Cliente 162	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	67.27	6.73	74.00
163	Boleta	B001	1073	2023-05-27 14:44:19	Cliente 163	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	70.91	7.09	78.00
164	Boleta	B001	1074	2023-05-27 14:57:03	Cliente 164	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	28.18	2.82	31.00
165	Boleta	B001	1075	2023-05-27 15:10:14	Cliente 165	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	78.64	7.86	86.50
166	Boleta	B001	1076	2023-05-27 15:30:59	Cliente 166	88888888	Soles	Aprobado	MESA 6 - SALON B	72.73	7.27	80.00

N° Cliente	Tipo Comprobante	Serie	Correlativo	Fecha emisión	Cliente	Documento	Moneda	Estado	Mesa	Total Gravado	Total IGV	Total
167	Boleta	B001	1077	2023-05-27 15:34:02	Cliente 167	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	56.36	5.64	62.00
168	Boleta	B001	1078	2023-05-27 15:48:27	Cliente 168	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	81.82	8.18	90.00
169	Boleta	B001	1079	2023-05-27 16:02:07	Cliente 169	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	221.82	22.18	244.00
170	Boleta	B001	1080	2023-05-27 16:20:34	Cliente 170	88888888	Soles	Aprobado	MESA 11 - TERRAZA	61.36	6.14	67.50
171	Boleta	B001	1081	2023-05-28 12:58:59	Cliente 171	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	68.64	6.86	75.50
172	Boleta	B001	1082	2023-05-28 13:04:02	Cliente 172	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	38.18	3.82	42.00
173	Boleta	B001	1083	2023-05-28 13:19:26	Cliente 173	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	37.27	3.73	41.00
174	Boleta	B001	1092	2023-05-28 13:23:31	Cliente 174	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	205.45	20.55	226.00
175	Boleta	B001	1084	2023-05-28 14:11:11	Cliente 175	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	98.18	9.82	108.00
176	Boleta	B001	1085	2023-05-28 14:28:24	Cliente 176	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	65.45	6.55	72.00
177	Boleta	B001	1086	2023-05-28 14:31:18	Cliente 177	88888888	Soles	Aprobado	MESA 6 - SALON B	55.45	5.55	61.00
178	Boleta	B001	1087	2023-05-28 14:40:42	Cliente 178	88888888	Soles	Aprobado	MESA 7 - SALON B	28.18	2.82	31.00
179	Boleta	B001	1088	2023-05-28 14:50:39	Cliente 179	88888888	Soles	Anulado	MESA 4 - SALON A	0.00	0.00	0.00
180	Boleta	B001	1089	2023-05-28 14:53:44	Cliente 180	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	66.36	6.64	73.00
181	Boleta	B001	1091	2023-05-28 15:07:08	Cliente 181	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	140.00	14.00	154.00
182	Boleta	B001	1090	2023-05-28 15:17:39	Cliente 182	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	77.73	7.77	85.50
183	Boleta	B001	1093	2023-05-28 16:27:20	Cliente 183	88888888	Soles	Anulado	MESA 1 - SALON A	0.00	0.00	0.00
184	Boleta	B001	1094	2023-05-28 16:32:58	Cliente 184	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	80.00	8.00	88.00
185	Boleta	B001	1095	2023-05-29 12:58:58	Cliente 185	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	69.09	6.91	76.00
186	Boleta	B001	1096	2023-05-29 15:09:29	Cliente 186	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	60.45	6.05	66.50
187	Boleta	B001	1097	2023-05-29 15:59:17	Cliente 187	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	84.55	8.45	93.00
188	Boleta	B001	1099	2023-05-29 16:10:30	Cliente 188	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	98.18	9.82	108.00
189	Boleta	B001	1098	2023-05-29 16:10:56	Cliente 189	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	69.09	6.91	76.00
190	Boleta	B001	1100	2023-05-30 11:26:35	Cliente 190	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	26.36	2.64	29.00
191	Boleta	B001	1102	2023-05-30 16:23:55	Cliente 191	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	153.64	15.36	169.00
192	Boleta	B001	1101	2023-05-30 16:25:20	Cliente 192	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	34.55	3.45	38.00
193	Boleta	B001	1103	2023-05-31 11:38:50	Cliente 193	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	90.00	9.00	99.00
194	Boleta	B001	1104	2023-05-31 12:16:31	Cliente 194	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	58.18	5.82	64.00
195	Boleta	B001	1105	2023-05-31 13:27:07	Cliente 195	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	33.64	3.36	37.00
196	Boleta	B001	1106	2023-05-31 14:49:53	Cliente 196	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	91.36	9.14	100.50
197	Boleta	B001	1107	2023-05-31 15:09:13	Cliente 197	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	57.27	5.73	63.00
198	Boleta	B001	1108	2023-05-31 20:33:44	Cliente 198	88888888	Soles	Anulado	MESA 1 - SALON A	0.00	0.00	0.00
199	Factura	F001	48	2023-05-02 14:17:47	Cliente 199	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	40.91	4.09	45.00
200	Factura	F001	49	2023-05-03 14:14:01	Cliente 200	88888888	Soles	Aprobado	MESA 6 - SALON B	43.64	4.36	48.00
201	Factura	F001	50	2023-05-04 13:48:39	Cliente 201	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	31.82	3.18	35.00
202	Factura	F001	51	2023-05-06 15:06:17	Cliente 202	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	87.27	8.73	96.00
203	Factura	F001	52	2023-05-06 15:29:49	Cliente 203	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	54.55	5.45	60.00
204	Factura	F001	53	2023-05-08 14:23:10	Cliente 204	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	48.82	4.88	53.70
205	Factura	F001	54	2023-05-09 13:45:54	Cliente 205	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	43.64	4.36	48.00
206	Factura	F001	55	2023-05-09 16:05:47	Cliente 206	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	235.45	23.55	259.00
207	Factura	F001	56	2023-05-11 14:22:27	Cliente 207	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	101.82	10.18	112.00
208	Factura	F001	57	2023-05-12 14:22:44	Cliente 208	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	31.82	3.18	35.00
209	Factura	F001	58	2023-05-13 14:15:53	Cliente 209	88888888	Soles	Aprobado	SILLA 3 - TERRAZA	70.00	7.00	77.00
210	Factura	F001	59	2023-05-13 15:31:38	Cliente 210	88888888	Soles	Anulado	SILLA 3 - TERRAZA	0.00	0.00	0.00
211	Factura	F001	60	2023-05-13 15:34:40	Cliente 211	88888888	Soles	Aprobado	SILLA 3 - TERRAZA	124.55	12.45	137.00
212	Factura	F001	61	2023-05-18 15:15:07	Cliente 212	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	39.09	3.91	43.00
213	Factura	F001	62	2023-05-26 14:11:45	Cliente 213	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	49.09	4.91	54.00
214	Factura	F001	63	2023-05-31 16:14:20	Cliente 214	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	117.27	11.73	129.00
215	Nota de Pedido	NP001	726	2023-05-01 11:59:50	Cliente 215	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	59.09	5.91	65.00
216	Nota de Pedido	NP001	727	2023-05-01 13:02:05	Cliente 216	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	66.36	6.64	73.00
217	Nota de Pedido	NP001	729	2023-05-01 13:42:14	Cliente 217	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	31.82	3.18	35.00
218	Nota de Pedido	NP001	730	2023-05-01 14:08:27	Cliente 218	88888888	Soles	Aprobado	MESA 6 - SALON B	155.45	15.55	171.00
219	Nota de Pedido	NP001	731	2023-05-01 15:09:13	Cliente 219	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	54.55	5.45	60.00
220	Nota de Pedido	NP001	733	2023-05-01 15:55:22	Cliente 220	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	16.00	1.60	17.60
221	Nota de Pedido	NP001	734	2023-05-02 11:59:33	Cliente 221	88888888	Soles	Aprobado	MESA 6 - SALON B	73.64	7.36	81.00
222	Nota de Pedido	NP001	735	2023-05-02 13:10:26	Cliente 222	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	47.27	4.73	52.00
223	Nota de Pedido	NP001	736	2023-05-03 16:32:58	Cliente 223	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	7.27	0.73	8.00
224	Nota de Pedido	NP001	737	2023-05-04 13:23:13	Cliente 224	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	66.36	6.64	73.00

N° Cliente	Tipo Comprobante	Serie	Correlativo	Fecha emisión	Cliente	Documento	Moneda	Estado	Mesa	Total Gravado	Total IGV	Total
225	Nota de Pedido	NP001	739	2023-05-04 13:32:06	Cliente 225	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	34.55	3.45	38.00
226	Nota de Pedido	NP001	740	2023-05-04 14:18:46	Cliente 226	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	47.27	4.73	52.00
227	Nota de Pedido	NP001	741	2023-05-05 12:44:13	Cliente 227	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	32.73	3.27	36.00
228	Nota de Pedido	NP001	742	2023-05-05 13:51:21	Cliente 228	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	28.18	2.82	31.00
229	Nota de Pedido	NP001	743	2023-05-06 12:18:10	Cliente 229	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	100.00	10.00	110.00
230	Nota de Pedido	NP001	745	2023-05-06 16:45:07	Cliente 230	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	27.27	2.73	30.00
231	Nota de Pedido	NP001	746	2023-05-06 17:05:51	Cliente 231	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	27.27	2.73	30.00
232	Nota de Pedido	NP001	747	2023-05-07 12:41:04	Cliente 232	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	98.18	9.82	108.00
233	Nota de Pedido	NP001	748	2023-05-07 16:11:37	Cliente 233	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	40.91	4.09	45.00
234	Nota de Pedido	NP001	750	2023-05-07 16:59:59	Cliente 234	88888888	Soles	Aprobado	MESA 6 - SALON B	99.09	9.91	109.00
235	Nota de Pedido	NP001	751	2023-05-07 17:24:43	Cliente 235	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	9.09	0.91	10.00
236	Nota de Pedido	NP001	754	2023-05-08 14:05:03	Cliente 236	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	87.27	8.73	96.00
237	Nota de Pedido	NP001	755	2023-05-09 13:15:28	Cliente 237	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	30.00	3.00	33.00
238	Nota de Pedido	NP001	757	2023-05-09 16:04:05	Cliente 238	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	53.82	5.38	59.20
239	Nota de Pedido	NP001	758	2023-05-09 16:04:45	Cliente 239	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	33.82	3.38	37.20
240	Nota de Pedido	NP001	759	2023-05-09 16:13:24	Cliente 240	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	168.18	16.82	185.00
241	Nota de Pedido	NP001	760	2023-05-10 12:11:26	Cliente 241	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	96.36	9.64	106.00
242	Nota de Pedido	NP001	761	2023-05-11 12:36:12	Cliente 242	88888888	Soles	Anulado	MESA 1 - SALON A	0.00	0.00	0.00
243	Nota de Pedido	NP001	762	2023-05-11 13:47:18	Cliente 243	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	79.09	7.91	87.00
244	Nota de Pedido	NP001	765	2023-05-12 14:15:39	Cliente 244	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	64.00	6.40	70.40
245	Nota de Pedido	NP001	766	2023-05-12 14:24:34	Cliente 245	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	9.09	0.91	10.00
246	Nota de Pedido	NP001	767	2023-05-12 14:28:37	Cliente 246	88888888	Soles	Aprobado	SILLA 2 - TERRAZA	35.45	3.55	39.00
247	Nota de Pedido	NP001	768	2023-05-12 14:48:24	Cliente 247	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	38.18	3.82	42.00
248	Nota de Pedido	NP001	769	2023-05-12 15:23:28	Cliente 248	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	4.55	0.45	5.00
249	Nota de Pedido	NP001	770	2023-05-12 15:23:39	Cliente 249	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	70.91	7.09	78.00
250	Nota de Pedido	NP001	771	2023-05-13 14:09:37	Cliente 250	88888888	Soles	Anulado	SILLA 3 - TERRAZA	0.00	0.00	0.00
251	Nota de Pedido	NP001	772	2023-05-13 14:39:54	Cliente 251	88888888	Soles	Aprobado	SILLA 2 - TERRAZA	113.64	11.36	125.00
252	Nota de Pedido	NP001	773	2023-05-13 15:48:43	Cliente 252	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	125.45	12.55	138.00
253	Nota de Pedido	NP001	774	2023-05-14 12:45:24	Cliente 253	88888888	Soles	Anulado	PEDIDO 3 - DELIVERY	0.00	0.00	0.00
254	Nota de Pedido	NP001	775	2023-05-14 13:01:12	Cliente 254	88888888	Soles	Anulado	PEDIDO 1 - DELIVERY	0.00	0.00	0.00
255	Nota de Pedido	NP001	776	2023-05-14 15:08:06	Cliente 255	88888888	Soles	Aprobado	MESA 6 - SALON B	40.91	4.09	45.00
256	Nota de Pedido	NP001	777	2023-05-14 16:13:28	Cliente 256	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	173.64	17.36	191.00
257	Nota de Pedido	NP001	778	2023-05-14 16:35:22	Cliente 257	88888888	Soles	Anulado	MESA 1 - SALON A	0.00	0.00	0.00
258	Nota de Pedido	NP001	779	2023-05-14 16:40:07	Cliente 258	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	161.18	16.12	177.30
259	Nota de Pedido	NP001	780	2023-05-16 13:22:21	Cliente 259	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	99.09	9.91	109.00
260	Nota de Pedido	NP001	783	2023-05-16 14:18:58	Cliente 260	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	21.82	2.18	24.00
261	Nota de Pedido	NP001	784	2023-05-16 15:28:03	Cliente 261	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	90.91	9.09	100.00
262	Nota de Pedido	NP001	785	2023-05-16 15:56:41	Cliente 262	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	103.64	10.36	114.00
263	Nota de Pedido	NP001	786	2023-05-16 16:09:15	Cliente 263	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	30.00	3.00	33.00
264	Nota de Pedido	NP001	787	2023-05-17 13:16:13	Cliente 264	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	43.64	4.36	48.00
265	Nota de Pedido	NP001	788	2023-05-18 15:35:44	Cliente 265	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	80.00	8.00	88.00
266	Nota de Pedido	NP001	789	2023-05-19 13:05:40	Cliente 266	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	48.18	4.82	53.00
267	Nota de Pedido	NP001	791	2023-05-19 14:16:22	Cliente 267	88888888	Soles	Anulado	MESA 1 - SALON A	0.00	0.00	0.00
268	Nota de Pedido	NP001	793	2023-05-19 15:00:45	Cliente 268	88888888	Soles	Aprobado	MESA 6 - SALON B	34.55	3.45	38.00
269	Nota de Pedido	NP001	795	2023-05-20 13:23:17	Cliente 269	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	138.18	13.82	152.00
270	Nota de Pedido	NP001	798	2023-05-20 17:47:34	Cliente 270	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	9.09	0.91	10.00
271	Nota de Pedido	NP001	799	2023-05-20 17:52:43	Cliente 271	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	20.00	2.00	22.00
272	Nota de Pedido	NP001	800	2023-05-20 17:53:52	Cliente 272	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	32.73	3.27	36.00
273	Nota de Pedido	NP001	801	2023-05-20 17:54:48	Cliente 273	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	40.00	4.00	44.00
274	Nota de Pedido	NP001	802	2023-05-20 17:55:56	Cliente 274	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	74.55	7.45	82.00
275	Nota de Pedido	NP001	803	2023-05-20 17:57:21	Cliente 275	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	55.45	5.55	61.00
276	Nota de Pedido	NP001	804	2023-05-20 17:59:29	Cliente 276	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	118.18	11.82	130.00
277	Nota de Pedido	NP001	806	2023-05-20 18:05:39	Cliente 277	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	18.18	1.82	20.00
278	Nota de Pedido	NP001	807	2023-05-21 13:18:40	Cliente 278	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	37.27	3.73	41.00
279	Nota de Pedido	NP001	808	2023-05-21 13:50:27	Cliente 279	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	37.27	3.73	41.00
280	Nota de Pedido	NP001	809	2023-05-21 14:29:04	Cliente 280	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3 - SALON A	136.36	13.64	150.00
281	Nota de Pedido	NP001	811	2023-05-21 15:35:39	Cliente 281	88888888	Soles	Aprobado	MESA 10 - SALON B	37.27	3.73	41.00
282	Nota de Pedido	NP001	812	2023-05-21 15:54:53	Cliente 282	88888888	Soles	Anulado	MESA 3 - SALON A	0.00	0.00	0.00

N° Cliente	Tipo Comprobante	Serie	Correlativo	Fecha emisión	Cliente	Documento	Moneda	Estado	Mesa	Total Gravado	Total IGV	Total
283	Nota de Pedido	NP001	813	2023-05-21 16:34:51	Cliente 283	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	63.82	6.38	70.20
284	Nota de Pedido	NP001	814	2023-05-22 13:23:33	Cliente 284	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3. - SALON A	21.82	2.18	24.00
285	Nota de Pedido	NP001	815	2023-05-22 15:42:51	Cliente 285	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3. - SALON A	93.64	9.36	103.00
286	Nota de Pedido	NP001	816	2023-05-22 15:45:23	Cliente 286	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3. - SALON A	10.00	1.00	11.00
287	Nota de Pedido	NP001	817	2023-05-22 16:00:41	Cliente 287	88888888	Soles	Anulado	MESA 1 - SALON A	0.00	0.00	0.00
288	Nota de Pedido	NP001	818	2023-05-22 16:08:46	Cliente 288	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	20.91	2.09	23.00
289	Nota de Pedido	NP001	819	2023-05-23 12:03:54	Cliente 289	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3. - SALON A	64.55	6.45	71.00
290	Nota de Pedido	NP001	820	2023-05-24 12:35:02	Cliente 290	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3. - SALON A	39.09	3.91	43.00
291	Nota de Pedido	NP001	821	2023-05-24 13:44:17	Cliente 291	88888888	Soles	Anulado	MESA 6 - SALON B	0.00	0.00	0.00
292	Nota de Pedido	NP001	822	2023-05-24 13:59:54	Cliente 292	88888888	Soles	Anulado	MESA 2 - SALON A	0.00	0.00	0.00
293	Nota de Pedido	NP001	823	2023-05-24 14:33:15	Cliente 293	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	137.27	13.73	151.00
294	Nota de Pedido	NP001	824	2023-05-24 14:47:05	Cliente 294	88888888	Soles	Anulado	MESA 2 - SALON A	0.00	0.00	0.00
295	Nota de Pedido	NP001	825	2023-05-24 15:30:33	Cliente 295	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3. - SALON A	109.09	10.91	120.00
296	Nota de Pedido	NP001	826	2023-05-25 15:26:30	Cliente 296	88888888	Soles	Aprobado	MESA 4 - SALON A	18.18	1.82	20.00
297	Nota de Pedido	NP001	827	2023-05-26 12:17:28	Cliente 297	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	94.55	9.45	104.00
298	Nota de Pedido	NP001	828	2023-05-26 12:44:41	Cliente 298	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	209.45	20.95	230.40
299	Nota de Pedido	NP001	829	2023-05-26 12:56:01	Cliente 299	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	72.73	7.27	80.00
300	Nota de Pedido	NP001	830	2023-05-27 14:27:59	Cliente 300	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	158.18	15.82	174.00
301	Nota de Pedido	NP001	831	2023-05-27 16:15:37	Cliente 301	88888888	Soles	Aprobado	MESA 9 - SALON B	170.00	17.00	187.00
302	Nota de Pedido	NP001	832	2023-05-27 16:40:52	Cliente 302	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	111.82	11.18	123.00
303	Nota de Pedido	NP001	833	2023-05-28 12:39:55	Cliente 303	88888888	Soles	Aprobado	MESA 11 - TERRAZA	63.64	6.36	70.00
304	Nota de Pedido	NP001	835	2023-05-28 13:15:08	Cliente 304	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	114.55	11.45	126.00
305	Nota de Pedido	NP001	838	2023-05-28 13:49:58	Cliente 305	88888888	Soles	Aprobado	MESA 10 - SALON B	307.64	30.76	338.40
306	Nota de Pedido	NP001	839	2023-05-28 15:05:27	Cliente 306	88888888	Soles	Anulado	MESA 5 - SALON A	0.00	0.00	0.00
307	Nota de Pedido	NP001	841	2023-05-28 15:09:43	Cliente 307	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	20.00	2.00	22.00
308	Nota de Pedido	NP001	842	2023-05-28 15:47:49	Cliente 308	88888888	Soles	Aprobado	PEDIDO 1 - DELIVERY	55.45	5.55	61.00
309	Nota de Pedido	NP001	843	2023-05-28 16:22:34	Cliente 309	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	0.91	0.09	1.00
310	Nota de Pedido	NP001	844	2023-05-29 13:11:28	Cliente 310	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	36.36	3.64	40.00
311	Nota de Pedido	NP001	845	2023-05-29 13:34:03	Cliente 311	88888888	Soles	Aprobado	MESA 1 - SALON A	106.36	10.64	117.00
312	Nota de Pedido	NP001	846	2023-05-29 14:42:35	Cliente 312	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3. - SALON A	88.18	8.82	97.00
313	Nota de Pedido	NP001	847	2023-05-29 15:06:57	Cliente 313	88888888	Soles	Aprobado	MESA 2 - SALON A	62.73	6.27	69.00
314	Nota de Pedido	NP001	848	2023-05-30 14:39:14	Cliente 314	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	85.45	8.55	94.00
315	Nota de Pedido	NP001	849	2023-05-31 11:36:39	Cliente 315	88888888	Soles	Anulado	MESA 2 - SALON A	0.00	0.00	0.00
316	Nota de Pedido	NP001	850	2023-05-31 12:41:22	Cliente 316	88888888	Soles	Aprobado	MESA 3. - SALON A	39.09	3.91	43.00
317	Nota de Pedido	NP001	851	2023-05-31 13:14:16	Cliente 317	88888888	Soles	Aprobado	MESA 5 - SALON A	16.36	1.64	18.00

## ANEXO 2

### Matriz de consistencia

Título de la Investigación	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Población
Aplicación de la metodología despliegue de la calidad (QFD) para mejorar el nivel de satisfacción del cliente del restaurante Cevichito Pliz en la región de Arequipa	<p><b>Problema principal:</b> ¿En qué medida la aplicación de la metodología despliegue de la función calidad (QFD), mejorará el nivel de satisfacción del cliente del restaurante Cevichito Pliz en la sede de Arequipa?</p> <p><b>Problemas secundarios:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la situación actual de los procedimientos realizados en el restaurante Cevichito Pliz?</li> <li>¿Cuál es el nivel actual de satisfacción al cliente en el restaurante?</li> <li>¿Cuál es el grado de importancia de las características de calidad en el servicio del restaurante según el cliente?</li> <li>¿De qué manera el diseño de mejora empleando la metodología QFD es viable económicamente para la empresa?</li> </ol>	<p><b>Objetivo General:</b> Mejorar el nivel de satisfacción del cliente aplicando la metodología QFD en el restaurante Cevichito Pliz en la sede de Arequipa.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Analizar la situación actual de los procedimientos realizados en el restaurante y determinar el nivel actual de la satisfacción al cliente de Cevichito Pliz.</li> <li>Determinar el grado de importancia de las características de calidad en el servicio del restaurante según el cliente y elaborar un diseño de mejora del nivel de satisfacción en el restaurante aplicando la metodología despliegue de la función de calidad.</li> <li>Describir la implementación del diseño de mejora y el nivel de satisfacción al cliente en el restaurante Cevichito Pliz, posterior a las propuestas.</li> <li>Analizar la viabilidad económica del diseño de mejora propuesto por la metodología QFD para el restaurante.</li> </ol>	<p><b>Hipótesis General:</b> El restaurante Cevichito Pliz incrementará la satisfacción de los clientes ejecutando las mejoras implementadas por la metodología despliegue de la función de la calidad (QFD).</p>	<p><b>Variable Independiente:</b> <u>Variable</u> Metodología Despliegue de la Calidad (QFD)</p> <p><u>Indicadores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nivel de promociones</li> <li>- Cantidad de platos nuevos</li> <li>- Nivel de cantidad en cada plato</li> <li>- Presentación del empaquetado</li> <li>- Nivel de atención al cliente</li> </ul> <p><u>Nivel de medición</u> -Atributos KANO</p> <p><b>Variable Dependiente:</b> <u>Variable</u> Satisfacción del cliente</p> <p><u>Indicadores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Clientes satisfechos</li> </ul> <p><u>Nivel de medición</u> -Porcentaje</p>	<p><b>Método de la Investigación</b> Para esta tesis en cuestión, trata de una investigación descriptiva ya que este tipo de investigación ayuda a una mejor aplicación de la metodología QFD, la finalidad es describir la situación actual del restaurante, un determinado evento o fenómeno, como el problema que se manifiesta siendo las continuas quejas y disminución de satisfacción de clientes, se recopilan datos de ese determinado momento y posteriormente se sistematiza, describe y analiza los datos recopilados.</p> <p><b>Diseño de investigación</b> La presente tesis tiene un enfoque de un diseño de investigación pre-experimental, por lo que son esquemas donde se analiza y observará a un grupo de usuarios posterior a la aplicación de la metodología, con la finalidad de comprobar si la metodología puede causar cambios en el problema principal.</p> <p><b>Técnicas de recolección de datos</b> -Encuestas dirigidas a los consumidores. -La técnica de observación, donde se obtiene la información e identificación de los procesos.</p>	<p><b>Población</b> La población se constituye por los consumidores en Cevichito Pliz, son clientes que visitaron el restaurante.</p> <p><b>Muestra</b> La investigación trata de un muestreo probabilístico ya que se brinda a la población la misma oportunidad de ser seleccionados, es de tipo aleatorio simple por lo que se considera que se tiene una población finita porque son cantidades de consumidores estimables; por ende, para la obtención de la muestra se utilizó la fórmula de poblaciones finitas.</p> $n = \frac{N * (p * q) * Z^2}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * (p * q)}$ <p>Donde: N (Total de la población) = 317 Z (Nivel de Confianza del 95%) = 1.96 p (Probabilidad de éxito) = 50% q (Probabilidad de desacierto) = 50% E (Error muestral) = 5%</p> <p>Teniendo como muestra:</p> $n = \frac{317 * (0.5 * 0.5) * 1.96^2}{0.05^2 * (317 - 1) + 1.96^2 * (0.5 * 0.5)} = 173$

## ANEXO 3

### Encuesta diagnóstico

## Encuesta del servicio de atención al cliente - Restaurante Cevichito Pliz

A continuación se le presenta una serie de preguntas vinculadas a un proceso de mejora continua del servicio de atención brindada por la cevichería, por ello su opinión es muy importante para nosotros, le agradeceremos responder las siguientes preguntas marcando la opción que exprese mejor su punto de vista. ¡Gracias!

*\* Indica que la pregunta es obligatoria*

1. Correo \*

\_\_\_\_\_

2. ¿A qué rango de edad pertenece? \*

*Marca solo un óvalo.*

- 18 años o menos
- 19 - 25 años
- 26 - 35 años
- Más de 36 años

3. Si Cevichito Pliz presenta una mayor variedad de opciones en su carta. ¿Usted \* cómo se siente?

*Marca solo un óvalo.*

- Me gusta
- Es algo básico
- Me da igual
- No me gusta, pero lo tolero
- No me gusta y no lo tolero

4. Si Cevichito Pliz **NO** presenta una mayor variedad de opciones en su carta. ¿Usted cómo se siente? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Me gusta  
 Es algo básico  
 Me da igual  
 No me gusta, pero lo tolero  
 No me gusta y no lo tolero

5. Si al visitar el restaurante Cevichito Pliz, usted nota que los platos tienen la cantidad de comida necesaria y adecuada. ¿Usted cómo se siente? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Me gusta  
 Es algo básico  
 Me da igual  
 No me gusta, pero lo tolero  
 No me gusta y no lo tolero

6. Si al visitar el restaurante Cevichito Pliz, usted nota que los platos **NO** tienen la cantidad de comida necesaria y adecuada. ¿Usted cómo se siente? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Me gusta  
 Es algo básico  
 Me da igual  
 No me gusta, pero lo tolero  
 No me gusta y no lo tolero

7. Si Cevichito Pliz ofrece promociones/ofertas. ¿Usted cómo se siente? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Me gusta
- Es algo básico
- Me da igual
- No me gusta, pero lo tolero
- No me gusta y no lo tolero

8. Si Cevichito Pliz **NO** ofrece promociones/ofertas. ¿Usted cómo se siente? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Me gusta
- Es algo básico
- Me da igual
- No me gusta, pero lo tolero
- No me gusta y no lo tolero

9. Si usted realiza un pedido para llevar y nota que Cevichito Pliz brinda todo lo necesario en su empaque y presentación. ¿Usted cómo se siente? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Me gusta
- Es algo básico
- Me da igual
- No me gusta, pero lo tolero
- No me gusta y no lo tolero

10. Si usted realiza un pedido para llevar y nota que Cevichito Pliz **NO** brinda todo \*  
lo necesario en su empaque y presentación. ¿Usted cómo se siente?

*Marca solo un óvalo.*

- Me gusta  
 Es algo básico  
 Me da igual  
 No me gusta, pero lo tolero  
 No me gusta y no lo tolero

11. Si el personal de Cevichito Pliz le brinda un excelente trato. ¿Usted cómo se \*  
siente?

*Marca solo un óvalo.*

- Me gusta  
 Es algo básico  
 Me da igual  
 No me gusta, pero lo tolero  
 No me gusta y no lo tolero

12. Si el personal de Cevichito Pliz **NO** le brinda el trato que usted espera. ¿Usted \*  
cómo se siente?

*Marca solo un óvalo.*

- Me gusta  
 Es algo básico  
 Me da igual  
 No me gusta, pero lo tolero  
 No me gusta y no lo tolero

13. Del 1 al 5 ¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra con el servicio brindado por el restaurante Cevichito Pliz? Siendo 1= Muy insatisfecho(a), 2= Insatisfecho(a), 3= Indiferente, 4= Satisfecho(a) y 5= Muy satisfecho(a). \*

*Marca solo un óvalo.*

1 2 3 4 5

Muy      Muy satisfecho(a)



## ANEXO 4

### Validación del instrumento de investigación de encuesta de diagnóstico

#### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

##### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y Nombres del Informante:** Abraham Arturo Pacheco Oviedo
- 1.2. **Cargo e Institución donde labora:** Universidad Católica de Santa María
- 1.3. **Nombre del Instrumento motivo de evaluación:** Encuesta de diagnóstico del servicio de atención al cliente – Restaurante Cevichito P.Liz
- 1.4. **Autor del instrumento:** Paredes Zúñiga Carolina

##### II. ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN:

(marque con un aspa)

INDICADORES	CRITERIOS	CLASIFICACIÓN				
		DEFICIENTE 01-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-80%	MUY BUENA 61-70%	EXCELENTE 81-100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					X
2. Objetividad	Permite medir hechos observables.					X
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. Organización	Presentación ordenada.					X
5. Suficiencia	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.					X
6. Pertinencia	Permitirá conseguir datos de acuerdo con los objetivos planteados.					X
7. Consistencia	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos.					X
8. Análisis	Descompone adecuadamente las variables/indicadores/medidas.					X
9. Estrategia	Los datos por conseguir responden los objetivos de investigación.					X
10. Aplicación	Existencia de condiciones para aplicarse.					X

##### III. CLASIFICACIÓN GLOBAL:

(marque con un aspa)

APROBADO	DESAPROBADO	OBSERVADO
X		

Lugar y fecha: Arequipa Julio 17 de 2023



Firma del Experto Informante

DNI: 29278441

Teléfono: 958327543

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y Nombres del Informante:** Mag. Danny Pamela Tupayachy Quispe
- 1.2. **Cargo e Institución donde labora:** Docente - Universidad Católica de Santa María
- 1.3. **Nombre del instrumento motivo de evaluación:** Encuesta de diagnóstico del servicio de atención al cliente – Restaurante Cevichito P.Liz
- 1.4. **Autor del instrumento:** Paredes Zúñiga Carolina

#### II. ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN: (marque con un aspa)

INDICADORES	CRITERIOS	CLASIFICACIÓN				
		DEFICIENTE 01-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-80%	MUY BUENA 81-70%	EXCELENTE 81-100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					✓
2. Objetividad	Permite medir hechos observables.					✓
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
4. Organización	Presentación ordenada.					✓
5. Suficiencia	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.					✓
6. Pertinencia	Permitirá conseguir datos de acuerdo con los objetivos planteados.					✓
7. Consistencia	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos.					✓
8. Análisis	Descompone adecuadamente las variables/indicadores/medidas.				✓	
9. Estrategia	Los datos por conseguir responden los objetivos de investigación.				✓	
10. Aplicación	Existencia de condiciones para aplicarse.					✓

#### III. CLASIFICACIÓN GLOBAL: (marque con un aspa)

APROBADO	DESAPROBADO	OBSERVADO
✓		

Lugar y fecha: Arequipa Julio 24 de 2023

Firma del Experto Informante

DNI: 29643059

Teléfono: 995123773

ANEXO 5

Análisis de confiabilidad del instrumento – Encuesta del servicio de atención al  
cliente

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

$\alpha$  : Alfa de Cronbach  
 k : Número de ítems  
 $V_i$ : Varianza de cada ítem  
 $V_t$ : Varianza del total

<b>K=</b>	<b>11</b>
<b>Vi=</b>	<b>5.29</b>
<b>Vt=</b>	<b>15.37</b>

<b><math>\alpha</math>=</b>	<b>0.72</b>
-----------------------------	-------------



**ANEXO 6**

**Conteo de preguntas funcionales y disfuncionales a clientes encuestados**

Clientes encuestados	Preguntas funcionales (Positivas)						Preguntas disfuncionales (Negativas)					
	P3	P6	P8	P10	P12	P14	P4	P7	P9	P11	P13	P15
1	5	1	4	5	5	5	3	5	1	3	1	2
2	5	1	4	5	4	5	3	4	1	3	2	1
3	5	5	4	4	5	5	3	5	1	3	2	1
4	5	1	5	5	5	5	3	5	2	3	2	1
5	5	2	5	5	5	5	3	5	1	3	1	1
6	5	2	5	5	5	5	3	4	2	2	2	2
7	3	4	3	5	5	4	3	2	3	3	2	2
8	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	2	4
9	5	1	5	5	5	5	2	5	1	2	1	1
10	5	4	5	5	5	5	2	4	1	4	1	1
11	5	1	5	4	4	5	2	5	1	2	3	1
12	5	2	5	5	4	5	2	5	1	2	1	1
13	5	2	5	5	5	5	3	3	1	3	2	1
14	4	2	5	5	5	5	3	5	2	3	2	2
15	5	2	4	5	4	5	2	4	1	2	1	1
16	5	2	4	5	5	5	3	5	1	2	1	4
17	5	5	5	5	5	5	2	5	2	4	2	1
18	5	2	5	5	5	5	2	5	2	2	2	2
19	5	3	5	5	5	5	3	3	2	3	1	1
20	5	2	5	5	5	5	3	5	4	2	4	1
21	5	1	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4
22	5	2	5	5	5	5	1	5	1	4	3	1
23	5	1	5	5	5	5	2	5	2	2	2	1
24	4	2	5	4	5	5	2	5	1	2	2	1
25	5	1	5	4	4	5	1	5	1	2	3	1
26	5	1	5	4	5	5	2	5	1	2	2	1
27	5	1	5	5	5	5	2	5	1	2	2	1
28	5	1	5	4	5	5	2	5	1	3	2	1
29	5	1	5	4	4	5	2	5	1	2	2	1
30	5	1	5	4	4	5	2	5	1	2	2	1
31	5	1	5	5	5	5	2	5	1	3	2	1
32	5	2	4	5	5	5	2	5	1	2	1	1
33	5	1	5	5	5	5	2	5	1	3	1	1
34	5	4	5	5	5	5	2	2	1	2	1	1
35	5	1	5	5	5	5	3	5	2	2	2	1
36	4	2	4	5	4	5	2	5	1	2	2	1
37	5	1	5	4	5	5	2	5	2	3	2	1
38	5	2	5	5	4	5	3	5	2	2	2	1
39	5	1	5	4	5	5	2	5	1	3	1	1
40	5	1	5	4	5	5	2	5	1	3	2	1
41	5	1	5	4	5	5	3	5	2	2	1	1

42	5	1	5	4	5	5	3	5	1	2	2	1
43	5	1	5	4	4	5	3	5	1	2	2	1
44	5	1	5	5	4	5	3	5	2	2	2	1
45	5	1	5	4	5	5	2	5	2	2	2	1
46	5	1	5	4	5	5	2	5	1	3	2	1
47	5	1	5	4	5	5	2	5	1	2	2	1
48	5	2	2	5	5	5	2	5	1	2	3	1
49	5	2	5	5	5	5	2	5	2	2	2	1
50	5	2	5	5	5	5	2	5	1	3	2	1
51	5	5	5	5	5	5	3	5	1	2	2	4
52	4	5	4	5	5	5	2	3	1	3	1	1
53	5	3	5	5	5	5	3	5	4	3	1	1
54	5	2	5	4	5	5	2	5	1	2	2	1
55	5	1	5	5	5	5	2	5	1	3	2	1
56	5	1	5	5	5	5	2	5	2	3	2	1
57	5	2	4	4	4	5	3	5	2	2	2	1
58	5	1	5	4	5	5	3	5	2	3	2	1
59	5	1	5	4	5	5	3	5	2	2	1	1
60	5	2	4	4	5	5	2	5	2	2	2	1
61	3	1	5	4	4	5	3	5	2	2	2	1
62	4	1	5	5	4	5	3	4	2	3	2	2
63	3	1	5	4	4	5	3	5	1	2	2	1
64	5	2	5	5	5	5	2	5	2	2	2	2
65	4	1	5	4	5	5	2	5	2	2	2	2
66	5	1	4	4	5	5	2	5	2	2	1	1
67	5	1	4	4	4	5	2	4	2	2	2	1
68	5	3	5	5	5	5	3	5	2	3	2	1
69	5	2	5	5	5	5	2	5	2	4	1	1
70	5	2	5	5	5	5	5	5	1	3	2	4
71	4	5	5	5	5	5	3	5	2	2	1	2
72	5	4	5	5	5	5	3	5	2	3	1	1
73	5	1	4	4	5	5	2	5	2	2	2	1
74	5	1	5	4	5	5	2	5	2	3	2	1
75	5	1	5	5	4	5	3	5	2	2	2	1
76	5	1	5	4	4	5	1	5	2	2	2	1
77	5	1	5	4	5	5	2	4	2	2	2	1
78	5	1	5	5	5	5	3	5	2	3	3	2
79	5	1	5	5	5	5	2	5	1	3	2	2
80	4	1	4	4	5	5	2	4	2	2	2	1
81	5	1	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1
82	5	1	5	4	5	5	2	5	2	2	2	1
83	4	1	5	5	4	5	2	5	1	1	2	1
84	5	1	5	4	4	5	2	5	1	2	3	1
85	5	1	5	4	4	5	1	5	1	3	1	1
86	5	1	5	5	4	5	1	5	1	1	2	1
87	5	1	5	4	5	5	3	5	2	2	2	1
88	5	2	4	4	4	5	2	5	2	2	2	1

89	5	2	5	5	5	5	3	5	2	3	2	1
90	5	1	5	4	5	5	1	5	2	2	2	1
91	5	1	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1
92	5	1	5	4	3	5	3	5	1	2	2	2
93	5	2	4	5	4	5	2	4	2	3	2	1
94	5	1	4	4	4	5	2	5	2	3	2	1
95	5	2	4	5	5	5	2	4	2	3	1	1
96	5	2	5	5	5	5	2	5	1	2	1	1
97	5	1	5	5	5	5	2	5	1	3	1	1
98	5	2	4	4	5	5	2	5	2	4	2	1
99	5	1	5	4	4	5	2	5	1	2	1	1
100	4	2	4	5	4	5	3	5	2	2	3	1
101	4	1	5	5	4	5	2	4	2	2	2	2
102	5	2	5	5	5	5	1	5	1	2	1	1
103	5	2	4	5	3	5	2	5	2	3	3	1
104	5	1	4	5	4	5	2	4	2	2	2	1
105	5	2	5	5	5	5	3	5	2	3	1	2
106	5	1	4	5	4	5	2	4	2	3	3	1
107	5	2	5	4	4	5	1	5	1	2	3	1
108	5	2	5	4	3	5	1	5	2	2	3	1
109	5	1	5	4	5	5	2	5	1	2	1	1
110	5	1	4	5	5	5	2	4	2	2	1	1
111	4	1	5	4	5	5	2	4	1	3	2	1
112	5	2	5	3	5	4	1	5	2	3	2	1
113	5	1	5	4	5	5	2	5	2	2	1	1
114	5	1	4	5	4	5	2	5	2	2	2	1
115	5	1	5	5	3	5	3	4	2	3	3	1
116	4	2	4	5	5	5	2	5	2	3	2	1
117	5	1	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1
118	5	1	5	4	5	5	2	5	1	2	2	1
119	5	1	5	4	5	5	3	4	2	2	2	1
120	5	1	4	4	5	5	2	5	1	1	2	1
121	5	1	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1
122	5	2	4	3	5	5	2	4	2	3	3	2
123	5	2	5	4	4	4	2	5	2	3	2	2
124	5	1	4	4	5	5	2	5	2	2	1	1
125	5	1	5	5	4	5	2	4	2	1	2	1
126	5	2	5	5	5	5	3	3	2	3	3	2
127	5	1	5	4	4	5	2	5	1	2	1	1
128	4	2	5	4	5	5	2	5	1	2	1	1
129	5	2	5	4	4	5	1	5	1	2	2	1
130	5	1	5	4	5	5	2	5	1	2	1	1
131	5	1	5	5	5	5	3	4	3	1	2	1
132	5	1	5	4	5	5	2	5	2	2	2	1
133	5	1	5	4	5	5	3	4	2	2	2	2
134	5	1	5	5	5	5	2	5	1	3	1	1
135	5	2	4	5	5	4	2	5	2	1	2	1

136	4	2	5	5	4	5	2	5	1	2	2	1
137	5	3	4	5	5	5	2	5	2	3	2	1
138	5	1	5	4	5	5	1	5	2	2	2	1
139	5	1	5	4	3	5	1	5	2	2	3	1
140	5	1	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1
141	5	1	4	5	4	5	2	4	1	3	1	1
142	4	2	5	5	5	5	2	5	1	2	2	1
143	5	2	5	4	4	5	1	5	2	2	2	2
144	4	2	5	5	4	5	2	5	2	2	2	1
145	5	1	5	5	5	5	2	5	2	2	1	1
146	4	1	5	5	5	5	2	5	1	2	2	1
147	4	2	5	5	5	5	2	5	1	2	2	1
148	5	1	4	5	5	5	1	5	2	2	2	1
149	5	1	4	5	5	5	2	4	2	1	1	1
150	5	1	5	5	5	5	2	5	2	3	2	1
151	5	1	5	5	5	5	3	5	2	2	3	2
152	4	1	3	5	4	5	1	3	1	1	1	1
153	5	2	4	3	3	5	1	4	1	2	2	2
154	5	1	4	3	4	5	1	4	1	2	1	1
155	5	4	5	5	5	5	3	5	4	4	4	2
156	4	2	4	4	3	4	1	3	1	2	1	1
157	3	1	4	3	4	5	2	4	1	2	1	1
158	4	1	5	4	4	5	1	3	1	1	1	1
159	4	2	4	3	4	5	2	4	1	2	1	1
160	3	1	3	5	3	5	2	4	1	1	1	1
161	4	1	5	3	4	5	1	4	1	2	1	1
162	5	1	3	3	4	4	2	3	1	1	1	1
163	3	2	4	4	3	5	2	4	1	1	1	1
164	4	1	3	5	3	5	1	3	1	1	1	1
165	5	1	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1
166	3	1	4	3	4	5	2	4	1	2	1	1
167	4	1	4	4	3	5	1	4	1	2	1	1
168	3	1	4	4	4	5	2	4	1	1	1	1
169	3	1	5	3	3	5	1	4	1	2	1	2
170	4	2	3	4	4	5	1	5	1	1	1	2
171	4	1	3	4	3	5	1	5	1	1	2	2
172	3	1	4	4	3	5	2	4	1	1	2	1
173	3	1	4	3	3	5	1	4	1	1	2	2

**ANEXO 7**

**Atributos Kano correspondiente a la encuesta**

Clientes encuestados	Criterios Evaluados					
	1	2	3	4	5	6
1	A	R	M	A	O	A
2	A	R	M	A	I	O
3	A	Q	M	I	A	O
4	A	R	A	A	A	O
5	A	R	O	A	O	O
6	A	I	A	A	A	A
7	I	I	I	A	A	I
8	I	Q	Q	Q	A	A
9	A	R	O	A	O	O
10	A	I	O	A	O	O
11	A	R	O	I	I	O
12	A	R	O	A	M	O
13	A	I	O	A	A	O
14	I	R	A	A	A	A
15	A	I	M	A	M	O
16	A	R	M	A	O	A
17	A	Q	A	A	A	O
18	A	R	A	A	A	A
19	A	I	A	A	O	O
20	A	R	A	A	A	O
21	Q	R	I	Q	A	A
22	O	R	O	A	A	O
23	A	R	A	A	A	O
24	I	R	O	I	A	O
25	O	R	O	I	I	O
26	A	R	O	I	A	O
27	A	R	O	A	A	O
28	A	R	O	I	A	O
29	A	R	O	I	I	O
30	A	R	O	I	I	O
31	A	R	O	A	A	O
32	A	R	M	A	O	O
33	A	R	O	A	O	O
34	A	I	O	A	O	O
35	A	R	A	A	A	O
36	I	R	M	A	I	O
37	A	R	A	I	A	O
38	A	R	A	A	I	O
39	A	R	O	I	O	O
40	A	R	O	I	A	O
41	A	R	A	I	O	O

42	A	R	O	I	A	O
43	A	R	O	I	I	O
44	A	R	A	A	I	O
45	A	R	A	I	A	O
46	A	R	O	I	A	O
47	A	R	O	I	A	O
48	A	R	M	A	A	O
49	A	R	A	A	A	O
50	A	R	O	A	A	O
51	A	Q	O	A	A	A
52	I	A	M	A	O	O
53	A	R	A	A	O	O
54	A	R	O	I	A	O
55	A	R	O	A	A	O
56	A	R	A	A	A	O
57	A	R	I	I	I	O
58	A	R	A	I	A	O
59	A	R	A	I	O	O
60	A	R	I	I	A	O
61	I	R	A	I	I	O
62	I	R	A	A	I	A
63	I	R	O	I	I	O
64	A	R	A	A	A	A
65	I	R	A	I	A	A
66	A	R	I	I	O	O
67	A	R	I	I	I	O
68	A	R	A	A	A	O
69	A	R	A	A	O	O
70	Q	R	O	A	A	A
71	I	Q	A	A	O	A
72	A	R	A	A	O	O
73	A	R	I	I	A	O
74	A	R	A	I	A	O
75	A	R	A	A	I	O
76	O	R	A	I	I	O
77	A	R	A	I	A	O
78	A	R	A	A	A	A
79	A	R	O	A	A	A
80	I	R	I	I	A	O
81	O	R	O	O	O	O
82	A	R	A	I	A	O
83	I	R	O	O	I	O
84	A	R	O	I	I	O
85	O	R	O	I	M	O
86	O	R	O	O	I	O
87	A	R	A	I	A	O
88	A	R	I	I	I	O

89	A	R	A	A	A	O
90	O	R	A	I	A	O
91	O	R	O	O	O	O
92	A	R	O	I	I	A
93	A	I	I	A	I	O
94	A	R	I	I	I	O
95	A	I	I	A	O	O
96	A	R	O	A	O	O
97	A	R	O	A	O	O
98	A	R	I	I	A	O
99	A	R	O	I	M	O
100	I	R	I	A	I	O
101	I	R	A	A	I	A
102	O	R	O	A	O	O
103	A	R	I	A	I	O
104	A	R	I	A	I	O
105	A	R	A	A	O	A
106	A	R	I	A	I	O
107	O	R	O	I	I	O
108	O	R	A	I	I	O
109	A	R	O	I	O	O
110	A	R	I	A	O	O
111	I	R	O	I	A	O
112	O	R	A	I	A	M
113	A	R	A	I	O	O
114	A	R	I	A	I	O
115	A	R	A	A	I	O
116	I	R	I	A	A	O
117	O	R	O	O	O	O
118	A	R	O	I	A	O
119	A	R	A	I	A	O
120	A	R	M	M	A	O
121	O	R	O	O	O	O
122	A	I	I	I	A	A
123	A	R	A	I	I	I
124	A	R	I	I	O	O
125	A	R	A	O	I	O
126	A	I	A	A	A	A
127	A	R	O	I	M	O
128	I	R	O	I	O	O
129	O	R	O	I	I	O
130	A	R	O	I	O	O
131	A	R	A	O	A	O
132	A	R	A	I	A	O
133	A	R	A	I	A	A
134	A	R	O	A	O	O
135	A	R	I	O	A	M

136	I	R	O	A	I	O
137	A	R	I	A	A	O
138	O	R	A	I	A	O
139	O	R	A	I	I	O
140	O	R	O	O	O	O
141	A	R	M	A	M	O
142	I	R	O	A	A	O
143	O	R	A	I	I	A
144	I	R	A	A	I	O
145	A	R	A	A	O	O
146	I	R	O	A	A	O
147	I	R	O	A	A	O
148	O	R	I	A	A	O
149	A	R	I	O	O	O
150	A	R	A	A	A	O
151	A	R	A	A	A	A
152	M	R	M	O	M	O
153	O	I	M	I	I	A
154	O	R	M	I	M	O
155	A	R	A	A	A	A
156	M	I	M	I	M	M
157	I	R	M	I	M	O
158	M	R	O	M	M	O
159	I	I	M	I	M	O
160	I	R	M	O	M	O
161	M	R	O	I	M	O
162	A	R	M	M	M	M
163	I	I	M	M	M	O
164	M	R	M	O	M	O
165	O	R	O	O	O	O
166	I	R	M	I	M	O
167	M	R	M	I	M	O
168	I	R	M	M	M	O
169	M	R	O	I	M	A
170	M	R	M	M	M	A
171	M	R	M	M	I	A
172	I	R	M	M	I	O
173	M	R	M	M	I	A

## ANEXO 8

### Encuesta de competidores a través de la red social Instagram

#### Encuesta de Competidores - Cevicherías

A continuación se le presenta una serie de preguntas vinculadas a la competencia de cevicherías en la zona de Yanahuara - Cayma, por ello su opinión es muy importante, le agradezco responder las siguientes preguntas marcando la opción que exprese mejor su punto de vista. ¡Gracias!

\* Indica que la pregunta es obligatoria

1. En cuanto a las **promociones y ofertas**, califique a las siguiente cevicherías del 1 al 5, \* siendo 1 = muy mala y pocas ofertas/promoción y 5 = muy buena y bastantes ofertas/promoción.

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
<b>Cevichito Pliz</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>El Cebillano</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Embarcadero 41</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Barrio Cevichero</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Puerto 92</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. En cuanto a la **variedad de platos**, califique a las siguiente cevicherías del 1 al 5, siendo \*  
1 = muy poca variedad de platos y 5 = mucha variedad de platos

*Marca solo un óvalo por fila.*

	1	2	3	4	5
Cevichito Pliz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El Cebillano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Embarcadero 41	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Barrio Cevichero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puerto 92	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. En cuanto a la **cantidad servida**, califique a las siguiente cevicherías del 1 al 5, siendo 1 \*  
= muy poca distribución de comida en los platos y 5 = muy buena distribución de comida en los platos

*Marca solo un óvalo por fila.*

	1	2	3	4	5
Cevichito Pliz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El Cebillano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Embarcadero 41	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Barrio Cevichero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puerto 92	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. En cuanto a la **presentación del empaçado** para delivery, califique a las siguiente cevicherías del 1 al 5, siendo 1 = pésima presentación de empaçado y 5 = muy buena presentación de empaçado. \*

*Marca solo un óvalo por fila.*

	1	2	3	4	5
Cevichito Pliz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El Cebillano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Embarcadero 41	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Barrio Cevichero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puerto 92	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. En cuanto a la **atención al cliente**, califique a las siguiente cevicherías del 1 al 5, siendo 1 = pésimo servicio de atención y 5 = muy buen servicio de atención \*

*Marca solo un óvalo por fila.*

	1	2	3	4	5
Cevichito Pliz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El Cebillano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Embarcadero 41	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Barrio Cevichero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puerto 92	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ANEXO 9

Análisis de confiabilidad del instrumento – Encuesta de competidores

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

$\alpha$  : Alfa de Cronbach  
 k : Número de ítems  
 $V_i$  : Varianza de cada ítem  
 $V_t$  : Varianza del total

<b>K=</b>	<b>25</b>
<b>Vi=</b>	<b>14.33</b>
<b>Vt=</b>	<b>57.57</b>

<b><math>\alpha</math>=</b>	<b>0.78</b>
-----------------------------	-------------



## ANEXO 10

### Formato de Insumos

#### LISTADO DE INGREDIENTES/INSUMOS PARA ELABORACION DE PLATOS



Fecha: 4/09/2023  
Encargado: Lenin A. (Jefe de Cocina) y Miguel A. (Ayudante de cocina)  
Supervisora: Carolina Paredes

UNIDAD	
Nombre	Abreviatura
Litro	l.
Mililitro	ml.
Centimetro cubico	c.c.
Kilogramo	kg.
Gramo	gr.
Miligramo	mgr
Libra	lb.
Onza	oz.

UNIDAD	
Nombre	Abreviatura
Cuchara sopera	c.s.
Cucharita poste	c.c.
Taza	t.
Vaso	v.
Unidad	und
Botella	b.

TIRADITO		
INSUMO	CANT.	UNID.
Filete de pescado	110-120	gr
Mote	30	gr
Sal condimentada	5-8	gr
Cilandro	3-5	gr
Ají limo	3-5	gr
Limón	3-4	uni
Leche de tigre	50-60	ml
Cebolla	10-12	gr
Camote	80-100	gr

CHORITO A LA CHALACA		
INSUMO	CANT.	UNID.
Choros	90-110	gr
Cebolla	80-90	gr
Tomate	25-35	gr
Mote	70-80	gr
Aceite de oliva	45-50	ml
Pimienta	1-2	gr
Sal + sasonador	3-5	gr
Cilandro	3-5	gr
Limón	3-4	uni
Chifles	20-25	gr
Camote	50-60	gr
Crema de la casa	130-140	gr

CAUSA A LO MACHO		
INSUMO	CANT.	UNID.
Pure de papas	90-100	gr
Mixtura de mariscos	180-200	gr
Aderezo	130-140	gr
Ají limo	3-5	gr
Vino	15-20	gr
Leche	45-50	ml
Cilandro	3-5	gr
Ajo	4-5	gr
Aji amarillo	10-12	gr
Salsa de Langostin	30-35	ml
Limón	3-4	uni
Sal + sasonador	3-5	gr

CAUSA DE PULPO AL OLIVO		
INSUMO	CANT.	UNID.
Pure de papas	90-100	gr
Pulpo	125-130	gr
Aceite de oliva	45-50	ml
Cilandro	3-5	gr
Ají limo	3-5	gr
Limón	3-4	uni
Sal + sasonador	3-5	gr

CAUSA DE PULPO EN CREMA DE ACEITUNA		
INSUMO	CANT.	UNID.
Pure de papas	90-100	gr
Pulpo	125-130	gr
Sal condimentada	3-5	gr
Limón	3-4	uni
Crema de aceituna	70-80	gr
Cilandro	3-5	gr
Ají limo	3-5	gr

CAUSA DE PULPA DE CANGREJO		
INSUMO	CANT.	UNID.
Pure de papas	90-100	gr
Pulpa de cangrejo	50	gr
Limón	1-2	uni
Sal condimentada	3-5	gr
Mayonesa	35-40	gr
Cilandro	3-5	gr
Ají limo	1-2	gr
Crema de Rocoto	35-40	gr

PULPO A LA CHALACA		
INSUMO	CANT.	UNID.
Pulpo	125-130	gr
cebolla	80-90	gr
Tomate	25-35	gr
Mote	70-80	gr
Aceite de oliva	45-50	ml
Pimienta	1-2	gr
Sal + sasonador	3-5	gr
Cilandro	3-5	gr
Limón	3-4	uni
Crema de la casa	130-140	gr
Camote	50-60	gr
Chifles	20-25	gr

CEVICHOPP		
INSUMO	CANT.	UNID.
Pescado	100-110	gr
Limón	4-5	un
Camote	50-60	gr
Cebolla	25-30	gr
Sal condimentada	6-7	gr
Mote	40-50	gr
Leche de tigre	130-140	ml
Ají limo	3-5	gr
Lechuga	1/2	hoja
Chifles	25-30	gr
Cilandro	3-5	gr

CEVICHE DE PESCADO CLASICO		
INSUMO	CANT.	UNID.
Pescado	180-200	gr
Limón	3-4	un
cebolla	25-30	gr
Mote	40-50	gr
Leche de tigre	110-120	ml
Camote	50-60	gr
Ají limo	3-5	gr
Sal condimentada	5-6	gr
Lechuga	1/2	hoja
Chifles	20-25	gr
Cilandro	3-5	gr

CEVICHE CARRETIILLERO		
INSUMO	CANT.	UNID.
Pescado	100-120	gr
Pota	45-50	gr
cebolla	25-30	gr
Crema de Rocoto	80-100	ml
Kion	2-3	ml
Salsa de Langostino	5-7	ml
Mote	40-50	gr
leche de tigre	80-100	ml
camote	50-60	gr
Limón	3-4	uni
Cilandro	3-5	gr
Sal condimentada	5-6	gr
Lechuga	1/2	hoja
Chifles	20-25	gr
Ají limo	3-5	gr

CEVICHE MIXTO		
INSUMO	CANT.	UNID.
Pescado	60-70	gr
Mixtura de mariscos	130-140	gr
Cebolla	25-30	gr
Mote	40-50	gr
Camote	50-60	gr
Limón	3-4	uni
Leche de tigre	110-120	ml
Cilandro	3-5	gr
Ají limo	3-5	gr
Sal condimentada	5-6	gr
Lechuga	1/2	hoja
Chifles	20-25	gr

CEVICHE DE ERIZO		
INSUMO	CANT.	UNID.
Erizo	1	uni.
Mote	40-50	gr
Crema de Rocoto	80-100	ml
Sal condimentada	5-6	gr
Ají limo	3-5	gr
Cilandro	3-5	gr
Cebolla	25-30	gr
Limón	3-4	uni.
Camote	50-60	gr
Lechuga	1/2	hoja
Chifles	20-25	gr

CEVICHE DE PESCADO Y PULPO		
INSUMO	CANT.	UNID.
Pescado	80-100	gr
Pulpo	80-100	gr
Cebolla	25-30	gr
Mote	40-50	gr
Camote	50-60	gr
Lechuga	1/2	hoja
Limón	3-4	uni.
Ají limo	5-6	gr
Cilandro	2-3	gr
Leche de tigre	110-120	ml
Sal condimentada	5-6	gr
Chifles	20-25	gr

CEVICHE DE CONCHAS NEGRAS		
INSUMO	CANT.	UNID.
Conchas negras	10-12	uni
Mote	40-50	gr
Cebolla	25-30	gr
Ají limo	5-6	gr
Cilandro	2-3	gr
Camote	50-60	gr
Limón	3-4	uni
Sal condimentada	4-5	gr
Sasonador	2-3	gr
Ajo	2-3	gr
Chifles	20-25	gr
Lechuga	1/2	hoja

CEVICHE EN CREMAS		
INSUMO	CANT.	UNID.
Pescado	180-200	gr
Limón	3-4	un
Crema	100-120	ml
Cebolla	25-30	gr
Mote	40-50	gr
Leche de tigre	110-120	ml
Camote	50-60	gr
Ají limo	3-5	gr
Sal condimentada	5-6	gr
Lechuga	1/2	hoja
Chifles	20-25	gr
Cilandro	3-5	gr

PULPO EN CREMA DE ACEITUNA		
INSUMO	CANT.	UNID.
Pulpo	120-130	gr
Limón	3-4	un
Sal condimentada	5-6	gr
Crema de aceituna	60-70	ml
Ají limo	2-3	gr
Cilandro	3-5	gr
Chifles	20-25	gr
Camote	50-60	gr
Mote	40-50	gr
Leche de tigre	20-30	ml

PULPO AL OLIVO		
INSUMO	CANT.	UNID.
Pulpo	120-130	gr
Limón	3-4	un
Sal condimentada	5-6	gr
Aceite de Oliva	30-35	ml
Ají limo	2-3	gr
Cilandro	3-5	gr
Chifles	20-25	gr
Camote	50-60	gr
Mote	40-50	gr
Leche de tigre	20-30	ml

CHAUFA DE MARISCOS		
INSUMO	CANT.	UNID.
Mixtura de mariscos	130-140	gr
Huevo	45-50	gr
Arroz	260-280	gr
Cebolla	15-17	gr
Kion	2-3	ml
Base de salsa soya	30-35	ml
Hondashi	1	gr
Esencia de pescado	3-4	gr
Holantao	3-5	gr
Frejol chino	3-5	gr
Limón	3-4	uni
Cilandro	3-5	gr
Wantan	5-7	gr

ARROZ DE MARISCOS		
INSUMO	CANT.	UNID.
Mixtura de mariscos	130-140	gr
Arroz	260-280	gr
Base de salsa mac	200-220	ml
Vino	10-15	ml
Leche	25-30	ml
Cilandro	3-5	gr
Hondashi	1-2	gr
Esencia de pescad	3	gr
Ajo	3-5	gr
Mote	50-60	gr
Queso	3-5	gr
Azucar	3-5	gr
Matequilla	15-20	gr
Limón	3-4	uni
Cebolla	3-5	gr

ARROZ DE LA CASA		
INSUMO	CANT.	UNID.
Mixtura de mariscos	130-140	gr
Arroz	260-280	gr
Salsa de la casa	200-220	ml
Vino	10-15	ml
Leche	25-30	ml
Cilandro	3-5	gr
Hondashi	1-2	gr
Esencia de pescado	3	gr
Ajo	3-5	gr
Mote	50-60	gr
Queso	3-5	gr
Azucar	0.5-1	gr
Matequilla	15-20	gr
Limón	3-4	uni
Cebolla	3-5	gr

CHICHARRON DE PESCADO		
INSUMO	CANT.	UNID.
Pescado	280-300	gr
Limón	2	uni
Papa entera	240-250	gr
Ajo	3-5	gr
Esencia de pescad	3-5	gr
Harina	35-40	gr
Leche de tigre	40-50	ml
Cebolla	1/2	hoja
Lechuga	20-25	gr
Tomate	20-25	gr
Cilandro	3-5	gr

FILETE DE PESCADO		
INSUMO	CANT.	UNID.
Filete de pescado	1	uni
Papa entera	160-180	gr
Harina	35-40	gr
Ajo	3-5	gr
Esencia de pescado	3-5	gr
Leche de tigre	40-50	ml
Arroz	165-175	gr
Limón	2	uni
Lechuga	1/2	hoja
Tomate	20-25	gr
Cilandro	3-5	gr
Cebolla	20-25	gr

PARIHUELA		
INSUMO	CANT.	UNID.
Filete de pescado	1	uni
Pulpa de cangrejo	45-50	gr
Aderezo	200-220	ml
Mixtura de mariscos	80-85	gr
Leche de tigre	90-100	ml
Vino	15-20	ml
Agua	400-450	ml
Kion	1-2	ml
Ajo	3-5	gr
Cilandro	3-5	gr
Cebolla	25-30	gr
Leche	25-30	ml

CHILCANO ESPECIAL		
INSUMO	CANT.	UNID.
Agua	700-750	ml
Pescado	20-25	gr
Choros	20-25	gr
Pota	15-20	gr
Leche de tigre	90-100	ml
Hondashi	2-3	gr
Kion	3-5	ml
Ajo	2-3	gr
Doña gusta pescad	3-5	gr
Cilandro	3-5	gr
Cebolla	25-30	gr
Limón	3-4	uni

## ANEXO 11

### Precio de Venta carta Cevichito Pliz

ENTRADAS						
22	<b>Tiradito</b> Tiras delgadas de pescado fresco marinadas en la crema de su preferencia: (Tradicional / Crema de rocoto / Crema de ají amarillo / Al olivo / Crema de aceituna / Crema de la casa) Fish strips in the sauce of your choice: (traditional / hot pepper / yellow chili pepper / olive style / olive cream / our special cream)	22	<b>Ceviche de erizo (*)</b> Lenguas de erizo fresco marinadas con nuestra leche de tigre, acompañadas de cebolla, camote, choclo y ají limo. Sea urchin tongues with "leche de tigre", onion, sweet potato, corn and limo chili pepper.	38	<b>Chilcano especial</b> Más conocido como "El resucitador". Caldo de pescado acompañado de kion, ajo, cebolla y mariscos. Fish soup with ginger, garlic, onion and seafood.	
24	<b>Chorritos a la chalaca</b> Mejillones bañados en aceite de girasol, jugo de limón y crema de rocoto, acompañados de trocitos de cebolla, tomate y choclo. Mussels in sunflower oil, lemon juice and hot pepper cream sauce with pieces of onion, tomato and corn.	24	<b>Ceviche de pescado y pulpo</b> Trazos de filete de pescado fresco combinados con cortes sesgados de pulpo con nuestra exquisita leche de tigre, acompañado de cebolla, camote, choclo y ají limo. Fish cubes and octopus slices with "leche de tigre", onion, sweet potato, corn and limo chili pepper.	38	<b>BEBIDAS &amp; POSTRES</b>	
27	<b>Causa a lo macho</b> Bolas de papa amarilla aderezadas, acompañadas de mariscos y nuestra deliciosa salsa picante. Yellow potato balls with seafood and spicy sauce.	27	<b>Ceviche de conchas negras (*)</b> Conchas negras traídas desde Tumbes, marinadas en jugo de limón, sal, pasta de ajo, ají limo y bastante culantro, acompañado de cebolla morada, camote y choclo tierno. Black clams in lemon juice with onion, salt, garlic paste, limo chili pepper and coriander accompanied with onion, sweet potato and corn.	43	<b>Gaseosas:</b> - Coca Cola (600 ml) 5 - Inca Kola (600 ml) 5 - Fanta (500 ml) 5 - Sprite (500 ml) 5 - Kola Escocesa (600 ml) 6	
28	<b>Causa de pulpo al olivo</b> Bolas de papa amarilla aderezadas, acompañadas de láminas de pulpo bañadas en aceite de oliva. Yellow potato balls with slices of octopus in olive oil.	28	<b>Ceviche en cremas</b> Acompaña tu ceviche con la crema de tu preferencia: Rocoto / Ají amarillo / De la casa / Aceituna. Add your favorite sauce to your ceviche: hot pepper cream / yellow chili pepper cream / our special cream / olive cream.	+2	<b>Cervezas:</b> - Pilsen (305 ml) 7 - Budweiser (355 ml) 8 - Cusqueña de Trigo / Dorada / Doble Malta (310 ml) 9 - Stella Artois (330 ml) 9 - Corona (355 ml) 10 - Pilsen (630 ml) 11	
28	<b>Causa de pulpo en crema de aceituna</b> Bolas de papa amarilla aderezadas, acompañadas de láminas de pulpo bañadas en crema de aceituna. Yellow potato balls with slices of octopus in olive cream.	28	<b>Pulpo en crema de aceituna</b> Láminas de pulpo aderezado en limón y sal, bañado con nuestra suculenta crema morada de aceitunas. Octopus slices in salt and lemon with olive cream sauce.	35	<b>Naturales:</b> - Agua 5 - Limonada (1L) 15 - Maracuyá (1L) 15 - Chicha Morada (1L) 15 - Limonada Frozen (1L) 18	
29	<b>Causa de pulpa de cangrejo</b> Bolas de papa amarilla aderezadas, acompañadas de pulpa de cangrejo bañada en nuestra salsa especial. Yellow potato balls with crab pulp in our special sauce.	29	<b>Pulpo al olivo</b> Láminas de pulpo marinadas en aceite de oliva extra virgen, vinagre balsámico, sal, pimienta y un toque de limón en su punto. Octopus slices in extra virgin olive oil, balsamic vinegar, salt, pepper and lemon.	35	<b>Otros:</b> - Smirnoff 13 - Powerade 5	
30	<b>Pulpo a la chalaca</b> Trazos de pulpo bañados en aceite de girasol, jugo de limón y crema de rocoto acompañados de trocitos de cebolla, tomate y choclo. Octopus in sunflower oil, lemon juice and hot pepper cream with pieces of onion, tomato and corn.	30		35	<b>Postres:</b> - Queso helado 10	
<b>FRÍOS</b>		<b>CALIENTES</b>		<div style="text-align: center; background-color: #e67e22; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">¡ARMA TU PAR!</div> <p style="text-align: center; font-size: 0.8em;">You can match two dishes!</p> <p style="text-align: center;">Arma tu dúo con un frío y un caliente de tu elección.</p> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  +  <div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; font-weight: bold; font-size: 1.2em; margin: 5px auto; width: 30px;">39</div> </div> <p style="text-align: center;">Arma tu dúo con dos calientes de tu elección.</p> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  +  <div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; font-weight: bold; font-size: 1.2em; margin: 5px auto; width: 30px;">44</div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <p style="font-size: 0.8em;">Síguenos / Follow us!  </p> </div> <div style="text-align: right; font-size: 0.7em; transform: rotate(-45deg); border: 1px solid black; padding: 2px;">DESCUBRE MÁS.</div>		
19	<b>Cevichopp</b> Chopp con trozos de pescado fresco en leche de tigre, acompañado de cebolla, trozos de camote, choclo y ají limo. Fish cubes with "leche de tigre", onion, sweet potato, corn and limo chili pepper, served in a chopp glass.	19	<b>Chaufá de mariscos</b> Una mezcla entre: el oriente y la comida peruana, siempre dándole el toque ahumado al flambear los mariscos junto con la cebolla china acompañado de su tortilla de huevo. Peruvian - oriental flavored rice in soy sauce with seafood mix, scallion and pieces of egg omelette.			33
30	<b>Ceviche de pescado clásico</b> Trazos de filete de pescado fresco marinados con nuestra leche de tigre acompañado de cebolla, camote, choclo y ají limo. Fish cubes with "leche de tigre", onion, sweet potato, corn and limo chili pepper.	30	<b>Arroz de mariscos</b> Arroz hecho a base de nuestro aderezo especial, acompañado de nuestro toque ahumado de mariscos. Special flavored rice with seafood mix.			35
30	<b>Ceviche carretillero</b> Trazos de filete de pescado fresco y calamar gigante marinados en nuestras tres cremas, acompañado de cebolla, camote, choclo y ají limo. Fish and giant squid cubes with our three special sauces, onion, sweet potato, corn, and limo chili pepper.	30	<b>Arroz de la casa</b> Arroz sauteado en aderezo de cilantro, ají amarillo, ají panca con cerveza negra y vino blanco, acompañado de mariscos flambeados. Coriander, peruvian chilis, dark beer and white wine flavored rice with seafood.			35
33	<b>Ceviche mixto</b> Trazos de filete de pescado fresco combinados con mezcla de mariscos frescos marinados con nuestra leche de tigre, acompañados de cebolla, camote, choclo y ají limo. Fish cubes and seafood mix with "leche de tigre", onion, sweet potato, corn and limo chili pepper.	33	<b>Chicharrón de pescado</b> Trazos de pescado crocantes, acompañados de crujientes papas fritas y su infatigable zarza criolla. Crunchy fried fish cubes with fries and "zarza criolla".			36
			<b>Filete de pescado</b> Puro filete de pescado frito acompañado de crocantes papas fritas, arroz y su peruanísima zarza criolla. Fried fish steak with fries, rice and "zarza criolla".			30
			<b>Parihuela (con pulpa de cangrejo)</b> Potente concentrado de mariscos, filete de pescado, pulpa de cangrejo y nuestro aderezo a base de tres ajíes en un caldo que te mandará a dormir. Soup made of seafood, fish steak, crab pulp and our special cream of three types of peruvian chili.			40

(\*) Plato disponible de viernes a domingo  
Available from Friday to Sunday

ANEXO 12

Herramienta completada “Ganancias por platos Cevichito Pliz”

Código	Nombre Genérico	Opción 1				Opción 2				Unidad	Precio Unitario
		Proveedor	Producto	Cant.	Precio	Proveedor	Producto	Cant.	Precio		
IN01	Filete de pescado	Makro	Filete de basa premium Aro (1caja- 10 unidades)	8000	S/ 16.99					gr	S/ 0.00212
IN02	Choros	Makro	Choro cocido Aro (1bolsa)	1000	S/ 21.99					gr	S/ 0.02199
IN03	Arroz	Makro	Arroz Campero reserva extra	50000	S/ 188.00					gr	S/ 0.00376
IN04	Aceite de Oliva	Makro	Aceite Oliva 100% puro Marcahuasi	1000	S/ 25.80					ml	S/ 0.02580
IN05	Leche	Makro	Leche Gloria Bonté (1six pack)	2880	S/ 20.20					ml	S/ 0.00701
IN06	Azúcar	Makro	Azúcar blanca Aro	5000	S/ 16.99					gr	S/ 0.00340
IN07	Mote	Mercado	Mote fresco	10000	S/ 70.00					gr	S/ 0.00700
IN08	Aji limo	Mercado	Aji limo fresco	1000	S/ 8.90					gr	S/ 0.00890
IN09	Limón	Mercado	Limón	30	S/ 4.00					uni	S/ 0.13333
IN10	Cebolla	Mercado	Cebolla producto fresco	7000	S/ 59.50					gr	S/ 0.00850
IN11	Camote	Mercado	Camote producto fresco	12000	S/ 36.00					gr	S/ 0.00300
IN12	Cilandro	Mercado	Cilandro producto fresco (2 manojos)	300	S/ 7.00					gr	S/ 0.02333
IN13	Chifles	Mercado	Chifles	220	S/ 18.00					gr	S/ 0.08182
IN14	Tomate	Mercado	Tomate producto fresco	1000	S/ 5.00					gr	S/ 0.00500
IN15	Pimienta	Mercado	Pimienta producto fresco	1000	S/ 27.50					gr	S/ 0.02750
IN16	Pulpo	Terminal pesquero	Pulpo producto fresco	7640	S/ 175.50					gr	S/ 0.02297
IN17	Lechuga	Mercado	Lechuga producto fresco	7	S/ 1.99					hoja	S/ 0.28429
IN18	Mixtura de mariscos	Makro	Mixtura de mariscos Aro	1000	S/ 25.99					gr	S/ 0.02599
IN19	Ajo	Mercado	Ajo producto fresco	1000	S/ 4.90					gr	S/ 0.00490
IN20	Vino	Makro	Vino blanco Clos de Pirque	1000	S/ 20.90					ml	S/ 0.02090
IN21	Doña Gusta	Makro	Doña Gusta Caldo sabor Pescados y Mariscos	500	S/ 2.00					gr	S/ 0.00400
IN22	Huevo	Mercado	Plancha de huevo (6 planchas)	9000	S/ 114.00					gr	S/ 0.01267
IN23	Puré de papas	Makro	Puré de papas Aro (1 bolsa)	1000	S/ 7.00					gr	S/ 0.00700
IN24	Sal condimentada	Plaza Vea	Sal condimentada	1000	S/ 8.50					gr	S/ 0.00850
IN25	Sal	Plaza Vea	Sal de mesa	1000	S/ 1.80					gr	S/ 0.00180
IN26	Sazonador	Plaza Vea	Sazonador Nakamito	1000	S/ 7.50					gr	S/ 0.00750
IN27	Aji amarillo	Mercado	Aji amarillo producto fresco	1000	S/ 10.90					gr	S/ 0.01090
IN28	Salsa de langostino	Mercado	Mezcla de productos	1000	S/ 11.00					ml	S/ 0.01100
IN29	Esencia de pescado	Mercado	Mezcla de productos	1000	S/ 9.00					gr	S/ 0.00900
IN30	Aderezo	Plaza Vea	Aderezo	350	S/ 7.90					gr	S/ 0.02257
IN31	Pulpa de cangrejo	Plaza Vea	Pulpa de cangrejo BELLS	200	S/ 32.90					gr	S/ 0.16450
IN32	Kion	Mercado	Kion producto fresco	1000	S/ 5.99					ml	S/ 0.00599
IN33	Hondashi	Plaza Vea	Hondashi	1000	S/ 64.99					gr	S/ 0.06499
IN34	Agua	Makro	Agua San Luis sin gas (paquete 15 unidades)	11250	S/ 15.90					ml	S/ 0.00141
IN35	Pota	Mercado	Pota producto fresco	5000	S/ 50.00					gr	S/ 0.01000
IN36	Harina	Plaza vea	Harina	1000	S/ 12.50					gr	S/ 0.01250
IN37	Conchas negras	Mercado	Conchas negras frescas	70	S/ 100.00					uni	S/ 1.42857
IN38	Papa entera	Mercado	Papa producto fresco	1000	S/ 7.00					gr	S/ 0.00700
IN39	Erizo	Mercado	Erizo producto fresco	6	S/ 60.00					uni	S/ 10.00000
IN40	Mayonesa	Makro	Mayonesa Macbel (1 caja - 2 unidades)	4000	S/ 49.00					gr	S/ 0.01225
IN41	Queso	Mercado	Queso producto fresco	2500	S/ 19.50					gr	S/ 0.00780
IN42	Mantequilla	Plaza Vea	Mantequilla Gloria	390	S/ 15.00					gr	S/ 0.03846
IN43	Crema de la casa		Mezcla de productos	500	S/ 2.00					gr	S/ 0.00400
IN44	Holantao	Mercado	Holantao producto fresco	1000	S/ 3.99					gr	S/ 0.00399
IN45	Frejol Chino	Mercado	Frejol Chino producto fresco	500	S/ 2.50					gr	S/ 0.00500
IN46	Wantan	Makro	Masa wantan (1 Paquete)	500	S/ 3.49					gr	S/ 0.00698
IN47	Crema de aceituna	Mercado	Mezcla de productos	500	S/ 2.00					gr	S/ 0.00400
IN48	Crema de rocoto	Mercado	Mezcla de productos	500	S/ 2.00					gr	S/ 0.00400
IN49	Base de salsa madre	Plaza Vea	Salsa madre	500	S/ 3.50					ml	S/ 0.00700
IN50	Base de salsa de soya	Plaza Vea	Salsa de soya	500	S/ 4.60					ml	S/ 0.00920
IN51	Leche de tigre	Mercado	Mezcla de productos	500	S/ 2.00					ml	S/ 0.00400
IN52	Crema	Mercado	Mezcla de productos	500	S/ 2.00					gr	S/ 0.00400

CEVICHITO  
PLIZ

## GASTOS FIJOS

Mes	Pago sistema	Alquiler	Gas	Cable	Internet	Pago impuestos	Gastos Legales	Sueldos	TOTAL:	Platos vendidos S/	Bebidas vendidas S/	VENTA TOTAL:	-	Cantidad de platos vendidos	COSTO FIJO
Julio 2023	S/ 118.00	S/ 4,500.00	S/ 170.00	S/ 155.00	S/ 80.00	S/ 474.00	S/ 700.00	S/ 2,885.00	S/ 9,082.00	S/ 27,255.00	S/ 6,154.00	S/ 33,409.00	S/ 7,409.08	853.00	S/ 8.69
Agosto 2023	S/ 118.00	S/ 4,500.00	S/ 170.00	S/ 155.00	S/ 80.00	S/ 486.00	S/ 379.00	S/ 2,699.60	S/ 8,587.60	S/ 22,452.00	S/ 4,839.00	S/ 27,291.00	S/ 7,064.92	717.00	S/ 9.85
Setiembre 2023	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 155.00	S/ 80.00			S/ -	S/ 4,853.00						
Octubre 2023	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 155.00	S/ 80.00			S/ -	S/ 4,853.00						
Noviembre 2023	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 155.00	S/ 80.00			S/ -	S/ 4,853.00						
Diciembre 2023	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 155.00	S/ 80.00			S/ -	S/ 4,853.00						
Enero 2024	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 155.00	S/ 80.00			S/ -	S/ 4,853.00						
Febrero 2024	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 155.00	S/ 80.00			S/ -	S/ 4,853.00						
Marzo 2024	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 155.00	S/ 80.00			S/ -	S/ 4,853.00						
Abril 2024	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 155.00	S/ 80.00			S/ -	S/ 4,853.00						
Mayo 2024	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 155.00	S/ 80.00			S/ -	S/ 4,853.00						
Junio 2024	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 155.00	S/ 80.00			S/ -	S/ 4,853.00						
Julio 2024	S/ 118.00	S/ 4,500.00		S/ 155.00	S/ 80.00			S/ -	S/ 4,853.00						

MES Agosto 2023

# COSTO POR PLATO

CEVICHITO  
-PLIZ-

## ENTRADAS

Tiradito						
Gastos Fijos del mes					S/	9.85
Gastos Variables					S/	1.69
Costo Total Tiradito=					S/	11.54
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN01	Filete de pescado	gr	115	S/ 0.002	S/ 0.24	
IN07	Mote	gr	30	S/ 0.007	S/ 0.21	
IN24	Sal condimentada	gr	6.5	S/ 0.009	S/ 0.06	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN08	Aji limo	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.04	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN51	Leche de tigre	ml	55	S/ 0.004	S/ 0.22	
IN10	Cebolla	gr	11	S/ 0.009	S/ 0.09	
IN11	Camote	gr	90	S/ 0.003	S/ 0.27	

## FRÍOS

Cevichopp						
Gastos Fijos del mes					S/	9.85
Gastos Variables					S/	4.65
Costo Total Cevichopp=					S/	14.51
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN01	Filete de pescado	gr	105	S/ 0.002	S/ 0.22	
IN09	Limón	uni	4.5	S/ 0.133	S/ 0.60	
IN11	Camote	gr	55	S/ 0.003	S/ 0.17	
IN10	Cebolla	gr	27.5	S/ 0.009	S/ 0.23	
IN24	Sal condimentada	gr	6.5	S/ 0.009	S/ 0.06	
IN07	Mote	gr	45	S/ 0.007	S/ 0.32	
IN51	Leche de tigre	ml	135	S/ 0.004	S/ 0.54	
IN08	Aji limo	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.04	
IN17	Lechuga	hoja	0.5	S/ 0.284	S/ 0.14	
IN13	Chifles	gr	27.5	S/ 0.082	S/ 2.25	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	

## CALIENTES

Chaufa de Mariscos						
Gastos Fijos del mes					S/	9.85
Gastos Variables					S/	4.94
Costo Total Chaufa de Mariscos=					S/	14.80
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN18	Mixtura de mariscos	gr	85	S/ 0.026	S/ 2.21	
IN22	Huevo	gr	47.5	S/ 0.013	S/ 0.60	
IN03	Arroz	gr	270	S/ 0.004	S/ 1.02	
IN10	Cebolla	gr	16	S/ 0.009	S/ 0.14	
IN32	Kion	ml	2.5	S/ 0.006	S/ 0.01	
IN50	Base de salsa de soya	ml	32.5	S/ 0.009	S/ 0.30	
IN33	Hondashi	gr	1	S/ 0.065	S/ 0.06	
IN29	Esencia de pescado	gr	3.5	S/ 0.009	S/ 0.03	
IN44	Holantao	gr	4	S/ 0.004	S/ 0.02	
IN45	Frejol Chino	gr	4	S/ 0.005	S/ 0.02	
IN09	Limón	uni	3	S/ 0.133	S/ 0.40	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN46	Wantan	gr	6	S/ 0.007	S/ 0.04	

Choritos a la Chalaca						
Gastos Fijos del mes					S/	9.85
Gastos Variables					S/	8.12
Costo Total Choritos a la Chalaca=					S/	17.97
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN02	Choros	gr	100	S/ 0.022	S/ 2.20	
IN10	Cebolla	gr	85	S/ 0.009	S/ 0.72	
IN14	Tomate	gr	30	S/ 0.005	S/ 0.15	
IN07	Mote	gr	75	S/ 0.007	S/ 0.53	
IN04	Aceite de Oliva	ml	47.5	S/ 0.026	S/ 1.23	
IN15	Pimienta	gr	1.5	S/ 0.028	S/ 0.04	
IN25	Sal	gr	4	S/ 0.002	S/ 0.01	
IN26	Sazonador	gr	5	S/ 0.008	S/ 0.04	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN13	Chifles	gr	22.5	S/ 0.082	S/ 1.84	
IN43	Crema de la casa	gr	135	S/ 0.004	S/ 0.54	
IN11	Camote	gr	90	S/ 0.003	S/ 0.27	

Ceviche de Pescado Clásico						
Gastos Fijos del mes					S/	9.85
Gastos Variables					S/	4.20
Costo Total Ceviche de Pescado Clásico=					S/	14.06
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN01	Filete de pescado	gr	190	S/ 0.002	S/ 0.40	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN10	Cebolla	gr	27.5	S/ 0.009	S/ 0.23	
IN07	Mote	gr	45	S/ 0.007	S/ 0.32	
IN51	Leche de tigre	ml	115	S/ 0.004	S/ 0.46	
IN11	Camote	gr	55	S/ 0.003	S/ 0.17	
IN08	Aji limo	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.04	
IN24	Sal condimentada	gr	6.5	S/ 0.009	S/ 0.06	
IN17	Lechuga	hoja	0.5	S/ 0.284	S/ 0.14	
IN13	Chifles	gr	22.5	S/ 0.082	S/ 1.84	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	

Arroz de Mariscos						
Gastos Fijos del mes					S/	9.85
Gastos Variables					S/	8.22
Costo Total Arroz de Mariscos=					S/	18.08
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN18	Mixtura de mariscos	gr	135	S/ 0.026	S/ 3.51	
IN03	Arroz	gr	270	S/ 0.004	S/ 1.02	
IN49	Base de salsa madre	ml	210	S/ 0.007	S/ 1.47	
IN20	Leche	ml	12.5	S/ 0.021	S/ 0.26	
IN05	Leche	ml	27.5	S/ 0.007	S/ 0.19	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN33	Hondashi	gr	1.5	S/ 0.065	S/ 0.10	
IN29	Esencia de pescado	gr	3	S/ 0.009	S/ 0.03	
IN19	Ajo	gr	4	S/ 0.005	S/ 0.02	
IN07	Mote	gr	55	S/ 0.007	S/ 0.39	
IN41	Queso	gr	4	S/ 0.008	S/ 0.03	
IN06	Azúcar	gr	4	S/ 0.003	S/ 0.01	
IN42	Mantequilla	gr	17.5	S/ 0.038	S/ 0.67	
IN09	Limón	uni	3	S/ 0.133	S/ 0.40	
IN10	Cebolla	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.03	

Causa a lo macho						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 10.49
Costo Total Causa a lo macho=						S/ 20.34
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN23	Puré de papas	gr	95	S/ 0.007	S/ 0.67	
IN18	Mixtura de mariscos	gr	190	S/ 0.026	S/ 4.94	
IN30	Aderezo	gr	135	S/ 0.023	S/ 3.05	
IN08	Ají limo	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.04	
IN20	Vino	ml	17.5	S/ 0.021	S/ 0.37	
IN05	Leche	ml	47.5	S/ 0.007	S/ 0.33	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN19	Ajo	gr	4.5	S/ 0.005	S/ 0.02	
IN27	Ají amarillo	gr	11	S/ 0.011	S/ 0.12	
IN28	Salsa de langostino	ml	32.5	S/ 0.011	S/ 0.36	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN25	Sal	gr	4	S/ 0.002	S/ 0.01	
IN26	Sazonador	gr	5	S/ 0.008	S/ 0.04	

Ceviche Carretillero						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 4.85
Costo Total Ceviche Carretillero=						S/ 14.70
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN01	Filete de pescado	gr	110	S/ 0.002	S/ 0.23	
IN35	Pota	gr	47.5	S/ 0.010	S/ 0.48	
IN10	Cebolla	gr	27.5	S/ 0.009	S/ 0.23	
IN48	Crema de rocoto	gr	90	S/ 0.004	S/ 0.36	
IN32	Kion	ml	2.5	S/ 0.008	S/ 0.01	
IN28	Salsa de langostino	ml	6	S/ 0.011	S/ 0.07	
IN07	Mote	gr	45	S/ 0.007	S/ 0.32	
IN51	Leche de tigre	ml	90	S/ 0.004	S/ 0.36	
IN11	Camote	gr	55	S/ 0.003	S/ 0.17	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN24	Sal condimentada	gr	5.5	S/ 0.009	S/ 0.05	
IN17	Lechuga	hoja	0.5	S/ 0.284	S/ 0.14	
IN13	Chifles	gr	22.5	S/ 0.082	S/ 1.84	
IN08	Ají limo	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.04	

Arroz de la Casa						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 7.58
Costo Total Arroz de la Casa=						S/ 17.43
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN18	Mixtura de mariscos	gr	135	S/ 0.026	S/ 3.51	
IN03	Arroz	gr	270	S/ 0.004	S/ 1.02	
IN43	Crema de la casa	gr	210	S/ 0.004	S/ 0.84	
IN20	Vino	ml	12.5	S/ 0.021	S/ 0.26	
IN05	Leche	ml	27.5	S/ 0.007	S/ 0.19	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN33	Hondashi	gr	1.5	S/ 0.065	S/ 0.10	
IN29	Esencia de pescado	gr	3	S/ 0.009	S/ 0.03	
IN19	Ajo	gr	4	S/ 0.005	S/ 0.02	
IN07	Mote	gr	55	S/ 0.007	S/ 0.39	
IN41	Queso	gr	4	S/ 0.008	S/ 0.03	
IN06	Azúcar	gr	0.75	S/ 0.003	S/ 0.00	
IN42	Mantequilla	gr	17.5	S/ 0.038	S/ 0.67	
IN09	Limón	uni	3	S/ 0.133	S/ 0.40	
IN10	Cebolla	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.03	

Causa de Pulpo al Olivo						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 5.46
Costo Total Causa de Pulpo al Olivo=						S/ 15.31
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN23	Puré de papas	gr	95	S/ 0.007	S/ 0.67	
IN16	Pulpo	gr	127.5	S/ 0.023	S/ 2.93	
IN04	Aceite de Oliva	ml	47.5	S/ 0.026	S/ 1.23	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN08	Ají limo	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.04	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN25	Sal	gr	4	S/ 0.002	S/ 0.01	
IN26	Sazonador	gr	5	S/ 0.008	S/ 0.04	

Ceviche Mixto						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 7.45
Costo Total Ceviche Mixto=						S/ 17.30
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN01	Filete de pescado	gr	65	S/ 0.002	S/ 0.14	
IN18	Mixtura de mariscos	gr	135	S/ 0.026	S/ 3.51	
IN10	Cebolla	gr	27.5	S/ 0.009	S/ 0.23	
IN07	Mote	gr	45	S/ 0.007	S/ 0.32	
IN11	Camote	gr	55	S/ 0.003	S/ 0.17	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN51	Leche de tigre	ml	115	S/ 0.004	S/ 0.46	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN08	Ají limo	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.04	
IN24	Sal condimentada	gr	5.5	S/ 0.009	S/ 0.05	
IN17	Lechuga	hoja	0.5	S/ 0.284	S/ 0.14	
IN13	Chifles	gr	22.5	S/ 0.082	S/ 1.84	

Chicharrón de Pescado						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 9.91
Costo Total Chicharrón de Pescado=						S/ 19.76
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN01	Filete de pescado	gr	290	S/ 0.002	S/ 0.62	
IN09	Limón	uni	2	S/ 0.133	S/ 0.27	
IN38	Papa entera	gr	245	S/ 0.007	S/ 1.72	
IN19	Ajo	gr	4	S/ 0.005	S/ 0.02	
IN29	Esencia de pescado	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.04	
IN36	Harina	gr	37.5	S/ 0.013	S/ 0.47	
IN51	Leche de tigre	ml	45	S/ 0.004	S/ 0.18	
IN10	Cebolla	gr	0.5	S/ 0.009	S/ 0.00	
IN17	Lechuga	hoja	22.5	S/ 0.284	S/ 6.40	
IN14	Tomate	gr	22.5	S/ 0.005	S/ 0.11	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	

Causa de Pulpo en Crema de Aceituna						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 4.52
<b>Costo Total Causa de Pulpo en Crema de Aceituna=</b>						<b>S/ 14.38</b>
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN23	Puré de papas	gr	95	S/ 0.007	S/ 0.67	
IN16	Pulpo	gr	127.5	S/ 0.023	S/ 2.93	
IN24	Sal condimentada	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.03	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN47	Crema de aceituna	gr	75	S/ 0.004	S/ 0.30	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN08	Aji limo	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.04	

Ceviche de Erizo						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 13.70
<b>Costo Total Ceviche de Erizo=</b>						<b>S/ 23.55</b>
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN39	Erizo	uni	1	S/ 10.000	S/ 10.00	
IN07	Mote	gr	45	S/ 0.007	S/ 0.32	
IN48	Crema de rocoto	gr	90	S/ 0.004	S/ 0.36	
IN24	Sal condimentada	gr	5.5	S/ 0.009	S/ 0.05	
IN08	Aji limo	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.04	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN10	Cebolla	gr	27.5	S/ 0.009	S/ 0.23	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN11	Camote	gr	55	S/ 0.003	S/ 0.17	
IN17	Lechuga	hoja	0.5	S/ 0.284	S/ 0.14	
IN13	Chifles	gr	22.5	S/ 0.082	S/ 1.84	

Filete de Pescado						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 3.34
<b>Costo Total Filete de Pescado=</b>						<b>S/ 13.20</b>
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN01	Filete de pescado	gr	1	S/ 0.002	S/ 0.00	
IN38	Papa entera	gr	170	S/ 0.007	S/ 1.19	
IN36	Harina	gr	37.5	S/ 0.013	S/ 0.47	
IN19	Ajo	gr	4	S/ 0.005	S/ 0.02	
IN29	Esencia de pescado	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.04	
IN51	Leche de tigre	ml	45	S/ 0.004	S/ 0.18	
IN03	Arroz	gr	170	S/ 0.004	S/ 0.64	
IN09	Limón	uni	2	S/ 0.133	S/ 0.27	
IN17	Lechuga	hoja	0.5	S/ 0.284	S/ 0.14	
IN14	Tomate	gr	22.5	S/ 0.005	S/ 0.11	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN10	Cebolla	gr	22.5	S/ 0.009	S/ 0.19	

Causa de Pulpa de Cangrejo						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 9.84
<b>Costo Total Causa de Pulpa de Cangrejo=</b>						<b>S/ 19.69</b>
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN23	Puré de papas	gr	95	S/ 0.007	S/ 0.67	
IN31	Pulpa de cangrejo	gr	50	S/ 0.165	S/ 8.23	
IN09	Limón	uni	1.5	S/ 0.133	S/ 0.20	
IN24	Sal condimentada	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.03	
IN40	Mayonesa	gr	37.5	S/ 0.012	S/ 0.46	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN08	Aji limo	gr	1.5	S/ 0.009	S/ 0.01	
IN48	Crema de rocoto	gr	37.5	S/ 0.004	S/ 0.15	

Ceviche de Pescado y Pulpo						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 6.04
<b>Costo Total Ceviche de Pescado y Pulpo=</b>						<b>S/ 15.89</b>
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN01	Filete de pescado	gr	90	S/ 0.002	S/ 0.19	
IN16	Pulpo	gr	90	S/ 0.023	S/ 2.07	
IN10	Cebolla	gr	27.5	S/ 0.009	S/ 0.23	
IN07	Mote	gr	45	S/ 0.007	S/ 0.32	
IN11	Camote	gr	55	S/ 0.003	S/ 0.17	
IN17	Lechuga	hoja	0.5	S/ 0.284	S/ 0.14	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN08	Aji limo	gr	5.5	S/ 0.009	S/ 0.05	
IN12	Cilandro	gr	2.5	S/ 0.023	S/ 0.06	
IN51	Leche de tigre	ml	115	S/ 0.004	S/ 0.46	
IN24	Sal condimentada	gr	5.5	S/ 0.009	S/ 0.05	
IN13	Chifles	gr	22.5	S/ 0.082	S/ 1.84	

Parihuela						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 16.60
<b>Costo Total Parihuela=</b>						<b>S/ 26.45</b>
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN01	Filete de pescado	gr	1	S/ 0.002	S/ 0.00	
IN31	Pulpa de cangrejo	gr	47.5	S/ 0.165	S/ 7.81	
IN30	Aderezo	gr	210	S/ 0.023	S/ 4.74	
IN18	Mixtura de mariscos	gr	82.5	S/ 0.026	S/ 2.14	
IN51	Leche de tigre	ml	95	S/ 0.004	S/ 0.38	
IN20	Vino	ml	17.5	S/ 0.021	S/ 0.37	
IN34	Agua	ml	425	S/ 0.001	S/ 0.60	
IN32	Kion	ml	1.5	S/ 0.006	S/ 0.01	
IN19	Ajo	gr	4	S/ 0.005	S/ 0.02	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN10	Cebolla	gr	27.5	S/ 0.009	S/ 0.23	
IN05	Leche	ml	27.5	S/ 0.007	S/ 0.19	

Pulpo a la Chalaca						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 7.70
Costo Total Pulpo a la Chalaca=						S/ 17.55
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN16	Pulpo	gr	77.5	S/ 0.023	S/ 1.78	
IN10	Cebolla	gr	85	S/ 0.009	S/ 0.72	
IN14	Tomate	gr	30	S/ 0.005	S/ 0.15	
IN07	Mote	gr	75	S/ 0.007	S/ 0.53	
IN04	Acetite de Oliva	ml	47.5	S/ 0.026	S/ 1.23	
IN15	Pimienta	gr	1.5	S/ 0.028	S/ 0.04	
IN25	Sal	gr	4	S/ 0.002	S/ 0.01	
IN26	Sazonador	gr	5	S/ 0.008	S/ 0.04	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN43	Crema de la casa	gr	135	S/ 0.004	S/ 0.54	
IN13	Chifles	gr	22.5	S/ 0.082	S/ 1.84	
IN11	Camote	gr	55	S/ 0.003	S/ 0.27	

Ceviche de Conchas Negras						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 19.05
Costo Total Ceviche de Conchas Negras=						S/ 28.91
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN37	Conchas negras	uni	11	S/ 1.429	S/ 15.71	
IN07	Mote	gr	45	S/ 0.007	S/ 0.32	
IN10	Cebolla	gr	27.5	S/ 0.009	S/ 0.23	
IN08	Aji limo	gr	5.5	S/ 0.009	S/ 0.05	
IN12	Cilandro	gr	2.5	S/ 0.023	S/ 0.06	
IN11	Camote	gr	55	S/ 0.003	S/ 0.17	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN24	Sal condimentada	gr	4.5	S/ 0.009	S/ 0.04	
IN26	Sazonador	gr	2.5	S/ 0.008	S/ 0.02	
IN19	Ajo	gr	2.5	S/ 0.005	S/ 0.01	
IN13	Chifles	gr	22.5	S/ 0.082	S/ 1.84	
IN17	Lechuga	hoja	0.5	S/ 0.284	S/ 0.14	

Chilcano Especial						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 3.20
Costo Total Chilcano Especial=						S/ 13.05
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN34	Agua	ml	725	S/ 0.001	S/ 1.02	
IN01	Filete de pescado	gr	22.5	S/ 0.002	S/ 0.05	
IN02	Choros	gr	22.5	S/ 0.022	S/ 0.49	
IN35	Pota	gr	17.5	S/ 0.010	S/ 0.18	
IN51	Leche de tigre	ml	95	S/ 0.004	S/ 0.38	
IN33	Hondashi	gr	2.5	S/ 0.065	S/ 0.16	
IN32	Kion	ml	4	S/ 0.006	S/ 0.02	
IN19	Ajo	gr	2.5	S/ 0.005	S/ 0.01	
IN21	Dóna Gusta	gr	4	S/ 0.004	S/ 0.02	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN10	Cebolla	gr	27.5	S/ 0.009	S/ 0.23	
IN09	Limón	uni	4	S/ 0.133	S/ 0.53	

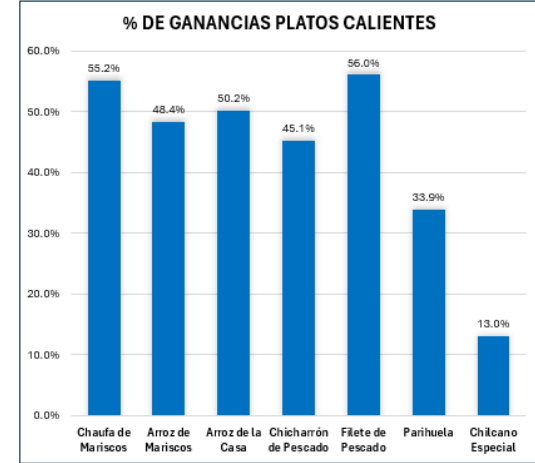
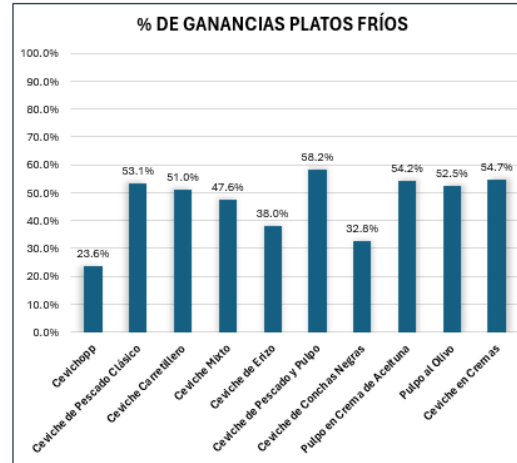
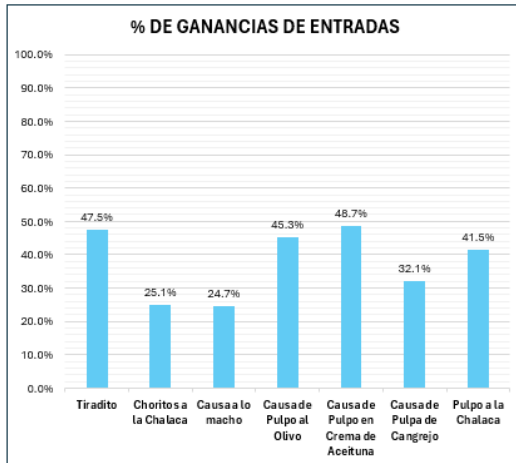
Pulpo en Crema de Azeituna						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 6.18
Costo Total Pulpo en Crema de Azeituna=						S/ 16.03
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN16	Pulpo	gr	125	S/ 0.023	S/ 2.87	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN24	Sal condimentada	gr	5.5	S/ 0.009	S/ 0.05	
IN47	Crema de azeituna	gr	65	S/ 0.004	S/ 0.26	
IN08	Aji limo	gr	2.5	S/ 0.009	S/ 0.02	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN13	Chifles	gr	22.5	S/ 0.082	S/ 1.84	
IN11	Camote	gr	55	S/ 0.003	S/ 0.17	
IN07	Mote	gr	45	S/ 0.007	S/ 0.32	
IN51	Leche de tigre	ml	25	S/ 0.004	S/ 0.10	

Pulpo al Olivo						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 6.76
Costo Total Pulpo al Olivo=						S/ 16.61
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN16	Pulpo	gr	125	S/ 0.023	S/ 2.87	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN24	Sal condimentada	gr	5.5	S/ 0.009	S/ 0.05	
IN04	Acetite de Oliva	ml	32.5	S/ 0.026	S/ 0.84	
IN08	Aji limo	gr	2.5	S/ 0.009	S/ 0.02	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	
IN13	Chifles	gr	22.5	S/ 0.082	S/ 1.84	
IN11	Camote	gr	55	S/ 0.003	S/ 0.17	
IN07	Mote	gr	45	S/ 0.007	S/ 0.32	
IN51	Leche de tigre	ml	25	S/ 0.004	S/ 0.10	

Ceviche en Cremas						
Gastos Fijos del mes						S/ 9.85
Gastos Variables						S/ 4.64
Costo Total Ceviche en Cremas=						S/ 14.50
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio U.	Parcial	
IN01	Filete de pescado	gr	190	S/ 0.002	S/ 0.40	
IN09	Limón	uni	3.5	S/ 0.133	S/ 0.47	
IN52	Crema	gr	110	S/ 0.004	S/ 0.44	
IN10	Cebolla	gr	27.5	S/ 0.009	S/ 0.23	
IN07	Mote	gr	45	S/ 0.007	S/ 0.32	
IN51	Leche de tigre	ml	115	S/ 0.004	S/ 0.46	
IN11	Camote	gr	55	S/ 0.003	S/ 0.17	
IN08	Aji limo	gr	4	S/ 0.009	S/ 0.04	
IN24	Sal condimentada	gr	5.5	S/ 0.009	S/ 0.05	
IN17	Lechuga	hoja	0.5	S/ 0.284	S/ 0.14	
IN13	Chifles	gr	22.5	S/ 0.082	S/ 1.84	
IN12	Cilandro	gr	4	S/ 0.023	S/ 0.09	

## % De Ganancias

Plato	Costo	Precio de Venta	%	
Tiradito	S/ 11.54	S/ 22.00	47.5%	
Choritos a la Chalaca	S/ 17.97	S/ 24.00	25.1%	
Causa a lo macho	S/ 20.34	S/ 27.00	24.7%	
Causa de Pulpo al Olivo	S/ 15.31	S/ 28.00	45.3%	
Causa de Pulpo en Crema de Aceituna	S/ 14.38	S/ 28.00	48.7%	
Causa de Pulpa de Cangrejo	S/ 19.69	S/ 29.00	32.1%	
Pulpo a la Chalaca	S/ 17.55	S/ 30.00	41.5%	
Cevichopp	S/ 14.51	S/ 19.00	23.6%	
Ceviche de Pescado Clásico	S/ 14.06	S/ 30.00	53.1%	
Ceviche Carretillero	S/ 14.70	S/ 30.00	51.0%	
Ceviche Mixto	S/ 17.30	S/ 33.00	47.6%	
Ceviche de Erizo	S/ 23.55	S/ 38.00	38.0%	
Ceviche de Pescado y Pulpo	S/ 15.89	S/ 38.00	58.2%	
Ceviche de Conchas Negras	S/ 28.91	S/ 43.00	32.8%	
Pulpo en Crema de Aceituna	S/ 16.03	S/ 35.00	54.2%	
Pulpo al Olivo	S/ 16.61	S/ 35.00	52.5%	
Ceviche en Cremas	S/ 14.50	S/ 32.00	54.7%	
Chaufa de Mariscos	S/ 14.80	S/ 33.00	55.2%	
Arroz de Mariscos	S/ 18.08	S/ 35.00	48.4%	
Arroz de la Casa	S/ 17.43	S/ 35.00	50.2%	
Chicharrón de Pescado	S/ 19.76	S/ 36.00	45.1%	
Filete de Pescado	S/ 13.20	S/ 30.00	56.0%	
Parihuela	S/ 26.45	S/ 40.00	33.9%	
Chilcano Especial	S/ 13.05	S/ 15.00	13.0%	



**ANEXO 13**

**Registro del total de cantidades de platos vendidos en Cevichito Pliz**

**(Marz2023 – Agosto 2023)**

<b>Mes</b>	<b>Producto</b>	<b>Cantidad Vendida</b>	<b>Monto Total</b>
Mar-23	ARMA TU PAR	105.00	4095.00
Mar-23	CEVICHE DE PESCADO CLASICO	63.00	1764.00
Mar-23	CEVICHE MIXTO	45.00	1350.00
Mar-23	CEVICHE EN CREMA ROCOTO	39.00	1170.00
Mar-23	CHORITOS A LA CHALACA	39.00	858.00
Mar-23	CEVICHE CARRETIILLERO	30.00	900.00
Mar-23	CEVICHOPP	28.00	532.00
Mar-23	CEVICHE EN CREMA DE LA CASA	24.00	720.00
Mar-23	CHICHARRON DE PESCADO	18.00	630.00
Mar-23	ARROZ DE MARISCOS	15.00	480.00
Mar-23	CHILCANO ESPECIAL	13.00	130.00
Mar-23	FILETE DE PESCADO	13.00	390.00
Mar-23	CAUSA DE PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	9.00	243.00
Mar-23	CHAUFA DE MARISCOS	9.00	288.00
Mar-23	CEVICHE DE PESCADO Y PULPO	7.00	252.00
Mar-23	PARIHUELA	7.00	280.00
Mar-23	ARROZ DE LA CASA	5.00	175.00
Mar-23	TIRADITO CREMA DE ACEITUNA	4.00	88.00
Mar-23	CAUSA A LO MACHO	4.00	100.00
Mar-23	PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	4.00	140.00
Mar-23	CHAUFA DE PESCADO	3.00	96.00
Mar-23	CAUSA EN 3 CREMAS	3.00	84.00
Mar-23	PULPO AL OLIVO	3.00	105.00
Mar-23	CEVICHE EN CREMA ACEITUNA	3.00	90.00
Mar-23	1/2 CEVICHE DE PESCADO	2.00	40.00
Mar-23	CEVICHE DE ERIZO	2.00	70.00
Mar-23	TIRADITO TRADICIONAL	2.00	44.00
Mar-23	1/2 ARROZ DE MARISCOS	1.00	20.00
Mar-23	DUO ESPECIAL CALIENTE-CALIENTE	1.00	43.00
Mar-23	CEVICHE EN CREMA AJI AMARILLO	1.00	30.00
Mar-23	TIRADITO CREMA DE LA CASA	1.00	22.00
Mar-23	CAUSA DE PULPA DE CANGREJO	1.00	27.00
Mar-23	CAUSA DE PULPO AL OLIVO	1.00	25.00
Mar-23	FILETE DE PESCADO A LO MACHO	1.00	33.00
Mar-23	TIRADITO AJI AMARILLO	1.00	22.00

Mes	Producto	Cantidad Vendida	Monto Total
Abr-23	DUO FRIO + CALIENTE	129.00	5031.00
Abr-23	CHORITOS A LA CHALACA	53.00	1268.00
Abr-23	CEVICHE DE PESCADO CLASICO	45.00	1348.00
Abr-23	CEVICHE CARRETIILLERO	39.00	1170.00
Abr-23	CEVICHE MIXTO	36.00	1167.00
Abr-23	CEVICHE EN CREMA DE LA CASA	32.00	1014.00
Abr-23	CEVICHOPP	25.00	475.00
Abr-23	CHICHARRON DE PESCADO	21.00	754.00
Abr-23	CHILCANO ESPECIAL	20.00	230.00
Abr-23	CEVICHE EN CREMA ROCOTO	19.00	606.00
Abr-23	FILETE DE PESCADO	18.00	540.00
Abr-23	ARROZ DE MARISCOS	18.00	624.00
Abr-23	CAUSA DE PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	17.00	476.00
Abr-23	MARTES DE CEVICHITO 3X2 CORONA	17.00	340.00
Abr-23	CHAUFA DE MARISCOS	17.00	560.00
Abr-23	CEVICHE DE CONCHAS NEGRAS	16.00	688.00
Abr-23	ADICIONAL DE MARISCOS	13.00	26.00
Abr-23	ADICIONAL DE CREMA	12.00	24.00
Abr-23	ARMA TU PAR	11.00	429.00
Abr-23	CEVICHE DE PESCADO Y PULPO	11.00	416.00
Abr-23	PULPO AL OLIVO	9.00	315.00
Abr-23	PARIHUELA	9.00	360.00
Abr-23	CAUSA DE PULPA DE CANGREJO	9.00	261.00
Abr-23	CAUSA DE PULPO AL OLIVO	9.00	252.00
Abr-23	PULPO A LA CHALACA	8.00	240.00
Abr-23	PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	8.00	280.00
Abr-23	CAUSA A LO MACHO	5.00	133.00
Abr-23	DUO CALIENTE + CALIENTE	4.00	176.00
Abr-23	QUESO HELADO	4.00	32.00
Abr-23	TIRADITO CREMA DE LA CASA	4.00	96.00
Abr-23	ARROZ DE LA CASA	3.00	105.00
Abr-23	TIRADITO CREMA DE ACEITUNA	3.00	72.00
Abr-23	TIRADITO TRADICIONAL	3.00	66.00
Abr-23	PESCADO A LA PLANCHA	3.00	54.00
Abr-23	CHAUFA DE PESCADO	3.00	99.00
Abr-23	CHILCANO	2.00	30.00
Abr-23	FILETE DE PESCADO A LO MACHO	2.00	66.00
Abr-23	1/2 CEVICHE DE PESCADO	2.00	40.00
Abr-23	1/2 ARROZ DE MARISCOS	2.00	40.00
Abr-23	TIRADITO AJI AMARILLO	2.00	48.00
Abr-23	MARTES DE CEVICHITO 3X2 CEVICHE	2.00	120.00
Abr-23	LECHE DE TIGRE	1.00	10.00
Abr-23	FILETE DE PESCADO (SOLO)	1.00	18.00
Abr-23	TIRADITO AL OLIVO	1.00	24.00
Abr-23	CEVICHE EN CREMA ACEITUNA	1.00	32.00
Abr-23	CEVICHE DE ERIZO	1.00	38.00
Abr-23	CAUSA EN 3 CREMAS	1.00	28.00
Abr-23	CEVICHE EN CREMA AJI AMARILLO	1.00	32.00

Mes	Producto	Cantidad Vendida	Monto Total
May-23	DUO FRIO + CALIENTE	192.00	7546.00
May-23	CEVICHE DE PESCADO CLASICO	71.00	2130.00
May-23	CHORITOS A LA CHALACA	67.00	1608.00
May-23	CEVICHE CARRETILLERO	44.00	1320.00
May-23	CHICHARRON DE PESCADO	42.00	1512.00
May-23	CEVICHE MIXTO	36.00	1188.00
May-23	FILETE DE PESCADO	34.00	1020.00
May-23	CEVICHOPP	33.00	627.00
May-23	CEVICHE EN CREMA ROCOTO	30.00	960.00
May-23	CHAUFA DE MARISCOS	24.00	792.00
May-23	CHILCANO ESPECIAL	24.00	288.00
May-23	CEVICHE DE PESCADO Y PULPO	22.00	836.00
May-23	CEVICHE DE CONCHAS NEGRAS	19.00	817.00
May-23	PARIHUELA	18.00	720.00
May-23	CEVICHE EN CREMA DE LA CASA	17.00	544.00
May-23	ARROZ DE MARISCOS	15.00	525.00
May-23	QUESO HELADO	13.00	104.00
May-23	CAUSA DE PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	12.00	336.00
May-23	PULPO A LA CHALACA	12.00	360.00
May-23	ADICIONAL DE CREMA	12.00	24.00
May-23	ARROZ DE LA CASA	8.00	280.00
May-23	CEVICHE DE ERIZO	8.00	304.00
May-23	CAUSA A LO MACHO	8.00	216.00
May-23	ADICIONAL DE MARISCOS	7.00	14.00
May-23	DUO CALIENTE + CALIENTE	7.00	308.00
May-23	MARTES DE CEVICHITO 3X2 CORONA	7.00	140.00
May-23	PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	6.00	210.00
May-23	PULPO AL OLIVO	5.00	175.00
May-23	CAUSA DE PULPO AL OLIVO	5.00	140.00
May-23	TIRADITO CREMA DE ROCOTO	5.00	120.00
May-23	1/2 CEVICHE DE PESCADO	4.00	80.00
May-23	CAUSA DE PULPA DE CANGREJO	4.00	116.00
May-23	CEVICHE EN CREMA AJI AMARILLO	4.00	128.00
May-23	MILANESA DE POLLO	3.00	45.00
May-23	TIRADITO TRADICIONAL	3.00	66.00
May-23	TIRADITO AJI AMARILLO	2.00	48.00
May-23	MARTES DE CEVICHITO 3X2 CEVICHE	2.00	120.00
May-23	CHAUFA DE PESCADO	2.00	66.00
May-23	SUDADO	1.00	25.00
May-23	LECHE DE TIGRE	1.00	10.00
May-23	1/2 CHICHARRON DE PESCADO	1.00	20.00
May-23	ADICIONAL DE PESCADO	1.00	4.00
May-23	FILETE DE PESCADO (SOLO)	1.00	18.00

Mes	Producto	Cantidad Vendida	Monto Total
Jun-23	DUO FRIO + CALIENTE	220.00	8734.00
Jun-23	CEVICHE DE PESCADO CLASICO	102.00	3060.00
Jun-23	CHORITOS A LA CHALACA	69.00	1656.00
Jun-23	CEVICHE MIXTO	49.00	1617.00
Jun-23	CHICHARRON DE PESCADO	48.00	1728.00
Jun-23	FILETE DE PESCADO	40.00	1200.00
Jun-23	CEVICHE CARRETILLERO	38.00	1140.00
Jun-23	CHILCANO ESPECIAL	36.00	432.00
Jun-23	ARROZ DE MARISCOS	30.00	1050.00
Jun-23	CEVICHE DE PESCADO Y PULPO	24.00	912.00
Jun-23	CHAUFA DE MARISCOS	23.00	759.00
Jun-23	CEVICHE EN CREMA DE LA CASA	20.00	640.00
Jun-23	CEVICHE EN CREMA ROCOTO	19.00	608.00
Jun-23	CEVICHE DE CONCHAS NEGRAS	19.00	817.00
Jun-23	ARROZ DE LA CASA	17.00	595.00
Jun-23	CAUSA DE PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	16.00	448.00
Jun-23	CAUSA A LO MACHO	15.00	405.00
Jun-23	ADICIONAL DE CREMA	15.00	30.00
Jun-23	CAUSA DE PULPA DE CANGREJO	14.00	406.00
Jun-23	CEVICHE DE ERIZO	14.00	532.00
Jun-23	PARIHUELA	12.00	480.00
Jun-23	CAUSA DE PULPO AL OLIVO	12.00	336.00
Jun-23	PULPO AL OLIVO	11.00	385.00
Jun-23	PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	11.00	385.00
Jun-23	CEVICHE EN CREMA AJI AMARILLO	9.00	288.00
Jun-23	TIRADITO TRADICIONAL	8.00	176.00
Jun-23	DUO CALIENTE + CALIENTE	8.00	352.00
Jun-23	QUESO HELADO	7.00	56.00
Jun-23	LECHE DE TIGRE	5.00	50.00
Jun-23	1/2 CEVICHE DE PESCADO	5.00	100.00
Jun-23	TIRADITO CREMA DE ACEITUNA	3.00	72.00
Jun-23	TIRADITO CREMA DE LA CASA	2.00	48.00
Jun-23	CEVICHE EN CREMA ACEITUNA	2.00	64.00
Jun-23	TIRADITO CREMA DE ROCOTO	2.00	48.00
Jun-23	1/2 ARROZ DE MARISCOS	2.00	40.00
Jun-23	PULPO A LA CHALACA	1.00	30.00
Jun-23	CAUSA EN 3 CREMAS	1.00	28.00
Jun-23	ADICIONAL DE ERIZO	1.00	4.00
Jun-23	CHAUFA DE PESCADO	1.00	33.00
Jun-23	CANCHA TAPER 1 LT	1.00	10.00
Jun-23	TIRADITO AJI AMARILLO	1.00	24.00

Mes	Producto	Cantidad Vendida	Monto Total
Jul-23	DUO FRIO + CALIENTE	236.00	9342.00
Jul-23	CEVICHE DE PESCADO CLASICO	74.00	2220.00
Jul-23	CHORITOS A LA CHALACA	62.00	1488.00
Jul-23	CEVICHE MIXTO	47.00	1551.00
Jul-23	CHICHARRON DE PESCADO	42.00	1512.00
Jul-23	FILETE DE PESCADO	42.00	1260.00
Jul-23	CEVICHOOPP	37.00	703.00
Jul-23	CEVICHE CARRETILLERO	32.00	960.00
Jul-23	CEVICHE DE PESCADO Y PULPO	24.00	912.00
Jul-23	CEVICHE DE CONCHAS NEGRAS	23.00	989.00
Jul-23	CHILCANO ESPECIAL	21.00	252.00
Jul-23	CAUSA DE PULPA DE CANGREJO	21.00	609.00
Jul-23	ADICIONAL DE CREMA	18.00	36.00
Jul-23	ARROZ DE MARISCOS	17.00	595.00
Jul-23	CEVICHE EN CREMA ROCOTO	14.00	448.00
Jul-23	CHAUFA DE MARISCOS	12.00	396.00
Jul-23	CAUSA DE PULPO AL OLIVO	11.00	308.00
Jul-23	ARROZ DE LA CASA	11.00	385.00
Jul-23	CAUSA A LO MACHO	11.00	297.00
Jul-23	DUO CALIENTE + CALIENTE	11.00	484.00
Jul-23	QUESO HELADO	10.00	80.00
Jul-23	CAUSA DE PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	9.00	252.00
Jul-23	CEVICHE EN CREMA AJI AMARILLO	9.00	288.00
Jul-23	PARIHUELA	9.00	360.00
Jul-23	PULPO A LA CHALACA	7.00	210.00
Jul-23	CEVICHE EN CREMA DE LA CASA	6.00	192.00
Jul-23	CEVICHE DE ERIZO	5.00	190.00
Jul-23	PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	5.00	175.00
Jul-23	TIRADITO TRADICIONAL	4.00	88.00
Jul-23	TIRADITO CREMA DE ROCOTO	4.00	96.00
Jul-23	CHAUFA DE PESCADO	4.00	132.00
Jul-23	PULPO AL OLIVO	3.00	105.00
Jul-23	CEVICHE EN CREMA ACEITUNA	2.00	64.00
Jul-23	MARTES DE CEVICITO 3X2 CEVICHE	2.00	120.00
Jul-23	LECHE DE TIGRE	2.00	20.00
Jul-23	TIRADITO AL OLIVO	2.00	48.00
Jul-23	1/2 ARROZ DE MARISCOS	1.00	20.00
Jul-23	1/2 CEVICHE DE PESCADO	1.00	20.00
Jul-23	TIRADITO CREMA DE ACEITUNA	1.00	24.00
Jul-23	TIRADITO CREMA DE LA CASA	1.00	24.00

Mes	Producto	Cantidad Vendida	Monto Total
Ago-23	DUO FRIO + CALIENTE	177.00	6937.00
Ago-23	CEVICHE DE PESCADO CLASICO	73.00	2190.00
Ago-23	FILETE DE PESCADO	39.00	1170.00
Ago-23	CEVICHOPP	36.00	684.00
Ago-23	CHICHARRON DE PESCADO	35.00	1260.00
Ago-23	CEVICHE MIXTO	33.00	1089.00
Ago-23	ADICIONAL DE CREMA	29.00	58.00
Ago-23	CEVICHE CARRETILLERO	28.00	840.00
Ago-23	CHORITOS A LA CHALACA	26.00	624.00
Ago-23	CEVICHE DE PESCADO Y PULPO	22.00	836.00
Ago-23	ARROZ DE MARISCOS	21.00	735.00
Ago-23	CHILCANO ESPECIAL	21.00	252.00
Ago-23	DUO CALIENTE + CALIENTE	15.00	660.00
Ago-23	CEVICHE EN CREMA ROCOTO	15.00	480.00
Ago-23	CEVICHE DE CONCHAS NEGRAS	15.00	645.00
Ago-23	CAUSA DE PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	14.00	392.00
Ago-23	CHAUFA DE MARISCOS	13.00	429.00
Ago-23	TIRADITO TRADICIONAL	12.00	264.00
Ago-23	CAUSA DE PULPA DE CANGREJO	11.00	319.00
Ago-23	PULPO A LA CHALACA	11.00	330.00
Ago-23	PULPO AL OLIVO	9.00	315.00
Ago-23	CAUSA A LO MACHO	9.00	243.00
Ago-23	CEVICHE DE ERIZO	8.00	304.00
Ago-23	CAUSA DE PULPO AL OLIVO	8.00	224.00
Ago-23	PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	6.00	210.00
Ago-23	PARIHUELA	6.00	240.00
Ago-23	ARROZ DE LA CASA	6.00	210.00
Ago-23	CHAUFA DE PESCADO	4.00	132.00
Ago-23	CEVICHE EN CREMA AJI AMARILLO	3.00	96.00
Ago-23	CEVICHE EN CREMA ACEITUNA	2.00	64.00
Ago-23	LECHE DE TIGRE	2.00	20.00
Ago-23	TIRADITO CREMA DE ROCOTO	2.00	48.00
Ago-23	CEVICHE EN CREMA DE LA CASA	2.00	64.00
Ago-23	TIRADITO AL OLIVO	1.00	24.00
Ago-23	1/2 CEVICHE DE PESCADO	1.00	20.00
Ago-23	1/2 CHICHARRON DE PESCADO	1.00	20.00
Ago-23	TIRADITO AJI AMARILLO	1.00	24.00

## ANEXO 14

### Prueba al vacío cantidad de ingredientes - Cevichito Pliz

Chef:	Lenin A.	Miguel A.	
<b>TIRADITO</b>			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Filete de pescado	110	120	gr
Mote	30	30	gr
Sal condimentada	5	8	gr
Cilandro	3	5	gr
Ají limo	3	5	gr
Limón	3	4	uni
Leche de tigre	50	60	ml
Cebolla	10	12	gr
Camote	80	100	gr
<b>CHORITO A LA CHALACA</b>			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Choros	90	100	gr
Cebolla	80	90	gr
Tomate	25	35	gr
Mote	70	80	gr
Aceite de oliva	45	50	ml
Pimienta	1	2	gr
Sal + sasonador	3	5	gr
Cilandro	3	5	gr
Limón	3	4	uni
Chifles	20	25	gr
Camote	50	60	gr
Crema de la casa	130	140	gr
<b>CAUSA A LO MACHO</b>			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Pure de papas	90	100	gr
Mixtura de marisco	180	200	gr
Aderezo	130	140	gr
Ají limo	3	5	gr
Vino	15	20	gr
Leche	45	50	ml
Cilandro	3	5	gr
Ajo	4	5	gr
Ají amarillo	10	12	gr
Salsa de Langostin	30	35	ml
Limón	3	4	uni
Sal + sasonador	3	5	gr

Chef:	Lenin A.	Miguel A.	
<b>CAUSA DE PULPO EN CREMA DE ACEITUNA</b>			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Pure de papas	90	100	gr
Pulpo	125	130	gr
Sal condimentada	3	5	gr
Limón	3	4	uni
Crema de aceituna	70	80	gr
Cilandro	3	5	gr
Ají limo	3	5	gr
<b>CAUSA DE PULPA DE CANGREJO</b>			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Pure de papas	90	100	gr
Pulpa de cangrejo	50	50	gr
Limón	1	2	uni
Sal condimentada	3	5	gr
Mayonesa	35	40	gr
Cilandro	3	5	gr
Ají limo	1	2	gr
Crema de Rocoto	35	40	gr
<b>PULPO A LA CHALACA</b>			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Pulpo	125	130	gr
cebolla	80	90	gr
Tomate	25	35	gr
Mote	70	80	gr
Aceite de oliva	45	50	ml
Pimienta	1	2	gr
Sal + sasonador	3	5	gr
Cilandro	3	5	gr
Limón	4	3	uni
Crema de la casa	140	130	gr
Camote	50	60	gr
Chifles	25	20	gr
<b>CAUSA DE PULPO AL OLIVO</b>			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Pure de papas	90	100	gr
Pulpo	125	130	gr
Aceite de oliva	45	50	ml
Cilandro	3	5	gr
Ají limo	3	5	gr
Limón	3	4	uni
Sal + sasonador	3	5	gr

Chef:	Lenin A.	Miguel A.	
<b>CEVICHOPP</b>			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Pescado	110	100	gr
Limón	5	4	un
Camote	60	50	gr
Cebolla	25	30	gr
Sal condimentada	6	7	gr
Mote	50	40	gr
Leche de tigre	140	130	ml
Ají limo	3	5	gr
Lechuga	1/2	1/2	hoja
Chifles	30	25	gr
Cilandro	3	5	gr
<b>CEVICHE DE PESCADO CLASICO</b>			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Pescado	200	180	gr
Limón	4	3	un
cebolla	25	30	gr
Mote	40	50	gr
Leche de tigre	110	120	ml
Camote	50	60	gr
Ají limo	3	5	gr
Sal condimentada	6	5	gr
Lechuga	1/2	1/2	hoja
Chifles	20	25	gr
Cilandro	3	5	gr
<b>CEVICHE CARRETIILERO</b>			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Pescado	120	110	gr
Pota	50	45	gr
cebolla	30	25	gr
Crema de Rocoto	100	80	ml
Kion	2	3	ml
Salsa de Langostino	5	7	ml
Mote	40	50	gr
leche de tigre	100	80	ml
camote	50	60	gr
Limón	3	4	uni
Cilandro	5	3	gr
Sal condimentada	6	5	gr
Lechuga	1/2	1/2	hoja
Chifles	25	20	gr
Ají limo	3	5	gr

Chef: <b>Lenin A. Miguel A.</b>			
CEVICHE MIXTO			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Pescado	70	60	gr
Mixtura de mariscos	130	140	gr
Cebolla	25	30	gr
Mote	50	40	gr
Camote	50	60	gr
Limón	3	4	uni
Leche de tigre	110	120	ml
Cilandro	5	3	gr
Ají limo	5	3	gr
Sal condimentada	5	6	gr
Lechuga	12	12	hoja
Chifles	20	25	gr
CEVICHE DE ERIZO			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Erizo	1	1	uni.
Mote	50	40	gr
Crema de Rocoto	100	80	ml
Sal condimentada	5	6	gr
Ají limo	3	5	gr
Cilandro	3	5	gr
Cebolla	25	30	gr
Limón	3	4	uni.
Camote	60	50	gr
Lechuga	12	12	hoja
Chifles	25	20	gr
CEVICHE DE PESCADO Y PULPO			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Pescado	80	100	gr
Pulpo	80	100	gr
Cebolla	25	30	gr
Mote	50	40	gr
Camote	60	50	gr
Lechuga	12	12	hoja
Limón	3	4	uni.
Ají limo	6	5	gr
Cilandro	2	3	gr
Leche de tigre	110	120	ml
Sal condimentada	5	6	gr
Chifles	20	25	gr

Chef: <b>Lenin A. Miguel A.</b>			
CEVICHE DE CONCHAS NEGRAS			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Conchas negras	10	12	uni
Mote	40	50	gr
Cebolla	30	25	gr
Ají limo	5	6	gr
Cilandro	2	3	gr
Camote	60	50	gr
Limón	3	4	uni
Sal condimentada	4	5	gr
Sazonador	3	2	gr
Ajo	3	2	gr
Chifles	20	25	gr
Lechuga	12	12	hoja
CEVICHE EN CREMAS			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Pescado	180	200	gr
Limón	3	4	un
Crema	120	100	ml
Cebolla	25	30	gr
Mote	40	50	gr
Leche de tigre	120	110	ml
Camote	50	60	gr
Ají limo	5	3	gr
Sal condimentada	6	5	gr
Lechuga	12	12	hoja
Chifles	20	25	gr
Cilandro	5	3	gr
PULPO EN CREMA DE ACEITUNA			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Pulpo	120	130	gr
Limón	4	3	un
Sal condimentada	6	5	gr
Crema de aceituna	60	70	ml
Ají limo	2	3	gr
Cilandro	3	5	gr
Chifles	20	25	gr
Camote	60	50	gr
Mote	40	50	gr
Leche de tigre	20	30	ml
PULPO AL OLIVO			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Pulpo	130	120	gr
Limón	4	3	un
Sal condimentada	5	6	gr
Aceite de Oliva	30	35	ml
Ají limo	3	2	gr
Cilandro	3	5	gr
Chifles	20	25	gr
Camote	50	60	gr
Mote	40	50	gr
Leche de tigre	30	20	ml







Chef: <b>Lenin A. Miguel A.</b>			
CHAUFA DE MARISCOS			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Mixtura de mariscos	130	140	gr
Huevo	45	50	gr
Arroz	280	260	gr
Cebolla	17	15	gr
Kion	2	3	ml
Base de salsa soya	30	35	ml
Hondashi	1	1	gr
Esencia de pescado	4	3	gr
Holantao	5	3	gr
Frejol chino	3	5	gr
Limón	3	4	uni
Cilandro	5	3	gr
Wantan	5	7	gr
ARROZ DE MARISCOS			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Mixtura de mariscos	130	140	gr
Arroz	280	260	gr
Base de salsa madre	220	200	ml
Vino	10	15	ml
Leche	30	25	ml
Cilandro	3	5	gr
Hondashi	1	2	gr
Esencia de pescado	3	3	gr
Ajo	3	5	gr
Mote	50	60	gr
Queso	3	5	gr
Azucar	3	5	gr
Matequilla	20	15	gr
Limón	4	3	uni
Cebolla	5	3	gr
ARROZ DE LA CASA			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Mixtura de mariscos	140	130	gr
Arroz	260	280	gr
Salsa de la casa	220	200	ml
Vino	10	15	ml
Leche	30	25	ml
Cilandro	3	5	gr
Hondashi	1	2	gr
Esencia de pescado	3	3	gr
Ajo	3	5	gr
Mote	50	60	gr
Queso	3	5	gr
Azucar	0.5	1	gr
Matequilla	20	15	gr
Limón	4	3	uni
Cebolla	5	3	gr

Chef: <b>Lenin A. Miguel A.</b>			
<b>CHICHARRON DE PESCADO</b>			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Pescado	280	300	gr
Limón	2	2	uni
Papa entera	240	250	gr
Ajo	5	3	gr
Esencia de pescado	5	3	gr
Harina	40	35	gr
Leche de tigre	40	50	ml
Cebolla	12	12	hoja
Lechuga	20	25	gr
Tomate	20	25	gr
Cilandro	3	5	gr
<b>FILETE DE PESCADO</b>			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Filete de pescado	1	1	uni
Papa entera	180	160	gr
Harina	35	40	gr
Ajo	5	3	gr
Esencia de pescado	5	3	gr
Leche de tigre	50	40	ml
Arroz	165	175	gr
Limón	2	2	uni
Lechuga	12	12	hoja
Tomate	20	25	gr
Cilandro	3	5	gr
Cebolla	20	25	gr
<b>PARIHUELA</b>			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Filete de pescado	1	1	uni
Pulpa de cangrejo	45	50	gr
Aderezo	220	200	ml
Mixtura de mariscos	80	85	gr
Leche de tigre	90	100	ml
Vino	20	15	ml
Agua	400	450	ml
Kion	1	2	ml
Ajo	5	3	gr
Cilandro	5	3	gr
Cebolla	25	30	gr
Leche	25	30	ml
<b>CHILCANO ESPECIAL</b>			
INSUMO	CANT.	CANT.	UNID.
Agua	700	750	ml
Pescado	20	25	gr
Choros	20	25	gr
Pota	15	20	gr
Leche de tigre	90	100	ml
Hondashi	2	3	gr
Kion	3	5	ml
Ajo	2	3	gr
Doña gusta pescado	3	5	gr
Cilandro	3	5	gr
Cebolla	25	30	gr
Limón	3	4	uni

ANEXO 15

Recetario Cevichito Pliz



<b>CEVICHITO PLIZ</b>		<b>TIRADITO</b>	
Tiempo de preparación:	15 minutos		
Tiempo de cocción:	10 minutos		
Temperatura:	Temperatura ambiente		
Encargado:	Jefe de cocina		
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	115	gr
2	Mote	30	gr
3	Sal condimentada	6.5	gr
4	Cilantro	4	gr
5	Aji limo	4	gr
6	Limón	3.5	uni
7	Leche de tigre	55	ml
8	Cebolla	11	gr
9	Camote o chifles	90	gr
ELABORACIÓN			
1	Cotar el filete de pescado en láminas muy delgadas y colocar en un recipiente.		
2	Sazonar el pescado con sal condimentada.		
3	Cortar la cebolla en trozos delgados con un grosor aproximado de 2 a 3 milímetros y cortar el camote.		
4	Exprimir el limón y mezclar muy bien con el aji limo, cilantro picado y leche de tigre.		
5	Colocar cortes de pescado sobre el plato, luego echar la marinada distribuyendo de manera uniforme por todos los cortes, el mote cocido, cebolla y camote o chifles para acompañar.		
6	Dejar reposar 2 minutos antes de colocarlos en la mesa del cliente.		
EQUIPO UTILIZADO		IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO	
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Bowl/recipiente		
5	Exprimidor de limón		

**CEVICHITO  
PLIZ**

# CHORITOS A LA CHALACA

Tiempo de preparación:	15 minutos
Temperatura:	Temperatura ambiente
Encargado:	Jefe de cocina

ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Choros	100	gr
2	Cebolla	85	gr
3	Tomate	30	gr
4	Mote	75	gr
5	Aceite de Oliva	47.5	ml
6	Pimienta	1.5	gr
7	Sal	4	gr
8	Sazonador	5	gr
9	Cilantro	4	gr
10	Limón	3.5	uni
11	Chifles	22.5	gr
12	Crema de la casa	135	gr
13	Rocoto	10	gr
14	Camote	90	gr

### ELABORACIÓN

1	Lavar los choros uno a uno.
2	Picar la cebolla y el tomate en cuadrados muy pequeños y el cilantro en porciones pequeñas.
3	Pelar y picar el camote en rebanadas ligeramente gruesas.
4	Mezclar en un bowl la cebolla, el tomate, choclo cocido, aceite de oliva, pimienta, sal, sazónador y el limón.
5	Colocar los choros en el plato y echar la mezcla previa de manera uniforme.
6	Echar de manera uniforme la crema de la casa.
7	Decorar con chifles, rocoto, cilantro y camote.

### EQUIPO UTILIZADO

### IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO

1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Bowl/recipiente		
5	Exprimidor de limón		

**CEVICHITO  
PLIZ**

## CAUSA A LO MACHO



Tiempo de preparación:	15 minutos
Tiempo de cocción:	5 minutos
Temperatura:	Temperatura ambiente
Encargado:	Jefe de cocina

ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Puré de papas	95	gr
2	Mixtura de mariscos	190	gr
3	Aderezo	135	gr
4	Ají limo	4	gr
5	Vino	17.5	ml
6	Leche	47.5	ml
7	Cilantro	4	gr
8	Ajo	4.5	gr
9	Ají amarillo	11	gr
10	Salsa de langostino	32.5	ml
11	Limón	3.5	uni
12	Sal	4	gr
13	Sasonador	5	gr

### ELABORACIÓN



1	Mezclar en un bowl el aderezo, sal, limón, salsa de langostino y sasonador.
2	En un sartén freír la mixtura de mariscos, ajo, ají amarillo y vino.
3	En el mismo sartén de la mixtura, echar la mezcla del paso 1 e incluir la leche y cocinar por 3 minutos.
4	Dar forma de bolas con el puré de papas.
5	Echar mixtura cocida encima de las causas de papa y la salsa encima.
6	Decorar con ají limo y cilantro picado.

EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Jarra medidora		
4	Bowl/recipiente		
5	Tabla de picar		
6	Sartén		
7	Exprimidor de limón		








CEVICHITO -PLIZ-		CAUSA DE PULPO AL OLIVO	
Tiempo de preparación:	10 minutos		
Tiempo de cocción:	5 minutos		
Temperatura:	Temperatura ambiente		
Encargado:	Jefe de cocina		
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Puré de papas	95	gr
2	Pulpo	127.5	gr
3	Aceite de oliva	47.5	ml
4	Cilantro	4	gr
5	Ají limo	4	gr
6	Limón	3.5	uni
7	Sal	4	gr
8	Sazonador	5	gr
ELABORACIÓN			
1	Preparar el puré de papas en forma redonda y servir las en plato.		
2	Mezclar en un bowl la sal, limón, sazonador, aceite de oliva.		
3	Cortar en laminas el pulpo .		
4	Colocar laminas de pulpo cocido en las causas de papa servidas.		
5	Colocar mezcla encima de laminas de pulpo.		
6	Decorar con ají limo y cilantro picado.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Jarra medidora		
4	Bowl/recipiente		
5	Tabla de picar		
6	Exprimidor de limón		

CEVICHITO PLIZ		CAUSA DE PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	
Tiempo de preparación:	10 minutos		
Tiempo de cocción:	5 minutos		
Temperatura:	Temperatura ambiente		
Encargado:	Jefe de cocina		
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Puré de papas	95	gr
2	Pulpo	127.5	gr
3	Sal condimentada	4	gr
4	Limón	3.5	uni
5	Crema de aceituna	75	gr
6	Cilantro	4	gr
7	Ají limo	4	gr
ELABORACIÓN			
1	Preparar el puré de papas en forma redonda y servir las en plato.		
2	Mezclar en un bowl la sal condimentada, limón y crema de aceituna.		
3	Cortar en laminas el pulpo .		
4	Colocar laminas de pulpo en las causas de papa servidas.		
5	Colocar mezcla encima de laminas de pulpo.		
6	Decorar con ají limo y cilantro picado.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Jarra medidora		
4	Bowl/recipiente		
5	Tabla de picar		
6	Exprimidor de limón		





<b>CEVICHI PLIZ</b>		<b>CAUSA DE PULPA DE CANGREJO</b>	
Tiempo de preparación:	15 minutos		
Tiempo de cocción:	3 minutos		
Temperatura:	Temperatura ambiente		
Encargado:	Jefe de cocina		
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Puré de papas	95	gr
2	Pulpa de cangrejo	50	gr
3	Limón	1.5	uni
4	Sal condimentada	4	gr
5	Mayonesa	37.5	gr
6	Cilantro	4	gr
7	Aji limo	1.5	gr
8	Crema de rocoto	37.5	gr
ELABORACIÓN			
1	Preparar el puré de papas en forma redonda y servirlos en plato.		
2	Mezclar en un bowl la sal condimentada, la pulpa de cangrejo cocida, mayonesa y limón.		
3	Colocar la mezcla encima de las causas servidas.		
4	Colocar crema de rocoto encima de las causas.		
5	Decorar con aji limo y cilantro picado.		
EQUIPO UTILIZADO		IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO	
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Bowl/recipiente		
4	Tabla de picar		
5	Exprimidor de limón		








<b>CEVICHITO PLIZ</b>		<b>PULPO A LA CHALACA</b>	
Tiempo de preparación:	10 minutos		
Tiempo de cocción:	5 minutos		
Temperatura:	Temperatura ambiente		
Encargado:	Jefe de cocina		
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Pulpo	77.5	gr
2	Cebolla	85	gr
3	Tomate	30	gr
4	Mote	75	gr
5	Aceite de oliva	47.5	ml
6	Pimienta	1.5	gr
7	Sal	4	gr
8	Sazonador	5	gr
9	Cilantro	4	gr
10	Limón	3.5	uni
11	Crema de la casa	135	gr
12	Chifles	22.5	gr
13	Camote	90	gr
ELABORACIÓN			
1	Picar el tomate y cebolla en pedazos pequeños.		
2	Picar el pulpo cocido en pedazos pequeños.		
3	Mezclar en un bowl la cebolla, tomate, pulpo, mote cocido, pimienta, sal, aceite de oliva, sazónador y limón.		
4	Emplatar mezcla en las conchas y colocarlas en el plato.		
5	Echar crema de la casa encima de la mezcla.		
6	Decorar con camote, chifles y cilantro.		
EQUIPO UTILIZADO		IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO	
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Jarra medidora		
4	Bowl/recipiente		
5	Tabla de picar		
6	Exprimidor de limón		

CEVICHITO PLIZ		CAUSA DE LANGOSTINOS	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Tiempo de cocción:		5 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Puré de papas	95	gr
2	Sal condimentada	4	gr
3	Limón	3.5	uni
4	Langostinos	75	gr
5	Cilantro	4	gr
6	Ají limo	4	gr
7	Palta	1/2	uni
8	Chifles	22.5	gr
9	Mayonesa	37.5	gr
ELABORACIÓN			
1	Preparar el puré de papas en forma circular e plaza y servirla en el plato.		
2	Mezclar en un bowl la sal condimentada, mayonesa y limón.		
3	Colocar la mezcla encima de la primera capa de papa y encima colocar los langostinos.		
4	Freir entre 3 a 4 langostinos.		
5	Luego poner otra capa de papa encima.		
6	Picar palta y decorar encima de la causa.		
7	Decorar con chifles, ají limo y cilantro.		
8	Colocar langostinos fritos encima de la causa.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Bowl/recipiente		
4	Tabla de picar		
5	Sartén		
6	Exprimidor de limón		








CEVICHITO PLIZ		CEVICHOPP	
Tiempo de preparación:		10 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	105	gr
2	Limón	4.5	uni
3	Camote	55	gr
4	Cebolla	27.5	gr
5	Sal condimentada	6.5	gr
6	Mote	45	gr
7	Leche de tigre	135	ml
8	Ají limo	4	gr
9	Lechuga	0.5	hoja
10	Chifles	27.5	gr
11	Cilandro	4	gr
ELABORACIÓN			
1	Filetear el pescado cortando en tiras o en dados pequeños y lo colocamos en el bowl.		
2	Sazonar el pescado del bowl con sal condimentada, limón, leche de tigre y ají limo.		
3	Cortar el camote en rodajas gruesas.		
4	Picar la cebolla en julianas de manera alargada.		
5	Emplatar poniendo primero la lechuga, el contenido del bowl, cebolla encima del pescado, camote, mote cocido y chifles al costado.		
6	Decorar con ají limo y cilantro.		
EQUIPO UTILIZADO		IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO	
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Bowl/recipiente		
6	Exprimidor de limón		

CEVICHI TO PLIZ		CEVICHE DE PESCADO CLÁSICO	
Tiempo de preparación:		10 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	190	gr
2	Limón	3.5	uni
3	Cebolla	27.5	gr
4	Mote	45	gr
5	Leche de tigre	115	ml
6	Camote	55	gr
7	Ají limo	4	gr
8	Sal condimentada	5.5	gr
9	Lechuga	0.5	hoja
10	Chifles	22.5	gr
11	Cilantro	4	gr
ELABORACIÓN			
1	Filetear el pescado cortando en tiras o en dados pequeños y lo colocamos en el bowl.		
2	Sazonar el pescado del bowl con sal condimentada, limón, leche de tigre y ají limo.		
3	Cortar el camote en rodajas gruesas.		
4	Picar la cebolla en julianas de manera alargada.		
5	Emplatar poniendo primero la lechuga, el contenido del bowl, cebolla encima del pescado, camote, mote cocido y chifles al costado.		
6	Decorar con ají limo y cilantro.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Bowl/recipiente		
6	Exprimidor de limón		

CEVICITO PLIZ		CEVICHE CARRETILLERO	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Tiempo de cocción:		5 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	110	gr
2	Pota	47.5	gr
3	Cebolla	27.5	gr
4	Crema de rocoto	90	gr
5	Salsa de langostino	6	ml
6	Mote	45	gr
7	Leche de tigre	90	ml
8	Camote	55	gr
9	Limón	3.5	uni
10	Cilantro	4	gr
11	Sal condimentada	5.5	gr
12	Lechuga	0.5	hoja
13	Chifles	22.5	gr
14	AjÍ limo	4	gr
ELABORACIÓN			
1	Filetear el pescado cortando en tiras o en dados pequeños y lo colocamos en el bowl.		
2	Sazonar el pescado del bowl con sal condimentada, limón, leche de tigre, salsa de langostino y ají		
3	Cortar la pota en tiras y freír.		
4	Cortar el camote en rodajas gruesas.		
5	Picar la cebolla en julianas de manera alargada.		
6	Emplatar poniendo primero la lechuga, el contenido del bowl, cebolla encima del pescado, camote, mote cocido, pota y chifles al costado.		
7	Echar crema de rocoto y decorar con ají limo y cilantro.		
EQUIPO UTILIZADO		IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO	
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Bowl/recipiente		
6	Exprimidor de limón		



CEVICHI PLIZ		CEVICHE MIXTO	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	65	gr
2	Mixtura de mariscos	135	gr
3	Cebolla	27.5	gr
4	Mote	45	gr
5	Camote	55	gr
6	Limón	3.5	uni
7	Leche de tigre	115	ml
8	Cilantro	4	gr
9	AjÍ limo	4	gr
10	Sal condimentada	5.5	gr
11	Lechuga	0.5	hoja
12	Chifles	22.5	gr
ELABORACIÓN			
1	Filetear el pescado cortando en tiras o en dados pequeños y lo colocamos en el bowl.		
2	Mezclar el pescado del bowl con la mixtura de mariscos.		
3	Sazonar el bowl con sal condimentada, limón, leche de tigre y ajÍ limo.		
4	Cortar el camote en rodajas gruesas.		
5	Picar la cebolla en julianas de manera alargada.		
6	Emplatar poniendo primero la lechuga, el contenido del bowl, cebolla encima del pescado, camote, mote cocido y chifles al costado.		
7	Decorar con ajÍ limo y cilantro.		
EQUIPO UTILIZADO		IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO	
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Bowl/recipiente		
6	Exprimidor de limón		

CEVICHI TO PLIZ		CEVICHE DE ERIZO	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Erizo	1	uni
2	Mote	45	gr
3	Crema de rocoto	90	gr
4	Sal condimentada	5.5	gr
5	Ají limo	4	gr
6	Cilantro	4	gr
7	Cebolla	27.5	gr
8	Limón	3.5	uni
9	Camote	55	gr
10	Lechuga	0.5	hoja
11	Chifles	22.5	gr
ELABORACIÓN			
1	Cortar la chalota del erizo en laminas muy finas y colocar en un bowl.		
2	Sazonar el erizo del bowl con sal condimentada, limón y ají limo.		
3	Cortar el camote en rodajas gruesas.		
4	Picar la cebolla en julianas de manera alargada.		
5	Emplatar poniendo primero la lechuga, el contenido del bowl, cebolla encima del erizo, camote, mote cocido, chifles al costado y echar crema de rocoto encima.		
6	Decorar con ají limo y cilantro.		
EQUIPO UTILIZADO		IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO	
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Bowl/recipiente		
5	Exprimidor de limón		








<b>CEVICHI TO PLIZ</b>		<b>CEVICHE DE PESCADO Y PULPO</b>	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	90	gr
2	Pulpo	90	gr
3	Cebolla	27.5	gr
4	Mote	45	gr
5	Camote	55	gr
6	Lechuga	0.5	hoja
7	Limón	3.5	uni
8	Ají limo	5.5	gr
9	Cilantro	2.5	gr
10	Leche de tigre	115	ml
11	Sal condimentada	5.5	gr
12	Chifles	22.5	gr
ELABORACIÓN			
1	Filetear el pescado cortando en tiras o en dados pequeños y lo colocamos en el bowl.		
2	Cortar en láminas el pulpo y mezclar con el bowl de pescado.		
3	Sazonar el bowl con sal condimentada, limón, leche de tigre y ají limo.		
4	Cortar el camote en rodajas gruesas.		
5	Picar la cebolla en julianas de manera alargada.		
6	Emplatar poniendo primero la lechuga, el contenido del bowl, cebolla encima del pescado, camote, mote cocido y chifles al costado.		
7	Decorar con ají limo y cilantro.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Bowl/recipiente		
6	Exprimidor de limón		

CEVICHI PLIZ		CEVICHE DE CONCHAS NEGRAS	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Conchas negras	11	uni
2	Mote	45	gr
3	Cebolla	27.5	gr
4	Ají limo	5.5	gr
5	Cilantro	2.5	gr
6	Camote	55	gr
7	Limón	3.5	uni
8	Sal condimentada	4.5	gr
9	Sazonador	2.5	gr
10	Ajo	2.5	gr
11	Chifles	22.5	gr
12	Lechuga	0.5	hoja
ELABORACIÓN			
1	Limpiar las conchas negras de manera exhaustiva y colocar en un bowl.		
2	Sazonar las conchas negras del bowl con sal condimentada, limón, ajo, sazónador y ají limo.		
3	Cortar el camote en rodajas gruesas.		
4	Picar la cebolla en julianas de manera alargada.		
5	Emplatado poniendo primero la lechuga, el contenido del bowl, cebolla encima de las conchas negras, camote, mote cocido y chifles al costado.		
6	Decorar con ají limo y cilantro.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Bowl/recipiente		
5	Exprimidor de limón		

CEVICHO PLIZ		CEVICHE DE CHAMPIÑONES	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Camote	55	gr
2	Cebolla	27.5	gr
3	Champiñones	100	gr
4	Limón	3.5	uni
5	Aceite de oliva	65	gr
6	Ajo	2.5	gr
7	Ají limo	5.5	gr
8	Sal condimentada	4.5	gr
9	Cilantro	2.5	gr
ELABORACIÓN			
1	Colocar los champiñones en un colador y verit agua hirviendo, escurrir bien y colocar en un bowl.		
2	Cortar cebolla en pedazos largos.		
3	Mezclar en el bowl de los champiñones, el limón, aceite de oliva, ajo, ají limo y sal condimentada.		
4	Cortar camote en rodajas gruesas.		
5	Emplatar la mezcla del bowl y el camote a un lado.		
6	Decorar con ají limo y cilantro.		
EQUIPO UTILIZADO		IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO	
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Colador		
5	Bowl/recipiente		
6	Exprimidor de limón		









CEVICHITO PLIZ		PULPO EN CREMA DE ACEITUNA	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Tiempo de cocción:		3 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Pulpo	125	gr
2	Limón	3.5	uni
3	Sal condimentada	5.5	gr
4	Crema de aceituna	65	gr
5	AjÍ limo	2.5	gr
6	Cilantro	4	gr
7	Chifles	22.5	gr
8	Camote	55	gr
9	Mote	45	gr
10	Leche de tigre	25	ml
ELABORACIÓN			
1	Limpiar el pulpo y ponerlo a cocer 3 minutos.		
2	Mezclar en un bowl la sal condimentada, limón, crema de aceituna y leche de tigre.		
3	Picar en laminas el pulpo cocido y poner en plato.		
4	Picar el camote en rodajas y poner en plato.		
5	Echar la mezcla del bowl de manera proporcionada sobre las laminas de pulpo.		
6	Decorar con ajÍ limo, cilantro, chifles y mote cocido.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Bowl/recipiente		
6	Exprimidor de limón		








CEVICHITO PLIZ		PULPO AL OLIVO	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Tiempo de cocción:		3 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Pulpo	125	gr
2	Limón	3.5	uni
3	Sal condimentada	5.5	gr
4	Aceite de oliva	65	gr
5	Ají limo	2.5	gr
6	Cilantro	4	gr
7	Chifles	22.5	gr
8	Camote	55	gr
9	Mote	45	gr
10	Leche de tigre	25	ml
ELABORACIÓN			
1	Limpiar el pulpo y ponerlo a cocer 3 minutos.		
2	Mezclar en un bowl la sal condimentada, limón, aceite de oliva y leche de tigre.		
3	Picar en laminas el pulpo cocido y poner en plato.		
4	Picar el camote en rodajas y poner en plato.		
5	Echar la mezcla del bowl de manera proporcionada sobre las laminas de pulpo.		
6	Decorar con ají limo, cilantro, chifles y mote cocido.		
EQUIPO UTILIZADO		IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO	
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Bowl/recipiente		
6	Exprimidor de limón		









CEVICHITO PLIZ		CHAUFA DE MARISCOS	
Tiempo de preparación:		20 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Mixtura de mariscos	85	gr
2	Huevo	47.5	gr
3	Arroz	270	gr
4	Cebolla	16	gr
5	Kion	2.5	ml
6	Base de salsa de soya	32.5	ml
7	Hondashi	1	gr
8	Esencia de pescado	3.5	gr
9	Holantao	4	gr
10	Frejol chino	4	gr
11	Limón	3	uni
12	Cilantro	4	gr
13	Wantán	6	gr
ELABORACIÓN			
1	Picar la cebolla y kion en pedazos pequeños.		
2	Batir huevo en un bowl.		
3	En el sartén freír a fuego alto la cebolla picada, agregar los mariscos, salsa de soya, esencia de pescado, frejol, hondashi y holantao.		
4	Freír en otro sartén el huevo y una vez frito picar en cuadrados y echar al sartén de los mariscos y el arroz cocido.		
5	Freír wantán en el sartén liberado.		
6	En el sartén de la mezcla de arroz y mariscos, echar limón, cilantro y kion.		
7	Emplatar y decorar con cilantro y el wantán.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Sartén/wok		
6	Bowl/recipiente		
7	Exprimidor de limón		

<b>CEVICHITO PLIZ</b>		<b>ARROZ DE MARISCOS</b>	
Tiempo de preparación:		20 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Mixtura de mariscos	135	gr
2	Arroz	270	gr
3	Base de salsa madre	210	ml
4	Vino	12.5	ml
5	Leche	27.5	ml
6	Cilantro	4	gr
7	Hondashi	1.5	gr
8	Esencia de pescado	3	gr
9	Ajo	4	gr
10	Mote	55	gr
11	Queso	4	gr
12	Azúcar	4	gr
13	Mantequilla	17.5	gr
14	Limón	3	uni
15	Cebolla	4	gr
ELABORACIÓN			
1	Picar la cebolla, ajo y el queso en pedazos pequeños.		
2	Freír cebolla, ajo por 3 minutos, agregando la salsa madre, mantequilla y hondashi.		
3	Mezclar el paso 2 con vino, los mariscos, el arroz, leche, mote cocido, esencia de pescado, azúcar y limón.		
4	Mezclar todo bien y emplatar, decorando con cilantro.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Sartén/wok		
6	Bowl/recipiente		
7	Exprimidor de limón		








<b>CEVICHITO &gt;PLIZ&lt;</b>		<b>ARROZ DE LA CASA</b>	
Tiempo de preparación:		20 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Mixtura de mariscos	135	gr
2	Arroz	270	gr
3	Crema de la casa	210	gr
4	Vino	12.5	ml
5	Leche	27.5	ml
6	Cilantro	4	gr
7	Hondashi	1.5	gr
8	Esencia de pescado	3	gr
9	Ajo	4	gr
10	Mote	55	gr
11	Queso	4	gr
12	Azúcar	0.75	gr
13	Mantequilla	17.5	gr
14	Limón	3	uni
15	Chifles	27.5	gr
16	Cebolla	4	gr
<b>ELABORACIÓN</b>			
1	Picar la cebolla, ajo y el queso en pedazos pequeños.		
2	Freír cebolla, ajo por 3 minutos, mantequilla y hondashi.		
3	Mezclar el paso 2 con vino, los mariscos, el arroz, leche, mote cocido, esencia de pescado, crema de la casa, azúcar y limón.		
4	Mezclar todo bien y emplatar, decorando con cilantro y chifles.		
<b>EQUIPO UTILIZADO</b>			<b>IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO</b>
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Sartén/wok		
6	Bowl/recipiente		
7	Exprimidor de limón		








<b>CEVICHITO PLIZ</b>		<b>CHICHARRÓN DE PESCADO</b>	
Tiempo de preparación:		25 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	290	gr
2	Limón	2	uni
3	Papa entera	245	gr
4	Ajo	4	gr
5	Esencia de pescado	4	gr
6	Harina	37.5	gr
7	Leche de tigre	45	ml
8	Cebolla	0.5	gr
9	Lechuga	22.5	hoja
10	Tomate	22.5	gr
11	Cilantro	4	gr
ELABORACIÓN			
1	Cortar el pescado en trozos medianos de forma irregular y embadurnarlos de harina y esencia de pescado.		
2	Picar la cebolla y el tomate en trozos pequeños y picar papas en pedazos regulares.		
3	Freír trozos de pescado y echar el ajo y en otra sartén freír las papas.		
4	Una vez fritos los trozos de pescado, echar limón y emplatar.		
5	Emplatando los trozos de pescado juntos a las papas fritas decorado con cilantro y limón, por otro lado la lechuga y cebolla mezclado con la leche de tigre.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Sartén/wok		
6	Bowl/recipiente		
7	Exprimidor de limón		







<b>CEVICHITO PLIZ</b>		<b>FILETE DE PESCADO</b>	
Tiempo de preparación:		20 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	1	gr
2	Papa entera	170	gr
3	Harina	37.5	gr
4	Ajo	4	gr
5	Esencia de pescado	4	gr
6	Leche de tigre	45	ml
7	Arroz	170	gr
8	Limón	2	uni
9	Lechuga	0.5	hoja
10	Tomate	22.5	gr
11	Cilantro	4	gr
12	Cebolla	22.5	gr
ELABORACIÓN			
1	Embadurnar el pescado con harina y esencia de pescado.		
2	Picar la cebolla y el tomate en trozos pequeños y picar papas en pedazos regulares.		
3	Freír pescado y echar el ajo y en otra sartén freír papas.		
4	Una vez frito el pescado, echar limón y emplatar.		
5	Emplatando pescado juntos a las papas fritas y el arroz cocido, decorado con cilantro y limón, por otro lado la lechuga y cebolla mezclado con la leche de tigre.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Sartén/wok		
6	Bowl/recipiente		
7	Exprimidor de limón		

<b>CEVICHITO &gt;PLIZ&lt;</b>		<b>FETUCCINI CON LANGOSTINOS</b>	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Aceite de oliva	65	gr
2	Limón	2.5	uni
3	Fetuccini	300	gr
4	Langostinos	75	gr
5	Ajo	4	gr
6	Vino blanco	12.5	ml
7	Sal condimentada	4.5	gr
8	Cilantro	4	gr
9	Chifles	27.5	gr
ELABORACIÓN			
1	Mezclar en un bowl el aceite de oliva, la sal condimentada y el limón.		
2	Sancochar el fetuccini con abundante agua.		
3	Mezclar la pasta con la salsa y reservar en un bowl.		
4	Saltee los langostinos por 1 minutos, añadir ajos y verter vino blanco y cocinar por 1 minuto.		
5	Emplatar la pasta y encima colocar los langostinos del paso 4 y decorar con cilantro y chifles.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Sartén/wok		
6	Bowl/recipiente		
7	Exprimidor de limón		

CEVICHITO PLIZ		SPAGUETTI A LO ALFREDO CON LANGOSTINOS.	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Aceite de oliva	65	gr
2	Agua	200	ml
3	Spaguetti	300	gr
4	Langostinos	75	gr
5	Queso	10	gr
6	Jamón	100	gr
7	Sal	4.5	gr
8	Cilantro	4	gr
9	Leche	27.5	ml
10	Limón	2	uni
11	Crema de leche	27.5	ml
ELABORACIÓN			
1	Freír con el aceite de oliva el jamón por 1 minuto.		
2	Agregar el agua, sal y la leche junto con los spaguetis y mezclar por 2 minutos.		
3	Agregar la crema de leche y echar un poco mas de sal.		
4	Saltee los langostinos por 1 minuto y agregó limón.		
5	Emplatar la pasta y encima colocar los langostinos del paso 4 y decorar con cilantro y queso rayado.		
EQUIPO UTILIZADO		IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO	
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Sartén/wok		
6	Bowl/recipiente		
7	Exprimidor de limón		

<b>CEVICHITO PLIZ</b>		<b>PARIHUELA</b>	
Tiempo de preparación:		15 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Filete de pescado	1	gr
2	Pulpa de cangrejo	47.5	gr
3	Aderezo	210	gr
4	Mixtura de mariscos	82.5	gr
5	Leche de tigre	95	ml
6	Vino	17.5	ml
7	Agua	425	ml
8	Kion	1.5	ml
9	Ajo	4	gr
10	Cilantro	4	gr
11	Cebolla	27.5	gr
11	Leche	27.5	ml
ELABORACIÓN			
1	Freír la cebolla, kion y el ajo hasta que se encuentren transparentes, luego añadir el aderezo y el vino.		
2	Añadir al sartén la mixtura de mariscos por 3 minutos, rociar leche de tigre, agua y		
3	Al final picar en trozos el pescado y añadir a la mezcla junto con la pulpa de cangrejo.		
4	Picar la cebolla en pedazos muy pequeños.		
5	Emplatar la mezcla del sartén junto con la cebolla y decorar con cilantro.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Sartén/wok		
6	Bowl/recipiente		

<b>CEVICHITO &gt;PLIZ&lt;</b>		<b>CHILCANO ESPECIAL</b>	
Tiempo de preparación:		20 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Agua	725	ml
2	Filete de pescado	22.5	gr
3	Choros	22.5	gr
4	Pota	17.5	gr
5	Leche de tigre	95	ml
6	Hondashi	2.5	gr
7	Kion	4	ml
8	Ajo	2.5	gr
9	Doña gusta	4	gr
10	Cilantro	4	gr
11	Cebolla	27.5	gr
11	Limón	4	uni
<b>ELABORACIÓN</b>			
1	Picar la cebolla en cuadrados medianos y el ajo y reservar en un bowl.		
2	Servir lo del bowl en una olla con agua y colocar el filete de pescado.		
3	Agregar a la olla doña gusta, kion, choros, pota y hondashi por 15 minutos.		
4	Servir en un plato hondo y mezclar con limón y leche de tigre.		
5	Decorar con cilantro picado.		
<b>EQUIPO UTILIZADO</b>			<b>IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO</b>
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
4	Jarra medidora		
5	Olla		
6	Bowl/recipiente		

<b>CEVICHITO &gt;PLIZ&lt;</b>		<b>BURGER</b>	
Tiempo de preparación:		20 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Sal condimentada	4.5	gr
2	Aceite de oliva	80	gr
3	Pan	1	unid
4	Queso	2	unid
5	Hamburguesa	1	unid
6	Lechuga	0.5	hoja
7	Papa entera	170	gr
8	Tomate	20	gr
ELABORACIÓN			
1	Freír la hamburguesa en el sartén con aceite de oliva y colocar el queso encima.		
2	Picar las papas en pedazos regulares y freír con aceite de oliva.		
3	Picar el tomate en rebanadas ligeramente gruesas.		
4	Retirar las papas y echar sal condimentada y emplatar.		
5	Emplatar hamburguesa en el pan junto con el tomate y la lechuga.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
5	Sartén		
6	Bowl/recipiente		

CEVICHITO PLIZ		MILANESA DE POLLO	
Tiempo de preparación:		20 minutos	
Temperatura:		Temperatura ambiente	
Encargado:		Jefe de cocina	
ITEM	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	Sal condimentada	4.5	gr
2	Aceite de oliva	80	gr
3	Pechuga de pollo	2	unid
4	Orégano	20	gr
5	Arroz	170	gr
6	Harina	37.5	gr
7	Papa entera	170	gr
ELABORACIÓN			
1	Embadurnar las pechugas de pollo y freír en sartén con aceite de oliva y orégano.		
2	Cortar papas en pedazos ligeramente gruesos y freír.		
3	Ecurrir papas y echar sal condimentada.		
4	Emplatar las papas fritas, la pechuga de pollo y el arroz cocido.		
EQUIPO UTILIZADO			IMAGEN REFERENCIAL DE PLATO TERMINADO
1	Balanza digital		
2	Cuchillo		
3	Tabla de picar		
5	Sartén		
6	Bowl/recipiente		

ANEXO 16

Encuesta CSAT

## Encuesta de satisfacción del cliente - Cevichito Pliz

A continuación se le presenta un pregunta vinculada a la satisfacción del cliente respecto al servicio brindado en la cevichería, por ello su opinión es muy importante, le agradezco responder la siguiente pregunta marcando la opción que exprese mejor su punto de vista. ¡Gracias!

*\* Indica que la pregunta es obligatoria*

1. Correo \*

\_\_\_\_\_

2. Del 1 al 5 ¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra con el servicio brindado por el restaurante \*  
Cevichito Pliz? Siendo 1= Muy insatisfecho(a), 2= Insatisfecho(a), 3= Indiferente, 4=  
Satisfecho(a) y 5= Muy satisfecho(a).

*Marca solo un óvalo.*

1   2   3   4   5

Muy      Muy satisfecho

ANEXO 17

Respuestas encuesta CSAT

N°	Marca temporal	Dirección de correo electrónico	Del 1 al 5 ¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra con el servicio brindado por el restaurante Cevichito Pliz? Siendo 1= Muy insatisfecho(a), 2= Insatisfecho(a), 3= Indiferente, 4= Satisfecho(a) y 5= Muy satisfecho(a).
1	15/10/2023	manolitoav@gmail.com	1
2	15/10/2023	carlazg03@gmail.com	4
3	15/10/2023	eric-sierra76@gmail.com	4
4	15/10/2023	sebasarce1994@gmail.com	3
5	15/10/2023	mariamillones2000@gmail.com	5
6	15/10/2023	yosimarbp@gmail.com	4
7	15/10/2023	mapi-281@gmail.com	4
8	15/10/2023	millena-mor09@gmail.com	4
9	16/10/2023	jaimegonzalez97@gmail.com	4
10	16/10/2023	aleoportugal@gmail.com	5
11	16/10/2023	jhoan_marquina.v@gmail.com	2
12	16/10/2023	jinna_ryngen@gmail.com	4
13	16/10/2023	dansofia04@gmail.com	4
14	17/10/2023	sebastian.benga@outlook.es	3
15	17/10/2023	santiagoparedes031@gmail.com	5
16	18/10/2023	sunvalberry@gmail.com	4
17	18/10/2023	marianaarod8@gmail.com	5
18	18/10/2023	abby-holekey@gmail.com	4
19	18/10/2023	aarongrant1107@gmail.com	4
20	18/10/2023	erikamelgar_13@gmail.com	4
21	18/10/2023	ruterjauer@gmail.com	4
22	19/10/2023	klauaoliver03@gmail.com	5
23	19/10/2023	rvii76@hotmail.com	4
24	19/10/2023	madelcagonzales18@gmail.com	4
25	19/10/2023	mirta_medina260@gmail.com	5
26	20/10/2023	santiagosant97@gmail.com	5
27	20/10/2023	santiagorlr@gmail.com	5
28	20/10/2023	ajazyaherrera@gmail.com	4
29	20/10/2023	andia98@gmail.com	4
30	20/10/2023	aromero.26@gmail.com	3
31	20/10/2023	arigarc82@gmail.com	4
32	21/10/2023	gilbert_cot45@gmail.com	4
33	21/10/2023	maria.pilarvan@gmail.com	4
34	21/10/2023	annydanieli-7@gmail.com	4
35	21/10/2023	willmerencia12@hotmail.com	4
36	21/10/2023	fatima_pachari14@hotmail.com	5
37	21/10/2023	brenccq@gmail.com	5
38	22/10/2023	estefaniam_19@gmail.com	2
39	22/10/2023	alejandromurs@gmail.com	5
40	22/10/2023	scarletmolina1808@hotmail.com	5
41	22/10/2023	lsduboc@gmail.com	4
42	22/10/2023	tomas_rsl@gmail.com	4
43	22/10/2023	judit.v1800@gmail.com	1

N°	Marca temporal	Dirección de correo electrónico	Del 1 al 5 ¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra con el servicio brindado por el restaurante Cevichito Pliz? Siendo 1= Muy insatisfecho(a), 2= Insatisfecho(a), 3= Indiferente, 4= Satisfecho(a) y 5= Muy satisfecho(a).
44	22/10/2023	maxelaleon@gmail.com	4
45	23/10/2023	quinntorres139@gmail.com	5
46	23/10/2023	nathjuliessa2@hotmail.com	4
47	23/10/2023	valeriasalinassu@gmail.com	2
48	23/10/2023	angelport9@hotmail.com	4
49	23/10/2023	andreamresz@gmail.com	3
50	23/10/2023	juuedam@gmail.com	4
51	24/10/2023	postigosergio@gmail.com	5
52	24/10/2023	ld.aguilar@yahoo.es	2
53	24/10/2023	melvin_monterrosa0720@hotmail.com	4
54	24/10/2023	ale_santillanro@gmail.com	5
55	24/10/2023	mafeandaluz5@gmail.com	4
56	25/10/2023	adri_riwera3@gmail.com	3
57	25/10/2023	sergiorevilla21@gmail.com	3
58	25/10/2023	crisrivasa34@hotmail.com	4
59	25/10/2023	ivonne.villegas@gmail.com	4
60	26/10/2023	katripa123@gmail.com	4
61	27/10/2023	rodrimzm12@gmail.com	5
62	27/10/2023	yener_ecr@gmail.com	4
63	27/10/2023	miluestrada04@gmail.com	4
64	27/10/2023	luisandres_o_g@gmail.com	4
65	27/10/2023	fergadala-55@gmail.com	5
66	27/10/2023	nicolanatta89@gmail.com	4
67	27/10/2023	isantillanam93@gmail.com	2
68	28/10/2023	gerardvalen334@gmail.com	4
69	28/10/2023	inohavcf@gmail.com	5
70	28/10/2023	mariannefpp@gmail.com	4
71	28/10/2023	valeriavillardel@gmail.com	5
72	28/10/2023	gilbertriv12@gmail.com	5
73	28/10/2023	ximena_diazc@gmail.com	5
74	28/10/2023	miluska_montoyag@gmail.com	1
75	28/10/2023	vale-galo09@gmail.com	5
76	29/10/2023	lmos2425@gmail.com	5
77	29/10/2023	andrequena.lin@gmail.com	2
78	29/10/2023	bryan_rindo007@hotmail.com	4
79	29/10/2023	alvaro.reyesv@gmail.com	5
80	29/10/2023	kristellmancillali@gmail.com	4
81	30/10/2023	dieomontes_1453@gmail.com	2
82	30/10/2023	andreaguigo400@gmail.com	4
83	30/10/2023	valeriatato5@gmail.com	4
84	31/10/2023	nicolleflor976@gmail.com	4
85	31/10/2023	wahinepaz078@gmail.com	4
86	31/10/2023	begazohans@gmail.com	4
87	31/10/2023	karlaperezp0304@gmail.com	5
88	1/11/2023	duvan_1322@gmail.com	5
89	1/11/2023	carlosmdarias@gmail.com	4

N°	Marca temporal	Dirección de correo electrónico	Del 1 al 5 ¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra con el servicio brindado por el restaurante Cevichito Pliz? Siendo 1= Muy insatisfecho(a), 2= Insatisfecho(a), 3= Indiferente, 4= Satisfecho(a) y 5= Muy satisfecho(a).
90	1/11/2023	michelle_chave67@gmail.com	4
91	1/11/2023	cam.balles4@gmail.com	3
92	1/11/2023	abigail_aat@gmail.com	2
93	1/11/2023	audreyfs47@gmail.com	4
94	2/11/2023	frank.loayza.2018@gmail.com	4
95	2/11/2023	everth_valdivia@gmail.com	4
96	2/11/2023	jeanninagp@gmail.com	5
97	3/11/2023	renzopz04@gmail.com	4
98	3/11/2023	angiecornejo18@gmail.com	5
99	4/11/2023	lilinoia0406@gmail.com	4
100	4/11/2023	paulcasv@gmail.com	4
101	4/11/2023	eportocarrerodc@gmail.com	4
102	4/11/2023	carolinatr30@gmail.com	5
103	4/11/2023	clauzevallosrivera@gmail.com	1
104	4/11/2023	alonso_eguiluz@gmail.com	5
105	4/11/2023	andysant07@gmail.com	4
106	5/11/2023	rodrigo-carbs@gmail.com	4
107	5/11/2023	hecjor123@gmail.com	4
108	6/11/2023	blaisevigil@gmail.com	5
109	6/11/2023	anitaruu09@hotmail.com	4
110	6/11/2023	fiorellamartinez.11@gmail.com	5
111	6/11/2023	camznebula-77@gmail.com	3
112	6/11/2023	victoriafh87@hotmail.com	3
113	7/11/2023	analu-neira4@gmail.com	5
114	7/11/2023	chiatamariéh@gmail.com	4
115	7/11/2023	viamepi@gmail.com	4
116	7/11/2023	melaniejunekf99@gmail.com	4
117	8/11/2023	ferduranc@gmail.com	3
118	8/11/2023	jimelopezmay6@gmail.com	4
119	8/11/2023	bryansosa_12@hotmail.com	4
120	8/11/2023	litov_28@gmail.com	5
121	8/11/2023	kellyles.llr01@gmail.com	3
122	8/11/2023	mariearattyus@gmail.com	4
123	9/11/2023	celine_bnn@gmail.com	4
124	9/11/2023	rena_contreras008@gmail.com	4
125	10/11/2023	maragarces-12@hotmail.com	4
126	10/11/2023	victor_salinasb@gmail.com	4
127	10/11/2023	ginotregnaghi@gmail.com	4
128	10/11/2023	lolajarufe@gmail.com	2
129	10/11/2023	ximenaunday1@gmail.com	4
130	10/11/2023	josevalderrama02@gmail.com	5
131	10/11/2023	andrea_belen04@hotmail.com	5
132	10/11/2023	andreaeos-98@gmail.com	4
133	11/11/2023	alainjorge33@hotmail.com	5
134	11/11/2023	carlossc_20@gmail.com	4
135	11/11/2023	ari_bancalari@gmail.com	4

N°	Marca temporal	Dirección de correo electrónico	Del 1 al 5 ¿Qué tan satisfecho(a) se encuentra con el servicio brindado por el restaurante Cevichito Pliz? Siendo 1= Muy insatisfecho(a), 2= Insatisfecho(a), 3= Indiferente, 4= Satisfecho(a) y 5= Muy satisfecho(a).
136	11/11/2023	lucia-chirinos34@gmail.com	3
137	11/11/2023	fei_kalii43@gmail.com	4
138	11/11/2023	massiel_hm@gmail.com	2
139	11/11/2023	marcelo_cc100@gmail.com	3
140	12/11/2023	barbaraoberg@gmail.com	4
141	12/11/2023	melanb_rb12@gmail.com	4
142	12/11/2023	sandyort1214@hotmail.com	3
143	12/11/2023	rogerff33@gmail.com	4
144	12/11/2023	marianacvzgarza@gmail.com	4
145	12/11/2023	adri_arginengo@gmail.com	4
146	12/11/2023	sebasg142003@gmail.com	4
147	13/11/2023	gustavoreinosof@gmail.com	4
148	13/11/2023	melbymiluskac@gmail.com	5
149	13/11/2023	jossromero5@gmail.com	4
150	13/11/2023	lucrebermand_06@gmail.com	4
151	13/11/2023	mariabelenabrilvera@gmail.com	5
152	13/11/2023	paolacammpos@gmail.com	4
153	13/11/2023	mialamelaa@gmail.com	4
154	14/11/2023	giulizbeth@gmail.com	5
155	14/11/2023	daniela_reinoso@ucsp.edu.pe	5
156	14/11/2023	karlajaureji7@gmail.com	4
157	14/11/2023	edithminet146@gmail.com	3
158	14/11/2023	bryanh_0@hotmail.com	2
159	14/11/2023	leslielolymv@gmail.com	3
160	14/11/2023	Angelarp12@gmail.com	4
161	15/11/2023	cora.liemb@gmail.com	3
162	15/11/2023	romina1289@gmail.com	4
163	15/11/2023	clau2482soph@gmail.com	4
164	16/11/2023	lumorante67@gmail.com	4
165	16/11/2023	andracruz6@gmail.com	4
166	17/11/2023	aaron.retamozo1999@gmail.com	4
167	17/11/2023	daniidiaz9@gmail.com	5
168	17/11/2023	yosrobinson14@gmail.com	2
169	17/11/2023	adrianacachayy@gmail.com	3
170	17/11/2023	andreiflor_26@gmail.com	4
171	17/11/2023	marilucolosioj@gmail.com	4
172	17/11/2023	milojove@gmail.com	4
173	17/11/2023	astridesquicha03@hotmail.com	1