

“AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD”  
“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO  
PÚBLICO “MAGDA PORTAL-CIENEGUILLA”**

## **Creación de Cevichería “The Blue Paradise” en el distrito de Cieneguilla, 2020**

**AUTORES:**

**CALSIN QUISPE, Diego Daniel  
GASPAR DÍAZ, Zenia Karol**

**ASESOR:**

**Doc. PERALTA CAZAL, Roberto Jhair**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN DE  
SERVICIOS DE HOSTELERÍA**

**PERÚ – 2020**

A Dios quien como guía estuvo presente en el caminar de nuestras vidas, bendiciéndonos y dándonos fuerzas para continuar con las metas trazadas sin desfallecer. A nuestros padres, pilares fundamentales en la vida que con apoyo incondicional amor y confianza permitieron que logremos culminar la carrera profesional sus tenacidades y luchas insaciables han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar.

## **Agradecimiento**

Agradecemos a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Agradecemos también a nuestro instituto y a las autoridades, por permitir concluir con una etapa de nuestras vidas, gracias por la paciencia, orientación y por ser la guía de orientación y desarrollo del proyecto especialmente a nuestro asesor: Peralta Cazal Roberto Jhair quien nos ha guiado con su paciencia y rectitud.

## **Presentación**

Señores miembros del jurado calificador:

En cumplimiento al esquema de proyectos en el desarrollo y sustentación del Trabajo de aplicación profesional del I.E.S.T.P.” Magda Portal – Cieneguilla”, se pone a vuestra consideración el trabajo de aplicación profesional titulada: “Creación de Restaurante de comida marina “The Blue Paradise” en el distrito de Cieneguilla 2019. Con el propósito de optar el Título profesional técnico de Administración de Servicios de Hostelería. En este trabajo se ha realizado una descripción de los resultados hallados en torno a la medición de la viabilidad de la Creación de un Restaurante de comida marina. La información se ha organizado en seis capítulos considerando el esquema de Proyectos propuesto por el I.E.S.T.P. “Magda Portal – Cieneguilla”. En el capítulo I, se registra planteamiento del problema. En el capítulo II, se considera el marco referencial. En el capítulo III, se registra marco metodológico. En el capítulo IV, se considera descripción del proyecto. En el capítulo V, se registra aspectos administrativos. Por último, en el capítulo VI, se considera discusión, conclusiones, recomendaciones, las referencias y los anexos del trabajo.

Los Autores.

## Índice

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Presentación.....	iv
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
Introducción.....	xi

### **I. Planteamiento del Problema**

1.1 Realidad Problemática .....	13
1.2 Objetivos.....	15
1.2.1 Objetivos generales .....	15
1.2.2 Objetivos Específicos.....	15
1.3. Importancia y justificación del proyecto.....	16
1.4. Limitación del proyecto .....	17

### **II. Marco Referencia**

2.1. Antecedentes.....	19
2.1 .1. Antecedes nacionales .....	19
2.1.2. Antecedentes Internacionales.....	21
2.2. Marco Teórico.....	24
2.2.1. Antecedentes Generales (producto o servicio).....	24
2.2.2. Clasificación del producto y/o servicio.....	26
2.2.3. Proceso del producto y/o servicio .....	30
2.2.4. Conceptos generales.....	37
2.2.5. Definición de términos básicos .....	41

### **III. Marco Metodológico**

3.1. Tipos y Diseño de Investigación.....	44
3.2. Población, muestra y muestreo.....	46
3.3. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	48
3.4. Validación y confiabilidad del instrumento.....	53
3.5. Procedimiento de recolección de datos .....	55
3.6. Métodos de análisis e interpretación de datos .....	57

### **IV. Descripción del Proyecto**

4.1. Misión y Visión .....	86
4.2. Ubicación y vías de acceso .....	86
4.3. Reglamento interno.....	88
4.4. Áreas del establecimiento .....	93
4.5. Estructura organizacional .....	95
4.6. Manual de operación y funciones (MOF).....	95
4.7. Análisis (FODA).....	104
4.8. Promoción y Publicidad.....	106

### **V. Aspectos Administrativo**

5.1. Requisitos para la realización del proyecto .....	115
5.2. Cronograma de actividades.....	117
5.3. Presupuesto .....	119

### **VI. Conclusiones**

6.1. Conclusión .....	123
6.2. Recomendaciones .....	123
6.3. Referencias.....	125
6.4. Anexos .....	129

## Índice de Figuras

<i>Figura 1:</i> Procesos del Servicio .....	34
<i>Figura 2:</i> ¿Cuál es su edad promedio? .....	58
<i>Figura 3:</i> ¿En qué cevichería de Cieneguilla consume comida marina? .....	60
<i>Figura 4:</i> ¿Cuánto paga Usted por un plato de ceviche de pescado? .....	62
<i>Figura 5:</i> ¿Con qué frecuencia asiste a una cevichería? .....	64
<i>Figura 6:</i> ¿En qué días de la semana asiste a una cevichería?.....	66
<i>Figura 7:</i> ¿En qué meses del año consume más comida marina? .....	68
<i>Figura 8:</i> ¿Qué es lo que más valora de un establecimiento de comida marina?.....	70
<i>Figura 9:</i> ¿Qué entrada es de su preferencia?.....	72
<i>Figura 10:</i> ¿Cuál es el plato de fondo que Usted prefiere?.....	74
<i>Figura 11:</i> ¿Cuál es la bebida de su preferencia para acompañar a su plato .....	76
<i>Figura 12:</i> ¿Con quién suele asistir acompañado a la cevichería .....	78
<i>Figura 13:</i> ¿Qué comodidades prefiere en una cevichería? .....	80
<i>Figura 14:</i> ¿Cómo desearía enterarse de las novedades y promociones?.....	82
<i>Figura 15:</i> ¿Cuál es el medio de pago que utiliza Usted?.....	64
<i>Figura 16:</i> Ubicación.....	87
<i>Figura 17:</i> Área del establecimiento .....	94
<i>Figura 18:</i> Organigrama .....	95
<i>Figura 19:</i> Publicidad.....	110
<i>Figura 20:</i> Logo.....	111
<i>Figura 21:</i> Presentación del plato.....	113

## Índice de Tablas

Tabla 1: <i>Desarrollo de fórmula del Alfa de Cronbach</i> .....	54
Tabla 2: <i>¿Cuál es su edad promedio?</i> .....	57
Tabla 3: <i>¿En qué cevichería de Cieneguilla consume comida marina?</i> .....	59
Tabla 4: <i>¿Cuánto paga Usted por un plato de ceviche de pescado?</i> .....	61
Tabla 5: <i>¿Con qué frecuencia asiste a una cevichería?</i> .....	63
Tabla 6: <i>¿En qué días de la semana asiste a una cevichería?</i> .....	65
Tabla 7: <i>¿En qué meses del año consume más comida marina?</i> .....	67
Tabla 8: <i>¿Qué es lo que más valora de un establecimiento de comida marina?</i> .....	69
Tabla 9: <i>¿Qué entrada es de su preferencia?</i> .....	71
Tabla 10: <i>¿Cuál es el plato de fondo que Usted prefiere?</i> .....	73
Tabla 11: <i>¿Cuál es la bebida de su preferencia para acompañar a su plato?</i> .....	75
Tabla 12: <i>¿Con quién suele asistir acompañado a la cevichería?</i> .....	77
Tabla 13: <i>¿Qué comodidades prefiere en una cevichería?</i> .....	79
Tabla 14: <i>¿Cómo desearía enterarse de las novedades y promociones?</i> .....	81
Tabla 15: <i>¿Cuál es el medio de pago que utiliza Usted?</i> .....	83
Tabla 16: <i>Cronograma de Actividades</i> .....	118
Tabla 17: <i>Presupuesto</i> .....	119

## Resumen

Hablar del Ceviche en el Perú es hablar del plato más popular y reconocido de las gastronomías que actualmente ocupan una posición vanguardista a nivel internacional. En este contexto se presenta la idea de ofrecer una experiencia gastronómica diferente a todos aquellos consumidores de comida marina. De un modo más específico en la ciudad de Lima y concretamente en el distrito de Cieneguilla.

Dentro del distrito mencionado, existen alternativas que podrían considerarse competencia directa e indirecta de “The Blue Paradise”, entre los resultados obtenidos, con respecto a que Cevichería asisten los pobladores del distrito de Cieneguilla el resultado obtenido fue que el 44% (167 personas) consume en la cevichería la peñita, lo cual determina que la peñita será nuestra competencia directa en Tambo Viejo Cieneguilla. Sin embargo, en el desarrollo del presente plan de negocio, se mencionan varios elementos que persiguen lograr que la cevichería ofrezca una propuesta de valor que permita trasladar y posicionarse como una alternativa diferente en la mente de los consumidores.

La metodología empleada en la elaboración de este trabajo estuvo centrada en un enfoque cuantitativo. Es una investigación de tipo básico que usa el método descriptivo. El diseño de la investigación es no experimental de corte transversal. La población ha estado compuesta por 380 pobladores de Tambo Viejo, Cieneguilla. Se ha utilizado la técnica de la encuesta, así como el instrumento a través de un cuestionario cuya finalidad fue obtener información con respecto a la creación de una cevichería.

## Abstract

To talk about Ceviche in Peru is to talk about the most popular and recognized dish of gastronomies that currently occupy an avant-garde position internationally. In this context, the idea of offering a different gastronomic experience to all those who consume seafood is presented. More specifically in the city of Lima and specifically in the district of Cieneguilla. Within the mentioned district, there are alternatives that could be considered direct and indirect competition of “The Blue Paradise”, among the results obtained, with respect to which Cevichería the inhabitants of the district of Cieneguilla attend, the result obtained was that 44% (167 people) the Peñita consumes in the cevichería, which determines that the Peñita will be our direct competition in old Tambo Cieneguilla. However, in the development of this business plan, several elements are mentioned that seek to ensure that the cevichería offers a value proposition that allows to move and position itself as a different alternative in the minds of consumers. The methodology used in the preparation of this work was focused on a quantitative approach. It is a basic type investigation that uses the descriptive method. The research design is non-experimental cross-sectional. The population has been composed of 380 inhabitants of old Tambo, Cieneguilla. The survey technique has been used, as well as the instrument through a questionnaire whose purpose was to obtain information regarding the creation of a cevichería.

## **Introducción**

Hoy en día lo que buscan las empresas es fidelizar a sus clientes, por ende, el servicio o producto que brindan, debe ser visto como el mejor desde el punto de vista de ellos. El mejoramiento de sus servicios son prioridades resaltantes de una empresa, aunque muchas de ellas creen que su servicio es el mejor, generalmente este punto de vista no es compartido por quienes lo adquieren.

El sector gastronómico ha tenido un enorme crecimiento, los clientes cada vez están mejor informados y son más exigentes cuando se trata de adquirir algún producto o servicio, lo que obliga a las organizaciones a poner mayor énfasis en sus actividades, implementar técnicas que permitan conocer a sus clientes y a través de ellos buscar las mejores estrategias para ofrecerles un servicio de calidad.

Para conservar más clientes es fundamental que tratemos muy bien al cliente, entre esto se encuentra como punto central la amabilidad con el propósito de satisfacer las expectativas del cliente (Gómez, 2009).

Las empresas que sí se concentran en la satisfacción de los clientes, son aquellas que han definido la calidad de forma operativa, algunas de las técnicas para la satisfacción del cliente son sutiles, y a otras son evidentes. Algunas implican un compromiso en tiempo de gestión, mientras otras se concentran en una extensa supervisión de las necesidades y actitudes de los clientes (Denton, 1999).

El contenido del presente trabajo está estructurado en seis capítulos que contienen lo siguiente:

El capítulo I, describe la realidad problemática, que es nuestro punto de partida, seguida por la formulación del problema, la justificación y los objetivos.

Capítulo II, establece el marco referencial y teórico, con perspectivas y conceptos relacionados al tema planteado, haciendo referencia a diferentes autores, los antecedentes nacionales e internacionales.

Capítulo III, detalla el marco metodológico, donde se establecieron los métodos y técnicas a utilizar, la metodología que ha sido empleada, el tipo de estudio, el diseño de investigación, la población, el instrumento de recolección de datos, la validación, la confiabilidad del instrumento, los procedimientos de recolección de datos y los métodos de análisis y de interpretación.

Capítulo IV, detalla la descripción del proyecto, misión y visión, ubicación y vías de acceso, reglamento interno, áreas del establecimiento, estructura organizacional, Manual de operación y funciones (MOF), Análisis FODA y Marketing y Promoción.

Capítulo V, detalla los procesos administrativos, los requisitos para la realización del proyecto, el cronograma de actividades y presupuesto.

Capítulo VI, presenta la discusión, las conclusiones, las recomendaciones, las referencias y los anexos del trabajo.

## **I. Planteamiento del Problema**

### **1.1. Realidad Problemática**

En el Perú, el ceviche es un plato tradicional, de amplio consumo y altamente valorado, al punto de ser considerado formalmente como patrimonio cultural de la nación (Yeshayahu, 2010).

A nivel internacional las nuevas tendencias que se están desarrollando en el sector gastronómico son impulsadas desde la década pasada por Gastón Acurio, ya que sin duda es la figura más representativa del boom gastronómico, él indica que la cocina peruana es una marca global consolidada y reconocida a nivel mundial, al punto que cada día se abren cuatro restaurantes de comida peruana en algún lugar del mundo (Gestión, 2016).

A nivel nacional, los restaurantes han logrado adquirir una importancia y esto se debe a que todas las personas en las diferentes partes del mundo le agradan la idea de darle gusto a su paladar, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI (2018).

Uno de los ejemplos que se puede observar es el desarrollo de las ferias de comida, la más conocida “Mistura”, que desde el 2008 busca desarrollar un espacio donde se pueda mostrar y degustar la enorme variedad de platos peruanos y las novedades culinarias de todas las regiones. Dicha feria inicialmente atrajo a 30,000 personas (2008) y al (2006) llegó a más de 390,000 visitantes en 10 días, y con más de 300 expositores de insumos de todas las regiones exhibidos en el Gran Mercado (Mistura, 2017).

A nivel local, actualmente el mercado de restaurantes de comida marina, llámese

cevicherías, está en todo Lima y dirigido a diferentes niveles socioeconómicos, según la Asociación de Restauradores Marinos y Afines del Perú (ARMAP) en el Perú existen alrededor de 35 mil cevicherías populares con menos de 20 mesas, cuyos platos cuestan entre 5 y 15 soles (República,2015).

De acuerdo a un artículo publicado por el diario Gestión, un estudio de Opinión y Mercado IMA reveló que los limeños comen más de 40.5 millones de platos de ceviche al mes, es decir se registra un consumo de cuatro platos al mes por persona (Gestión, 2016).

En el distrito de Cieneguilla existen varios establecimientos de comida marina, sin embargo, existe un problema en lo que se refiere a la calidad de servicio que ofrecen a los comensales que no es del todo bueno, lo que genera descontento en ellos. La mayoría de estos establecimientos se encuentran ubicados en el centro poblado Tambo Viejo. Por lo anterior, y considerando que el ceviche es considerado plato de bandera peruano, surge la idea de negocio de instalar una cevichería que tenga dentro de ella las características que se observa no hay en el mercado altamente competitivo que existe actualmente y que pasan a ser los valores agregados a nuestra idea de negocio. La principal característica o valor agregado de nuestra idea de negocio es que tendría la cocina a la vista de los clientes, porque sus paredes serán de vidrio, de este modo los clientes podrán observar la higiene en la preparación y la utilización de la materia prima e insumos de la mejor calidad en la elaboración del plato solicitado.

El otro valor agregado a nuestra idea de negocio vendría a ser la eficiencia en el servicio, contaremos con un servicio personalizado y atención esmerada y llegar

a superar las expectativas del cliente.

## **1.2. Objetivos**

### ***1.2.1. Objetivo General.***

Determinar la viabilidad de implementar en el distrito de Cieneguilla una cevichería, que no sólo satisfaga las necesidades alimenticias del cliente, sino también se brinden gratas experiencias, logrando que se posicione en la mente del consumidor como la mejor alternativa para el disfrute de platos marinos de la zona.

### ***1.2.2. Objetivos Específicos.***

- Desarrollar un estudio de mercado capaz de analizar la oferta y la demanda y, entre otros temas, que permitan determinar el nivel de aceptación.
- Determinar el mercado objetivo que tendrá la cevichería The Blue Paradise, en el distrito de Cieneguilla.
- Determinar el proceso operativo donde el servicio de atención sea rápido y oportuno, brindando altos estándares de calidad a nuestros clientes.
- Desarrollar una estructura administrativa que responda a las necesidades del negocio y a los requerimientos del mercado.
- Fijar estrategias de marketing para la penetración de mercado y el posicionamiento de marca.

### **1.3. Importancia Y Justificación Del Proyecto**

El caso de éxito en Perú es Gastón Acurio, ya que ha llevado la gastronomía peruana a ser fuente importante de oportunidades en el mundo, logrando posicionar la gastronomía peruana además de los insumos y sabores peruanos que marcan la diferencia, preocupándose siempre en la profesionalización de quienes conforman la cadena del servicio, con la finalidad de lograr una ventaja competitiva que beneficie la experiencia del servicio (Fattorini, 2016).

En los últimos años, han aumentado las cevicherías en el distrito de Cieneguilla generando un gran crecimiento del sector gastronómico y económico del distrito, aun así, la mayoría de ellos no brindan un servicio de calidad y buena atención, por lo que existe un gran margen de clientes potenciales que siempre están atentos a descubrir nuevas opciones o clientes insatisfechos que no encuentran lo que buscan en cuanto a calidad y precio.

Por lo expuesto, surge la necesidad de elaborar un plan de negocios para la implementación de una Cevichería en el distrito de Cieneguilla, donde los clientes de paladares exigentes encuentren una atención de primera calidad, en un ambiente cálido y moderno que permita mejorar el servicio optimizando el tiempo de atención a nuestros comensales siendo nuestra ventaja competitiva respecto al restaurante.

- 1) **Conveniencia:** en el distrito de Cieneguilla encontramos inconvenientes en cuanto a la calidad de servicio, y donde no hay un público totalmente satisfecho y menos aún llegan a superar las expectativas de los comensales. A la vez el desarrollo de este nuevo proyecto será conveniente para los pobladores del distrito de Cieneguilla por que generará puestos de trabajo y así hará crecer la economía de la localidad.
- 2) **Relevancia social:** en este punto decir que no solo se beneficiara la localidad si no también el entorno distrital, desde la agricultura, la pesca, cada proveedor y trabajador del sector gastronómico.
- 3) **Implicaciones prácticas:** con el desarrollo de este proyecto resolveremos el problema en cuanto a la mala calidad en atención al cliente, superando las expectativas para fidelizar a los futuros comensales.

#### **1.4. Limitación Del Proyecto**

El presente proyecto tiene las siguientes limitaciones:

- Limitación de información, no contamos con el informe específico de los propietarios o gerentes de las cevicherías del sector, es muy limitada.
- El acceso a la información de proveedores es limitado debido a que la mayoría de los proveedores de equipos e implementos de cocina requiere contacto directo con los responsables o solicitan el nombre de la empresa o número de RUC para validar datos y dar información.
- El tiempo, en la actualidad somos estudiantes y eso nos limita a poder dedicarnos a tiempo completo en la investigación de nuestro proyecto.

## **II. Marco referencial**

## **2.1. Antecedentes**

### ***2.1.1. Antecedentes Nacionales.***

En la investigación de Martínez (2016) *acerca de la Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en Restaurante de Comida Marina*. El objetivo general era el de determinar la relación que existe entre calidad del servicio y satisfacción del cliente, desde la perspectiva de sus expectativas y percepciones, en la MYPE del sector servicios-rubro restaurantes de comida marina en el distrito de Chimbote. En cuanto a la metodología empleada tiene un nivel Servqual, con enfoque cuantitativo. El instrumento utilizado fue la encuesta, en donde se determinó la muestra de 190 personas mayores de 18 años, en su mayoría del sexo masculino que hicieron uso del restaurante, se obtuvo como resultado que existe relación directa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente, con coeficiente de correlación positiva de ambas variables.

Dicha investigación aporta al marco metodológico, en determinar nuestra investigación mediante un enfoque cuantitativo. Asimismo, de esta investigación se puede tomar en cuenta la creación de programas de fortalecimiento de calidad de servicio para sus colaboradores, con la finalidad de que la atención al cliente sea la razón principal.

Fernández (2017) en su tesis sobre *Aplicación de un Modelo de Gestión para la Mejora de la Productividad del Restaurante D'Brau de la Ciudad de Chiclayo*, el objetivo general es Aplicar un modelo de gestión para mejorar la productividad

del restaurante *D'Brau* de la ciudad de Chiclayo, en cuanto a la metodología empleada, con respecto a la metodología utilizada, el tipo de investigación fue correlacional, con enfoque cualitativo. El instrumento utilizado fue el cuestionario, se determinó una muestra de 175 personas. Dentro de las principales conclusiones se propone que la empresa adopte las condiciones adecuadas para mejorar la productividad, y a la vez brindar un servicio de calidad, para el autor de la investigación, los gustos y preferencias de los consumidores de una empresa de restauración son sumamente importantes, por lo que facilitará la adaptación del negocio a los cambios que se puedan atravesar. Si le logra acatar las demandas del público receptor, se podrá garantizar un producto y servicio de mayor calidad para ofrecer a los clientes.

Aporta a nuestra investigación en determinar que la calidad de servicio es fundamental para favorecer la compra de un producto o servicio.

En la investigación de Dávila & Flores (2017). Sobre la *Evaluación de Calidad del Servicio en el Restaurante Turístico El Cántaro E.I.R.L de Lambayeque*, el objetivo general es evaluar la calidad del servicio en el restaurante turístico El cántaro de Lambayeque con respecto a la metodología de la investigación fue de tipo Observacional, el alcance de la investigación descriptiva y con enfoque mixto, cualitativa y cuantitativa. El instrumento utilizado fue el cuestionario y se determinó una muestra de 80 personas. Como conclusiones el establecimiento cuenta con una buena infraestructura, pero en los resultados de las encuestas los clientes esperan ver en sus instalaciones una mejor tecnología en sus equipos, muebles y comodidad en el espacio. Se concluye, los clientes se sienten conformes

con el servicio brindado por los colaboradores y calidad de sus platos, llegando así a satisfacer sus necesidades procurando así que el servicio sea viable.

Aporta a nuestra investigación en determinar que lo más adecuado es utilizar un instrumento en base al modelo Servperf.

### ***2.1.2. Antecedentes Internacionales***

Rosales (2016) en su tesis *Plan de Negocio para la Cevichería Charli Ceviches, Comuna la Entrada, Cantón Santa Elena*. El objetivo general Fortalecer las técnicas de gestión administrativa mediante la aplicación de estrategias de mercado que aporten a la mejoría de la calidad de servicio de la cevichería Charli Ceviches Comuna la Entrada, provincia de La Libertad. Con respecto a la metodología de la investigación, se utilizó un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo, con un diseño transversal. El instrumento utilizado fue el cuestionario y se determinó una muestra de 190 personas. Como conclusiones, este trabajo evidencio a través de la investigación de campo que los segmentos considerados en la muestra, en este caso, colaboradores, administradores y clientes coinciden en la importancia de poseer una gestión administrativa que mejore la productividad y los servicios al cliente, ya que se destacan aspectos positivos en cuanto a los recursos existentes, así mismo se establece una perspectiva positiva de la demanda.

Esta tesis aporta a nuestra investigación en el marco teórico, al conocer los autores con que el investigador determino las dimensiones de la variable Calidad de servicio y la importancia que es tener una buena gestión administrativa para el establecimiento donde el objetivo primordial sea superar las expectativas del cliente.

Albán & Flores & Pinargote (2017) en su tesis *Diseño de Modelo de Gestión Administrativa para Pymes del Sector Marisquería, de la Ciudad de Guayaquil, Sector Norte*. El objetivo general fue diseñar el modelo de gestión administrativa para pymes del sector de marisquería, en la norte ciudad de Guayaquil, con la finalidad de contribuir a la matriz productiva. En cuanto a la metodología de investigación, utilizó un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación fue descriptivo y método empleado deductivo. Como conclusiones de la investigación se mencionó que los establecimientos desconocen actividades administrativas de las cuales se pueda llevar a cabo una buena gestión profesional y se encontró la necesidad de implementar dicho modelo de gestión.

La presente investigación aporta a poder darnos cuenta de lo importante que es llevar una buena gestión por parte de los administradores en el establecimiento, seguido de control para así poder mantenernos en el mercado y evitar fracasar.

Peña (2018), en su tesis denominado, *Diagnóstico de la Calidad de los Servicios y Atención al Cliente de la Cevichería Pepe 3* de la ciudad de Guayaquil. El objetivo general es analizar los factores que influyen en la calidad de servicios y atención al cliente para el diseño de estrategias de mejora. Con respecto a la metodología, se utilizó un enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo), el tipo de investigación fue descriptiva. La muestra fue de 383 personas, se utilizó como técnica a la encuesta y como instrumento al cuestionario. Como conclusiones de la investigación en el proceso de indagación de los resultados que reflejan las encuestas con el modelo Servqual, se encontraron aspectos puntuales donde existen debilidades de servicio. Se identificó falencias del servicio que se deben mejorar, como agilidad de servicio, tiempos de despacho y organización al momento del servicio y falta de capacitación de los colaboradores al responder preguntas de los comensales. Además, se determinó que el modelo Servqual es el más apropiado para evaluar calidad de servicios.

Esta investigación aporta a nuestra tesis en la parte metodológica, en que mediante un enfoque mixto se pueden tener un análisis más completo de las variables.

## **2.2. Marco teórico**

### ***2.2.1. Antecedentes generales.***

En el Perú, el ceviche es un plato tradicional de amplio consumo y altamente valorado, al punto de ser considerado formalmente como patrimonio cultural de la nación. El plato es servido en un tipo de restaurantes conocido como cevichería. Su historia se remonta a épocas precolombinas (Yeshayahu, 2010).

Se cree que los pobladores de la cultura mochica, en el norte del Perú, hace más de dos mil años ya comían el pescado crudo que era macerado con el jugo de alguna fruta que posiblemente era de tumbo. Por las costas de tumbes, Piura, Trujillo y lima, los antiguos nativos tenían la costumbre de comer el pescado crudo con sal y ají.

La primera receta que se conoce del “seviche” es de 1860 y pertenece a Manuel Atanasio Fuentes, quien lo menciona entre picantes en “La Guía de Lima”: consiste en pedazos menudos de pescado o camarones que echan en zumo de naranjas agrias, con mucho ají, y casi se cocina por la acción caustica de este y del agrio de la naranja (Sifuentes, 2018).

Las nuevas tendencias que se están desarrollando en el sector gastronómico son impulsadas desde la década pasada por Gastón Acurio, ya que sin duda es la figura más representativa del boom gastronómico, él indica que la cocina peruana es una marca global consolidada y reconocida a nivel mundial, al punto de que cada día se abren cuatro restaurantes de comida peruana en algún lugar del mundo (Gestión. 2016).

Uno de los ejemplos que se puede observar es el desarrollo de las ferias de comida, la más conocida “Mistura”, que desde el 2008 busca desarrollar un espacio donde se puedan mostrar y degustar la enorme variedad de platos peruanos y las novedades culinarias de todas las regiones. Dicha feria inicialmente atrajo a 30,000 personas en el 2008 y al 2016 llegó a más de 390,000 visitantes en 10 días, y con más de 300 expositores de insumos de todas las regiones exhibidas en el Gran Mercado (Mistura, 2017).

Actualmente el mercado de restaurantes de comida marina, está en todo Lima y dirigido a diferentes niveles socioeconómicos. Según la Asociación de Restaurantes Marinos y Afines del Perú (ARMAP) en el Perú existen alrededor de 35 mil cevicherías populares con menos de 20 mesas, y los platos cuestan entre 5 y 15 soles (República, 2015).

### ***Historia Del Ceviche:***

Se cree que los pobladores de la cultura mochica, en el norte del Perú, hace más de dos mil años ya comían el pescado crudo que era macerado con el jugo de alguna fruta que posiblemente era el tumbo. En general se sabe que en las costas de Tumbes, Piura, Trujillo y Lima los antiguos nativos tenían la costumbre de comer el pescado crudo, también existen algunas crónicas de los conquistadores españoles que describen a los nativos indios de la costa, que comían el pescado crudo con sal y ají. El cronista mexicano Pedro Gutiérrez de Santa Clara, escribió en sus guerras civiles del Perú (1544-1548), que los indios del Perú, todo lo que pescaban en el río o en el mar se lo comían crudo. Con la llegada de los españoles se introdujeron ingredientes nuevos como la cebolla, la naranja agria y el limón, que se utilizaban en la preparación del pescado crudo y con el tiempo se hizo común el plato con el nombre de “seviche” es de 1860 y pertenece a Manuel Atanasio Fuentes, quien lo menciona entre los picantes en “La Guía de Lima”: consiste en pedazos menudos de pescado o camarones que se echan en zumo de limón ají y sal; y casi se cocina por la acción caustica de este y del agrio de la naranja (Sifuentes, 2018).

#### ***2.2.2. Clasificación del producto y/o servicio.***

Según García (2017) en su libro denominado Uso de la dotación Básica del Restaurante y Asistencia en el Preservicio, define restaurante; como una actividad que se dedica a la preparación de servicios de comida bebidas.

Decreto supremo n° 025-2004-Mincetur (2004) se entiende por restaurantes los

establecimientos que expende comidas y bebidas al público, preparados en el mismo local (pag.2).

Según Enciclopedia de Turismo Hotelería y Restaurantes (2007) un restaurante es considerado como aquel establecimiento público donde, a cambio de un precio se sirven comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo local.

### **Restaurantes marinos**

***Cevichería móvil*** (food truck): Según la página “*food truck*” son vehículos que venden comidas, son bastantes exitosos en sitios como parques o lugares de números limitados de restaurantes de negocio. En el Perú hay una gran variedad de cevicherías móviles, una de ellas es: “La cale”, barra de ceviches ubicado en el distrito de San Isidro y es una de las mejores de la zona. (club planeta, 2016).

***Cevicherías tradiciones***: son las que mantiene de generación en generación, las comunes que se ven en las ciudades o pueblos. Una de las que hay en el Perú con más consumidores es Punto Azul, que se encuentra ubicado en el distrito de Miraflores (Punto azul, 2016).

***Cevicherías franquicias***: la franquicia es una fórmula que ha probado tener gran éxito en la actualidad y que permite la rápida expansión de los negocios y el dominio de los mercados, pero asimismo implica asumir obligaciones y una serio de contraprestaciones económicas. Cevichería “Nitos”, es una franquicia que cuenta con 17 locales en el país de Chile; sin embargo, el ejecutivo firma que, gracias al nuevo proceso de expansión, la marca espera terminar el año con 22 tiendas de Fast food (Emprende pyme, 2010).

***Barra cevichera***: la barra tiene un ritual liviano, da más libertad al comensal, quien

entre sentado y parado, tiene un servicio más rápido y usualmente ofrece propuestas especiales. Una de las que hay en el Perú es: Cevichería la mar, el ambiente es bueno y no hay demasiado ruido, el servicio es de primera y es una de las más recomendadas (Noticias, 2019).

***Cevicherías rápidas (fast food):*** es un estilo de alimentación donde el producto se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados, mayormente callejeros o a pie de calle. Uno de ellos se encuentra en Colombia “Best fast food ceviche”, más recomendado por su público y velocidad en el servicio (De Perú. Com, 2014).

### **Tipologías de restaurantes**

#### ***Restaurantes Gourmet***

En la revista denominada Cursos Gastronomía (2019), se define a los restaurantes Gourmet como, alimentos que son de alta calidad y servidos a la mesa, el servicio y menú es muy parecido al de la primera clase, en general se especializa en platillos poco comunes y muy bien elaborados. Los restaurantes gourmet por lo general definen su estilo y menú en relación al chef principal y suelen ganar renombre dependiendo de lo originales que resulten sus recetas. Al mismo tiempo, un restaurante con cierto concepto específico o que sirve sólo un tipo de comida puede considerarse gourmet si la calidad de las recetas y los alimentos son excelente.

#### ***Restaurante Especialidad***

Ofrece una variedad limitada de estilos de cocina, su menú cuenta con diferentes platillos de acuerdo a su especialidad. En ocasiones se confunde con el restaurante étnico que acostumbra ofrecer platillos más representativos de una región, dentro de esta clase de restaurantes encontramos otra clasificación de acuerdo al tipo de comida

por ejemplo: vegetarianos y macrobióticos, de pescados y mariscos, carnes rojas y aves

(Cursos Gastronomía, 2019).

### ***Restaurante Familiar***

se sirven alimentos sencillos a precios accesibles, se caracteriza por el tipo de servicio que es bastante confiable, generalmente este tipo de restaurantes son franquicias. Por supuesto, dentro de esta categoría también suelen caer la mayor parte de los emprendimientos pequeños de comida y las cocinas económica

(Cursos Gastronomía, 2019).

### ***Restaurante Buffet***

Los comensales pueden elegir entre una gran variedad de platillos cocinados y dispuestos para autoservicio. Generalmente el precio es una cantidad fija por persona, aunque en ocasiones el precio va de acuerdo a la cantidad de platos. Los restaurantes tipo buffet son una de las opciones más socorridas por aquellas que buscan iniciar un negocio de comida, ya que pueden estar compuestos de todo tipo de platillos. En este tipo de restaurante lo más importante es el precio y la cantidad de comida que se sirve (Cursos Gastronomía, 2019).

### ***Restaurante de comida rápida***

Este tipo de restaurantes ofrecen productos simples y de rápida preparación como hamburguesas, papas, pizzas o pollo frito. Como es bien sabido, la mayor parte de las franquicias de comida pertenecen a esta clasificación ya que la preparación de los alimentos suele ser muy sencilla y los procesos se estandarizan, a diferencia de

los restaurantes tipo gourmet, donde la realización artesanal de los platillos es el atractivo principal (Cursos Gastronomía.2019).

### ***Restaurantes temáticos***

Se clasifican de acuerdo al tipo de comida que ofrecen, en estos establecimientos encontramos alimentos de acuerdo a su origen (cocina italiana, cocina francesa etc.). también encontramos los restaurantes espectáculos, que son los que generalmente están asociados con algún tipo de personaje o tipo de música. En este tipo de restaurantes podemos encontrar una gran afluencia de turistas, debido a las actividades del turismo gastronómico (Cursos Gastronomía, 2019).

### ***Comida para llevar***

En estos establecimientos se ofrece una gran variedad de primeros platos, segundos y aperitivos, expuestos en vitrinas frías o calientes, dependiendo del tipo de alimentos. Los clientes seleccionan un menú de acuerdo a la oferta de alimentos que tiene y se usan recipientes desechables. Este tipo de restaurante es muy común en las grandes ciudades, en donde las personas no tienen mucho tiempo para comer y prefieren la practicidad que da el que todo esté preparado y listo para llevarse (Cursos Gastronomía, 2019).

### ***2.2.3. Proceso del producto y/o servicio.***

#### ***Producto:***

Es una palabra árabe “Sibech” cuyo significado es comida acida, que se obtiene de la mezcla del zumo de naranja agria y jugo de limón sobre un producto o proteína (Vega, 2016).

El ceviche es propio de algunos países americanos, hecho a base de pescado o marisco crudo cortado en trozos pequeños acompañado de cebolla picada, sal y ají (Real Academia Española, 2009).

En lo referente al producto, el plan de operaciones tiene el objetivo principal de detallar el óptimo tratamiento que se dará a los insumos frescos, desde su origen hasta que sean elaborados y consumidos. Básicamente el proceso consistirá en tomar el producto fresco, transformarlo en el plato solicitado por el cliente, se considera de suma importancia que sea un mismo cocinero quien elabore el plato desde el principio hasta el final.

- **Compra de insumos:** nuestra materia prima “pescado” será fresco y de preferencia la pesca del día, abastecido por la Asociación de Pescadores Artesanales de Bujama, que se encuentra ubicado a 97 km del sur de Lima o del terminal pesquero que se encuentra en el distrito de Villa María del Triunfo.

- **Almacenaje:** para garantizar que los insumos no se descompongan y sean inocuos se almacenarán en máquinas refrigeradoras y distribuidos por diferentes zonas para evitar una contaminación cruzada, tomando en cuenta el tipo de insumo, así podrán mantenerse frescos y en óptimas condiciones para su elaboración.

- **Mise en place:** La mise en place nos asegura que posteriormente evitemos imprevistos y retrasos. Esto aportará seguridad y eficacia en el servicio para ir al tiempo correcto.

**Seguiremos los siguientes procedimientos:**

- 1) Lavar los insumos que se utilizarán para la elaboración de los platos fríos y calientes.
- 2) Pelar, picar y proporcionar.
- 3) Distribuirlos en diferentes recipientes, es recomendable utilizar diferentes utensilios y de diferentes colores para evitar una contaminación cruzada.
- 4) Preservar en zonas y lugares frescos para evitar su descomposición, si es necesario refrigerarlos.

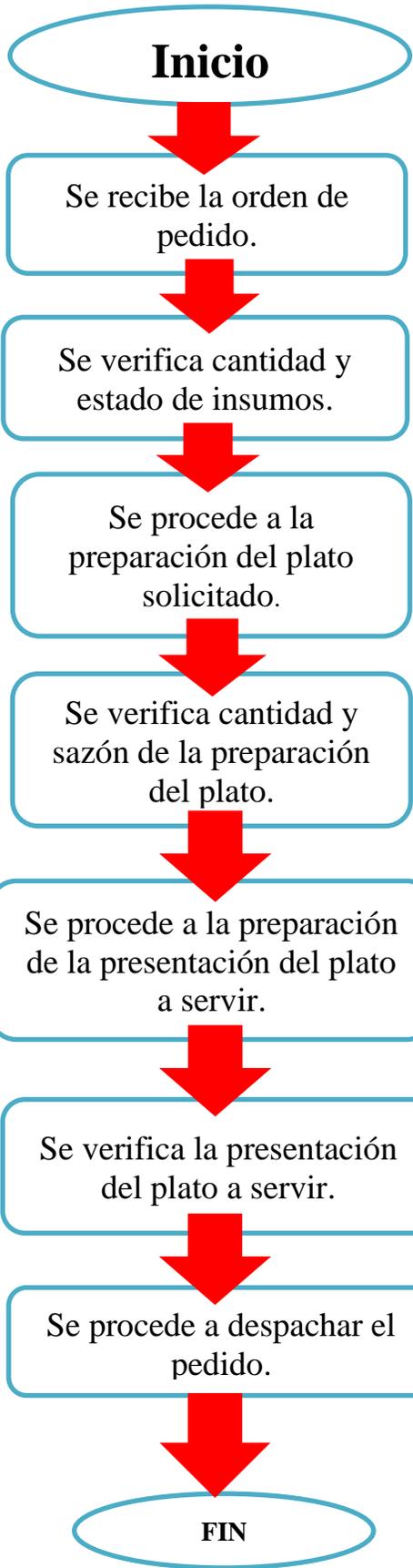
• **Preparación de los platos:** consiste en la elaboración de los alimentos para que puedan consumirse, cada plato tiene un diferente proceso y técnica de elaboración. Para tener un enfoque más concreto, se establecerá el proceso operativo en base a los tres platos marinos más demandados, cebiche de pescado, arroz con mariscos y chicarrón de mariscos.

• **Proceso de elaboración del ceviche:** Se empieza realizando las elaboraciones previas, como el desgranado y hervirlo del choclo, corte de la cebolla, sancochar el camote, lavado de la lechuga, freír la canchita, limpiar y cortar el ají limo, corte y porcionado del pescado. Dichos insumos se refrigeran y luego de que el mozo deja su pedido en cocina se inicia el proceso de elaboración del plato, Dicho proceso de cocinado del ceviche se denomina marinado y se confirma con una duración de preparado de unos cinco minutos, en la que únicamente es necesario exprimir el limón, sazonar el pescado, mezclar los ingredientes y dejar reposar durante unos tres minutos y finalmente de emplata y sacar nuestro pedido.

• **Proceso de elaboración del arroz con mariscos:** De igual modo, la elaboración del arroz con mariscos es bastante rápida, con el mismo modelo de producción de los insumos

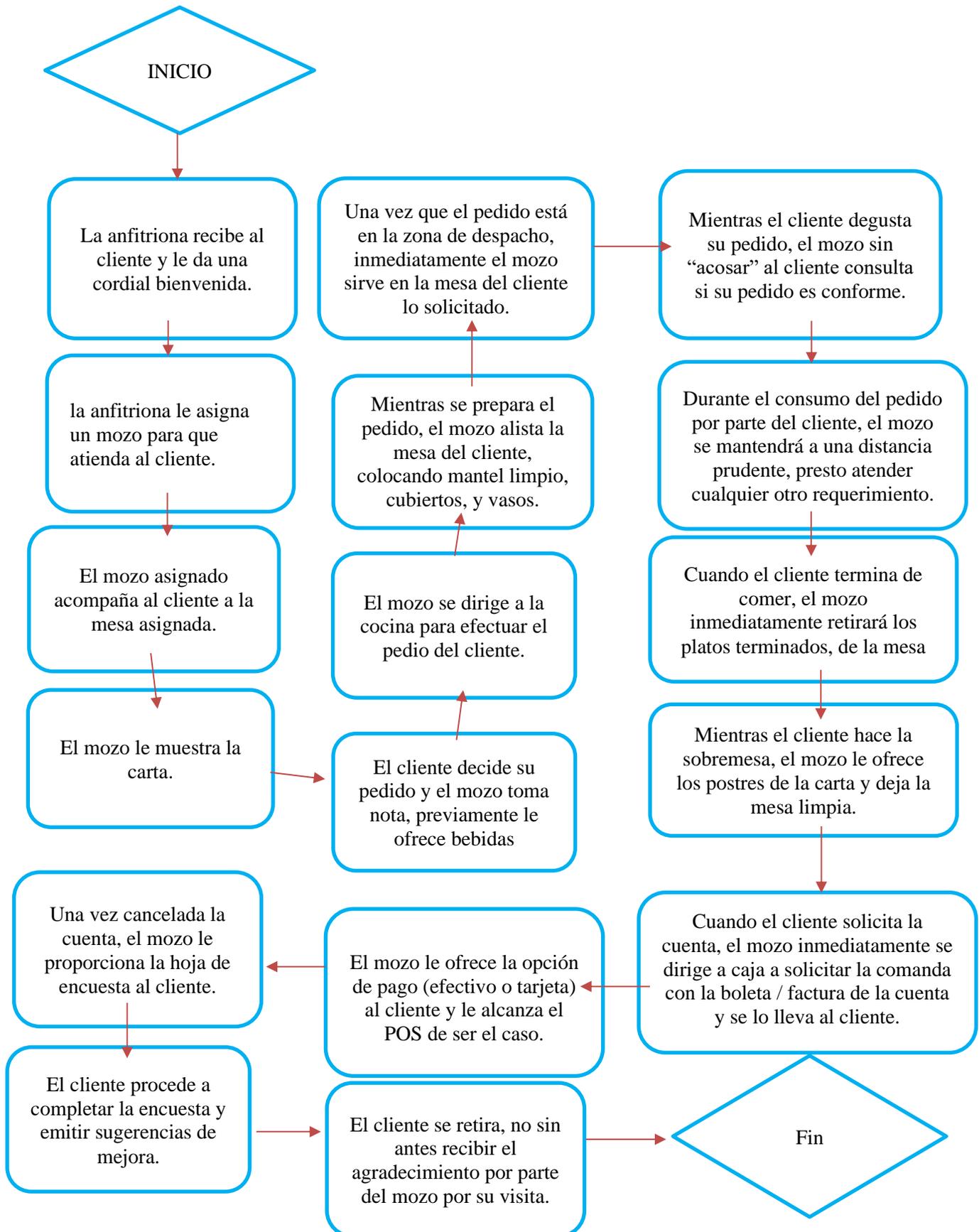
previamente al inicio del servicio, arroz precocido, verduras y otros ingredientes listos para mezclar una vez llegue la comanda, los mariscos deben estar previamente porcionados y refrigerados. el proceso de elaboración se estima con una duración similar a la del ceviche, unos cinco minutos una vez hecha la comanda y dada la orden por parte del mozo.

- ***Proceso de elaboración del chicharrón:*** En el caso de la elaboración del chicharrón es un poco más larga, dado que el proceso de fritura necesita un tiempo un poco mayor. Sin embargo, el tiempo ofrecido por los expertos es de diez minutos teniendo en cuenta que, se dedica un tiempo previo de producción, dedicado a la preparación, troceado y porcionado de los mariscos, que en el momento en el que se pasa la comanda a la cocina, únicamente tienen que aderezarlos, hacer el rebozado y freírlos. Lo mismo que hacen con las yucas y papas que acompañan al chicharrón en el plato.
- ***Servir los platos:*** Este proceso vendría a ser el último por parte del chef emplatando la comida y sacar el pedido.



***Servicio:***

- El proceso del servicio inicia desde que el cliente llama por teléfono para hacer una reserva, se le tomará sus datos personales en el sistema para poder procesar y tener su reserva lista en base a sus requerimientos, para ello se le preguntará siempre dirigiéndose al cliente como señor, señora o señorita, su nombre y apellidos, su teléfono personal, la hora a la que desea reservar la mesa, el número de personas que irán a comer y si existiera algún requerimiento especial.
- En caso de que el o los clientes vayan directamente al restaurante se les preguntará, siempre refiriéndonos a ellos como señor o joven, señora o señorita, cuantos comensales son.
- Si hay mesa disponible para el número de comensales se le acompañará a la mesa, se les acomodará y se les hará entrega de la carta.
- Cuando tengan claro el pedido, se les tomará nota en la comanda para pasarla al área de cocina, para que sean elaboradas en función a sus preferencias y cuando esté listo se servirá a todos los comensales al mismo tiempo.
- Por último, cuando los consumidores hayan finalizado su comida y soliciten la cuenta se les llevará para que puedan proceder al pago y finalmente, una vez el cliente decida irse se le agradecerá su preferencia y se le despedirá con un cordial “gracias por su visita”, “esperamos verle”.



#### **2.2.4. Conceptos generales.**

##### ***Calidad***

- Según Gaither (2000) afirma que “La calidad de un producto o servicio es el grado de percepción del cliente en que dicho bien cumple con sus expectativas”.
- Bateman & Snell (2000) expresó que “La calidad es la excelencia de su producto, lo que incluye su atractivo, su falta de defectos, su confiabilidad y durabilidad”.
- La American Society for Quality Control, define la calidad como una totalidad de características de un producto o servicio que influyen en su capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas (Kotler & Armstrong, 2001).
- Calidad es traducir necesidades futuras de los usuarios en las características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente (Deming, 1989).
- Jesús Felipe Gallego definió a la calidad como la interpretación subjetiva de los servicios que se ofrecen teniendo en cuenta la información que poseen los consumidores, sus valores, la influencia del entorno, la cultura, la formación y el precio que están dispuestos a pagar (Armendáriz, 2013).

##### ***Servicio***

- Actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra; es esencialmente intangible y no resulta de la propiedad de nada, no puede ser almacenado.
- Kotler & Armstrong (2003), afirma que “Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico.
- Denton (1999) afirma que “La satisfacción del cliente origina recompensas muy

reales para la compañía, en forma de lealtad de los clientes y de imagen corporativa”.

- Peel (1993) menciona que el servicio es una actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad.
- Kotler (1997) define al servicio como “cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico”.

### *Calidad de servicio*

- Actitud del consumidor que se forma a partir de la percepción que se ha generado tras el consumo.
- Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1992) define la calidad de servicio como la diferencia entre percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre éste se habían formado previamente.
- Cronin y Taylor (1992) afirman que la calidad de servicio es una actitud del consumidor que se forma a partir de la percepción que se ha generado tras el consumo.
- “La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar” (Drucker, 1990).

### *Satisfacción*

- La satisfacción del cliente es lo más importante para las empresas, razón por la cual han empezado a buscar la manera de como ir creciendo en ese aspecto, brindando un servicio de calidad para estar a la vanguardia con las demás empresas y conservar los clientes.
- Kotler (2006) afirma “Es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta

de comprar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

- Un cliente está satisfecho cuando sus necesidades reales o percibidas, son cubiertas o excedidas. Es así que Kotler & Armstrong (2003) define la satisfacción como el “Grado en que el desempeño percibido de un producto concuerda con las expectativas del comprador”.
- Para Cantú (2001) “La satisfacción del cliente es la percepción que los clientes externos tienen acerca de los productos y servicios que proporciona la compañía, se busca evidencias sobre parámetros claves que utiliza la empresa para medir su desempeño e impulsarse hacia un estado de excelencia”.
- Los establecimientos que quieran ser exitosos en el mercado actual deben de conocer las expectativas de sus clientes, el valor que perciben de la empresa y su nivel de satisfacción, al igual que conocer estos valores con relación a la competencia.

### ***Proceso***

El proceso es aquello que constituye en núcleo de una organización, son las actividades y tareas que realiza a través de las cuales produce o genera un servicio o producto para sus usuarios. El punto central implícito en la gestión de la calidad de un proceso es el “agregar valor” a este resultado

(Bergholz, 2001).

Los autores Cruz & Gonzales (2006), define proceso como un conjunto de actividades realizadas por un individuo o grupo de individuos cuyo objetivo es transformar entradas en salidas que serán útiles para un cliente, a la vez considera que cada grupo de actividades o procesos conforman una cadena de valor mediante

la que se pretende satisfacer al cliente a través de la generación del valor añadido en cada actividad.

Carrasco (2009), define proceso, como una totalidad que cumple un objetivo completo y que agrega valor para el cliente. Esta unidad es el sistema de creación de riqueza que inicia y termina transacciones con los clientes en un determinado periodo de tiempo. Cada activación del proceso corresponde al procesamiento de una transacción, en forma irreversible, por eso se emplean los conceptos de temporalidad y de fecha del tiempo. El periodo de tiempo es hoy el punto crítico de trabajo para incrementar la productividad. Un proceso puede pasar por muchos cargos, por eso se dice que los procesos alcanzan a toda organización y la cruzan horizontalmente. Desde el punto de vista de segmentación se pueden distinguir macroempresas y procesos operativos.

### ***Inocuidad***

- Según la Organización Mundial de la Salud OMS (2014), la inocuidad alimentaria “engloba las acciones encaminadas a garantizar la máxima seguridad posible de los alimentos. Las políticas y actividades que persiguen dicho fin deberán de abarcar toda la cadena alimenticia, desde la producción al consumo.”
- Cliente:*** El cliente es "una persona o empresa que adquiere bienes o servicios necesarios para su diario vivir o para sus ambiciones” (Chartered Institute of Marketing, 2008). Cliente es un término que define a la persona u organización que realiza una compra, puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro (Diccionario de Marketing, de Cultural S.A, 2000).

•**Mercado:** Es el lugar destinado por la sociedad en el que vendedores y compradores se reúnen para tener una relación comercial, para esto se requiere un bien o servicio que comercializar, un pago hecho en dinero y el interés para realizar la transacción. (Educación M, 2015, párr. 2).

•**Producto:** Es aquello que toda empresa (grande, mediana o pequeña), organización (ya sea lucrativa o no) o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue (Marketing – Free, 2009, párr.1).

•**Rentabilidad:** Son los beneficios que se han obtenido de una inversión. Tanto en el ámbito de las inversiones como en el ámbito empresarial es un concepto muy importante porque es un buen indicador del desarrollo de una inversión y de la capacidad de la empresa para remunerar los recursos financieros (Marrero, 2016, párr.2).

#### 2.2.4. *Definición de términos básicos.*

##### • **Cliente**

Kotler & Armstrong (2003) afirma que “El cliente es la persona más importante de toda organización. Es un ser humano que tiene necesidades y preocupaciones y merece el trato más cordial y atento que se le puede brindar.

##### • **Calidad**

Según Norman Gaither (2000) “La calidad de un producto o servicio es el grado de percepción del cliente en que dicho bien cumple con sus expectativas”.

##### • **Servicio**

Kotler & Armstrong (2003), afirma que “Un servicio es una obra, una realización

o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la prioridad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico.

- **Calidad de servicio**

“La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar” (Drucker, 1990).

- **Satisfacción**

“La satisfacción es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (Kotler, 2006).

- **Capacitar:** Hacer alguien apto, habilitarlo para algo. (Enclave RAE,2018,párr.1)

- **Carnes:** Parte del cuerpo de los animales preparada para el consumo humano; especialmente la de los animales no marinos y en particular la de las reses (Enclave RAE, 2018, párr. 3).

- **Refresco:** Bebida sin alcohol elaborada generalmente con extractos vegetales, agua y azúcar que se toma fría para quitar la sed (Fundeu, 2015, párr. 4).

- **Ensalada:** Plato que se prepara mezclando distintos alimentos, crudos o cocidos principalmente hortalizas troceadas, y se sirve frío o tibio, aliñado o aderezado con alguna salsa (Oxford, 2017, párr, 5).> carnosa, amarillenta, con muchas semillas blanquecinas; las raíces son fibrosas y en sus extremos llevan gruesos tubérculos redondeados y comestibles.

### **III. Marco metodológico**

### **3.1. Tipos y Diseño de Investigación**

#### **Nivel de la investigación**

El nivel de la investigación es de un nivel cuantitativo porque es la recolección de datos, se utiliza un cuestionario de los resultados y se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

Hernández Fernández & Baptista (2014) indica que el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías, de las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos y se extrae de conclusiones.

Este enfoque se utiliza para consolidar la hipótesis formulada dentro de una investigación o un esquema teórico y establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población (Hernández Sampieri & otros, 2014).

#### **Tipo de investigación**

- El tipo de investigación que se desarrollo es descriptivo, así como lo determina Hernández y Baptista (2006) que la investigación descriptiva es un nivel básico de investigación, el cual se convierte en la base de otros tipos de investigación; además agregan que la mayoría de los tipos de estudios tienen de una u otras

formas aspectos de carácter descriptivo. Se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la observación y la revisión documental.

Según el autor Arias (2012) define:

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere (p.24).

**Diseño de investigación:**

La investigación se realizó en un diseño no experimental lo cual es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. “La investigación no experimental o *expost-facto* es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones”. De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad (Hernández, 2002).

- Como señala Kerlinger (1979, p. 116). “La investigación no experimental o ex post- facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones”. De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, su realidad.

### **3.2. Población, muestra y muestreo Muestra:**

- La muestra es la que puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. Según Tamayo, T. Y Tamayo, M (1997), afirma que la muestra “ es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico” (p.38).
- Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población (Lopez,1997).

- Según Arias (2006) Un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible (p. 83).

Colocar la fórmula de muestra y mencionar el total a aplicar.

- Muestra = (n)
- Población = 708
- Porcentaje de confianza 95% = 1.96
- Variabilidad positiva = 0.5
- Variabilidad negativa = 0.5
- Porcentaje de error de 5% = 0.05

Se determina en mi investigación que la muestra (380) a la cual hago referencia estará comprendida dentro de la población de tambo viejo del distrito de Cieneguilla quien cuenta con una población de 34,684 habitantes según el INEI.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{N \times E^2 + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 129,653}{34684 \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$\underline{\underline{n}} = \frac{3.84 \times 0.25 \times 129,653}{34684 \times 0.0025 + 3.84 \times 0.25}$$

$$n=380$$

### Población:

- La muestra es la que puede determinar la problemática ya que les capacita de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. Según Tamayo, T. Y Tamayo, M (1997), afirma que la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico" (p.38).
- Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. Según López, 1997, par3.
- Según Arias (2006) define población a un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas conclusiones de la investigación. Esta queda determinada por el problema y por los objetivos del estudio (p. 81).

### **3.3. Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos Encuesta**

Para el desarrollo del proyecto se utilizó la técnica de la encuesta que se aplicó a los pobladores del distrito de Cieneguilla.

- Según Stanton, Etzel y Walker, una encuesta consiste en reunir datos entrevistando a la gente.
- Según Naresh K. Malhotra, las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado.
- Según Palacios, Vázquez y Bello las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva

que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo.

### *Cuestionario*

- Según Arias (2004) señala que “el cuestionario es una modalidad de encuesta. Se realiza de forma escrita con serie de preguntas”. (p. 72).
- Según Hurtado (2000) señala que “el cuestionario es una serie de preguntas relativas a una temática, para obtener información” (p. 469).
- Según Tamayo y Tamayo (2008), señala que “el cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio” (p.124).

**Encuesta**

....., le agradecería participar en esta encuesta para ver la viabilidad de la creación de una cevichería en el distrito de Cieneguilla.

Sexo      F      M

1). - ¿Cuál es su edad promedio?

- a) De 15 a 18 años.
- b) De 19 a 25 años.
- c) De 26 a 35 años.
- d) De 36 a más.

2).- ¿En qué cevichería de Cieneguilla consume comida marina?

- a) El pulpito.
- b) Ají limón.
- c) La peñita.
- d) Caleta.

3).- ¿Cuánto paga usted por un plato de ceviche de pescado?

- a) De 10 a 15 soles.
- b) De 15 a 20 soles.
- c) De 20 a 25 soles.
- d) De 25 soles a más.

4).- ¿Con qué frecuencia asiste a una cevichería?

- a) Una vez a la semana.
- b) Dos veces a la semana.

c) Cada quince días

d) Una vez al mes.

5).- ¿En qué días de la semana asiste a una cevichería?

a) Lunes y martes.

b) Miércoles y jueves.

c) Viernes o sábado.

d) Solo domingos.

6).- ¿En qué meses del año consume más comida marina?

a) Enero-marzo.

b) Abril-junio.

c) Julio-setiembre.

d) Octubre-diciembre.

7).- ¿Qué es lo que más valora de un establecimiento de comida marina?

a) Sabor en la comida.

b) Rapidez en la atención.

c) Precios cómodos.

d) Buena atención.

8).- ¿Qué entrada es de su preferencia?

a) Ceviche.

b) Tiradito.

c) Causa de pescado.

d) Conchita a la parmesana.

9).- ¿Cuál es el plato de fondo que Usted prefiere?

a) Jalea mixta.

b) Arroz con mariscos.

c) Chaufa de pescado.

d) Chicharrón de pescado.

10).- ¿Cuál es la bebida de su preferencia para acompañar a su plato?

a) Refrescos naturales.

b) Gaseosas.

c) Bebidas alcohólicas.

d) b y c.

11).- ¿Con quién suele asistir acompañado a la cevichería?

a) Familia.

b) Amigos.

c) Pareja.

d) Solo (a).

12).- ¿Qué comodidades prefiere en una cevichería?

a) Wifi.

b) Tv.

c) Estacionamiento.

d) Juegos para niños.

13).- ¿Cómo desearía enterarse de las novedades y promociones?

a) Redes sociales.

b) Correo.

c) Volantes.

d) Afiches.

14).- ¿Cuál es el medio de pago que utiliza Usted?

- a) Visa.
- b) MasterCard.
- c) Efectivo.
- d) Todas las anteriores.

### **3.4. Validación y confiabilidad del instrumento**

#### ***Validación***

- Según Rusque (2003) “la validez representa la posibilidad de que un método de investigación sea capaz de responder a las interrogantes formuladas. La fiabilidad designa la capacidad de obtener los mismos resultados de diferentes situaciones. La fiabilidad no se refiere directamente a los datos, sino a las técnicas de instrumentos de medida y observación, es decir, al grado en que las respuestas son independientes de las circunstancias accidentales de la investigación (Pág. 134).
- De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (1998), “la validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (pág.243).
- Tamayo y Tamayo (1998) considera que validar es “determinar cualitativa y/o cuantitativamente un dato” (224). Esta investigación requirió de un tratamiento científico con el fin de obtener un resultado que pudiera ser apreciado por la comunidad científica como tal.

### ***Confiabilidad***

- Según Ander & Egg (1987) quien señala que la confiabilidad del cuestionario está representada por la capacidad de obtener idénticos resultados cuando se aplican las mismas preguntas en relación a los mismos fenómenos.
- Según Hernández (2003) “indican que la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados” (p. 243).
- Como señala Hidalgo, la confiabilidad depende de procedimientos de observación para describir detalladamente lo que está ocurriendo en un contexto determinado, tomando en cuenta para ello el tiempo, lugar y contexto objeto de investigación o evaluación, para poder así intercambiar juicios con otros observadores sean estos investigadores o evaluadores.

De allí que la confiabilidad representa el grado de similitud de las respuestas observadas entre el contexto del investigador o evaluador y el investigado o evaluado. ***Prueba Piloto***

***Tabla 1:*** Formula de la prueba piloto

(Número de Ítems) K	13
$\sum V_i$	26.3
$V_t$	11.0
Sección 1	1.1
Sección 2	0.6
Absoluto	0.7
$\infty$	0.7

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

### 3.5. Procedimientos de recolección de datos

Se ejecutó la prueba piloto a un total de 20 personas del centro poblado Asociación Las Terrazas de Huaycán de Cieneguilla, realizada el día domingo 10 de octubre a las 10:00 am, fue entregada a personas de diferentes edades entre varones y mujeres que aceptaron colaborar a desarrollar estas preguntas, esta prueba piloto tuvo una duración de dos horas

aproximadamente. Las encuestas fueron entregadas generalmente a las personas que se encontraban en parque y a las que pasaban por el lugar algunas encuestas fueron leídas y desarrolladas con mi ayuda en la lectura y otras fueron entregadas a los pobladores para que ellos mismos lo desarrollen. Después se procesaron los resultados en una base de datos con el alfa de Cronbach para ver la confiabilidad del proyecto.

Posterior a la prueba piloto, se ejecutó la recolección de datos de la muestra real donde se encuestó a 300 pobladores del centro poblado Tambo viejo. Las encuestas fueron aplicadas el día sábado 23 de octubre y domingo 24 de octubre de la 1:00 pm hasta las 7:30 pm aproximadamente, fueron entregadas a personas de 20 a 50 años de edad entre varones y mujeres. La táctica a utilizar fue ir a puntos estratégicos y concurridos, primero se realizó en la plaza de armas de Cieneguilla, también en el mercado principal del distrito donde se dirigen todos los pobladores para realizar sus compras. La metodología para aplicar el cuestionario a las personas fue entregar la encuesta al poblador para que el mismo lo realice y la segunda era leerle y ser desarrollado por mi Persona, la segunda fue la más viable porque quise agilizar el tiempo y no incomodar a las personas encuestadas.

### 3.6. Métodos de análisis e interpretación de datos

#### **Pregunta 1:** ¿Cuál es su edad promedio?

A partir de la encuesta aplicada a las 380 personas en Tambo Viejo de Cieneguilla, en la tabla 2 y la figura 2 se observa que el resultado obtenido es que el 42% (161 personas) manifiestan tener 26 a 35 años, el 33% (125 personas) manifiestan tener de 18 a 25 años, el 14% (55 personas) manifiestan tener de 15 a 18 años y el 10% (39 personas) manifiestan tener 36 años a más. Lo cual determina que las personas que tienen de 26 a 35 años serán mis potenciales consumidores.

**Tabla 2**

*Resultados de la pregunta 1*

<b>Alternativas</b>	<b>Nro. Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
26 a 35 años	161	42%
18 a 25 años	125	33%
15 a 18 años	55	14%
36 a más	39	10%
<b>Total, general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

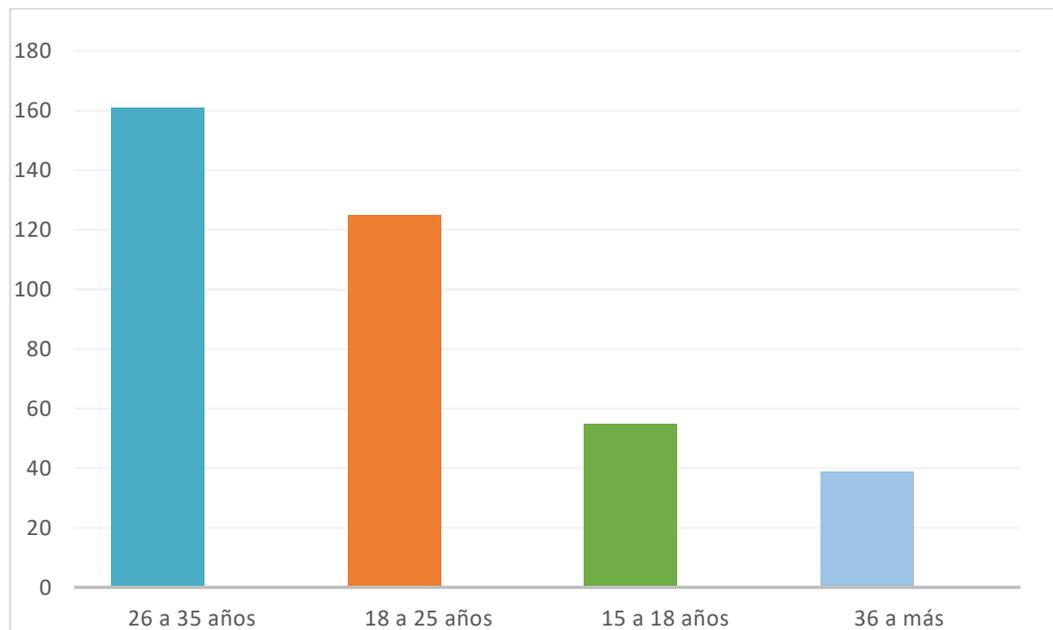
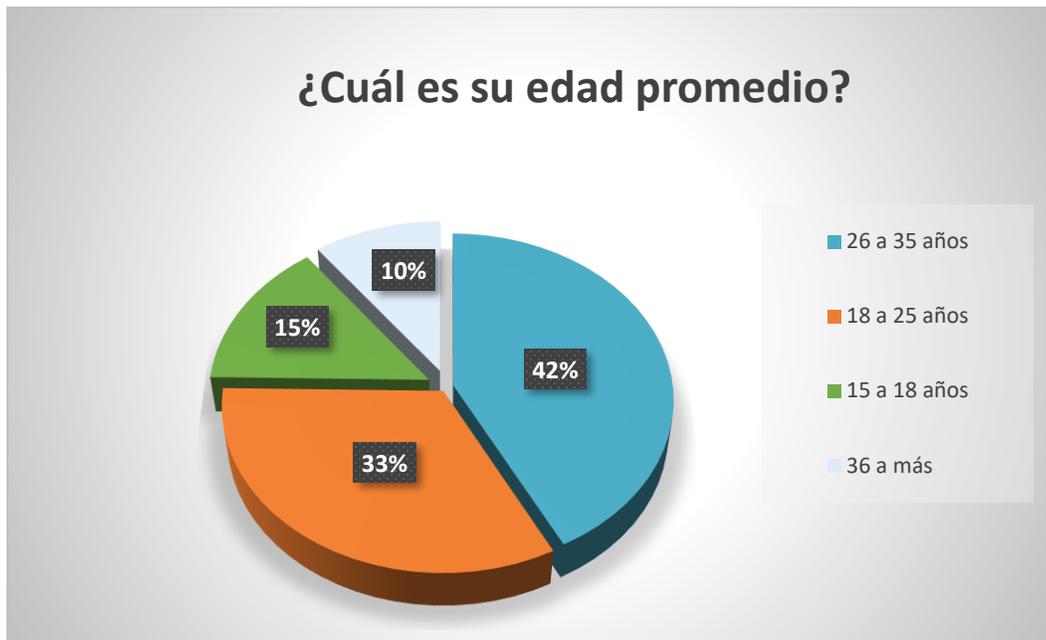


Figura 2: ¿Cuál es su edad promedio?

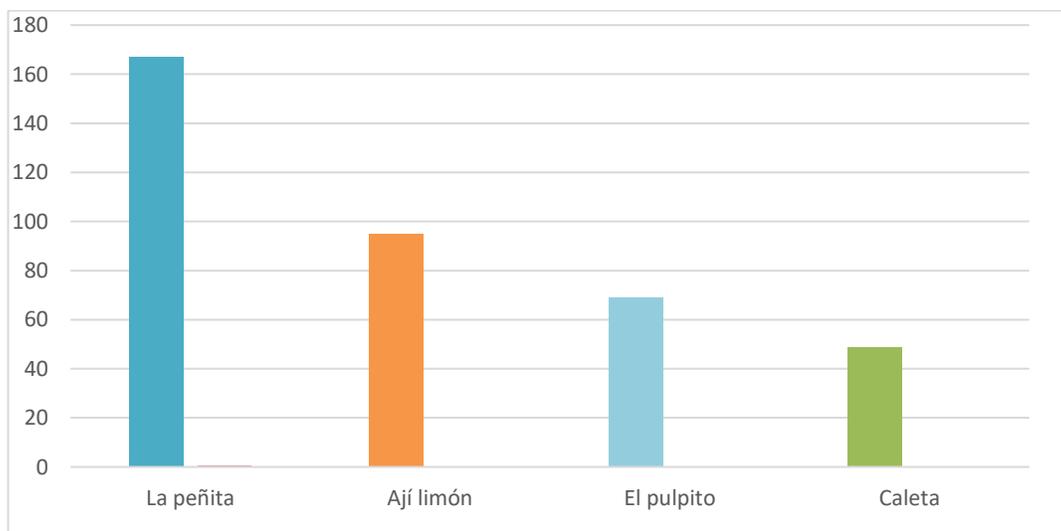
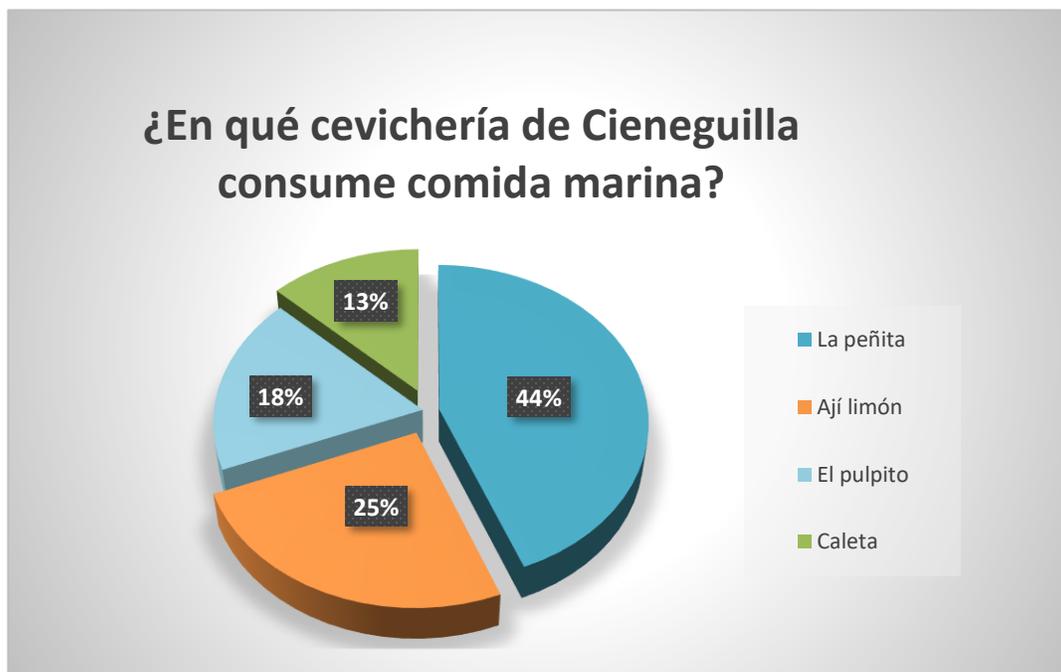
**Pregunta 2:** ¿En qué cevichería de Cieneguilla consume comida marina?

A partir de la encuesta aplicada a las 380 personas en Tambo Viejo de Cieneguilla, en la tabla 3 y la figura 3 se observa que el resultado obtenido es que el 44% (167 personas) consume en la cevichería la peñita, el 25% (95 personas) consume en la cevichería ají limón, el 18% (69 personas) consume en la cevichería el pulpito, el 13% (49 personas) consume en la cevichería Caleta, lo cual determina que la peñita será nuestra competencia directa en tambo viejo Cieneguilla.

**Tabla 3**

*Resultados de la pregunta 2*

<b>Alternativas</b>	<b>Nro. Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
La peñita	167	44%
Ají limón	95	25%
El pulpito	69	18%
Caleta	49	13%
<b>Total, general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>



*Figura 3:* ¿En qué cevichería de Cieneguilla consume comida marina?

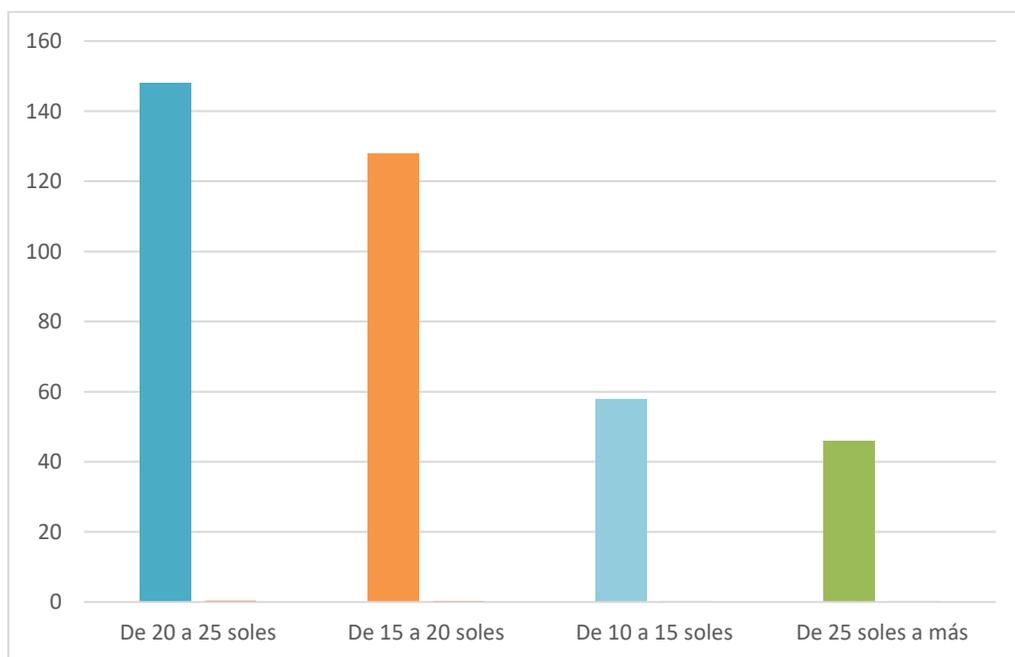
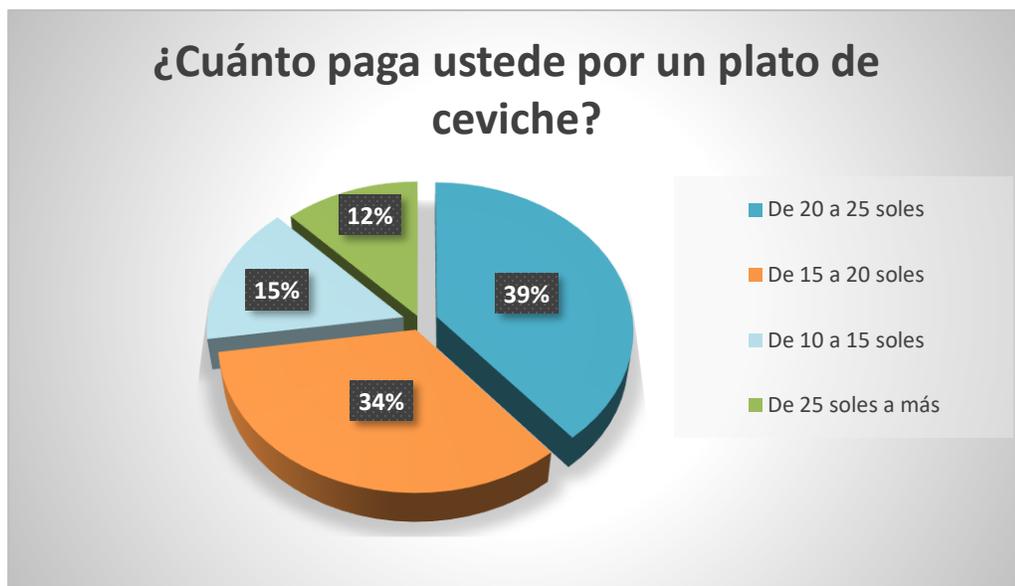
**Pregunta 3:** ¿Cuánto paga usted por un plato de ceviche de pescado?

A partir de la encuesta aplicada a las 380 personas en Tambo Viejo de Cieneguilla, en la tabla 4 y la figura 4 se observa que el resultado obtenido es que el 39% (148 personas) paga por un plato de ceviche de 20 a 25 soles, el 34% (128 personas) paga por un plato de ceviche de 15 a 20 soles, el 15% (58 personas) paga por un plato de ceviche de 10 a 15 soles, el 12% (46 personas) paga de 25 soles a más. Lo cual determina que los clientes estarían dispuestos a pagar de 20 a 25 soles por un plato, siendo un costo promedio, accesible y rentable para nuestra inversión.

**Tabla 4**

Resultado de la pregunta 3

<b>Alternativas</b>	<b>Nro. Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
De 20 a 25 soles	148	39%
De 15 a 20 soles	128	34%
De 10 a 15 soles	58	15%
De 25 soles a más	46	12%
<b>Total, general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>



*Figura 4:* ¿Cuánto paga usted por un plato de ceviche de pescado?

**Pregunta 4:** ¿Con qué frecuencia asiste a una cevichería?

A partir de la encuesta aplicada a las 380 personas en Tambo Viejo Cieneguilla, en la tabla 5 y la figura 5 se observa que el resultado obtenido es que el 42% (161 personas), asisten a una cevichería cada 15 días, el 29% (110 personas) asisten a una cevichería una vez al mes, el 17% (66 personas) asisten dos veces a la semana, el 11% (43 personas) asisten una vez a la semana. Lo cual determina que habrá presencia del público cada 15 días.

**Tabla 5**

Resultado de la pregunta 4

<b>Alternativas</b>	<b>Nro. Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Cada 15 días	161	42%
Una vez al mes	110	29%
Dos veces a la semana	66	17%
Una vez a la semana	43	11%
<b>Total, general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

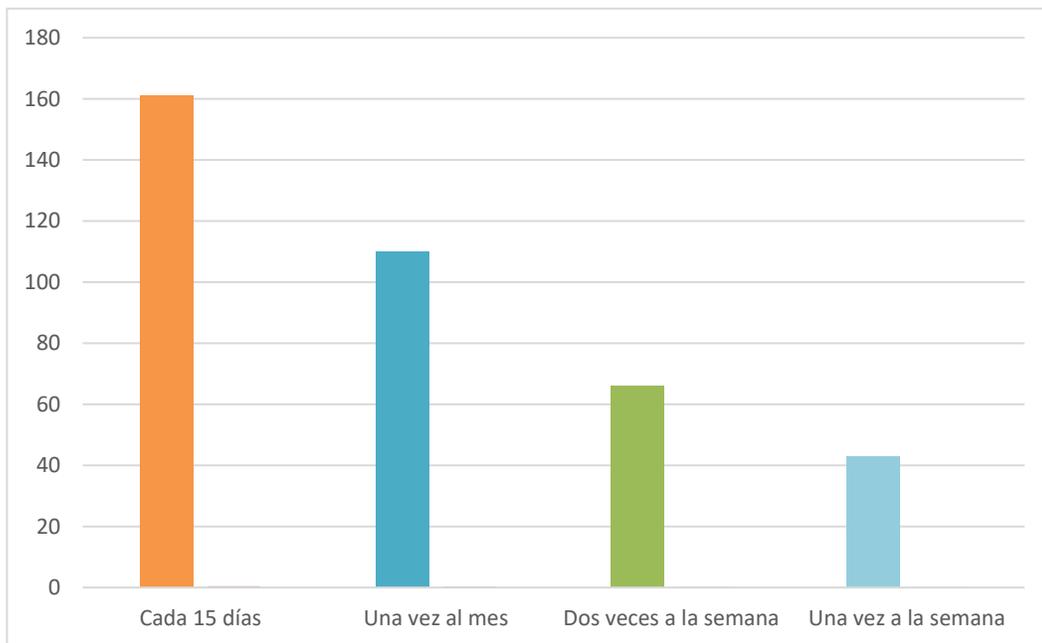
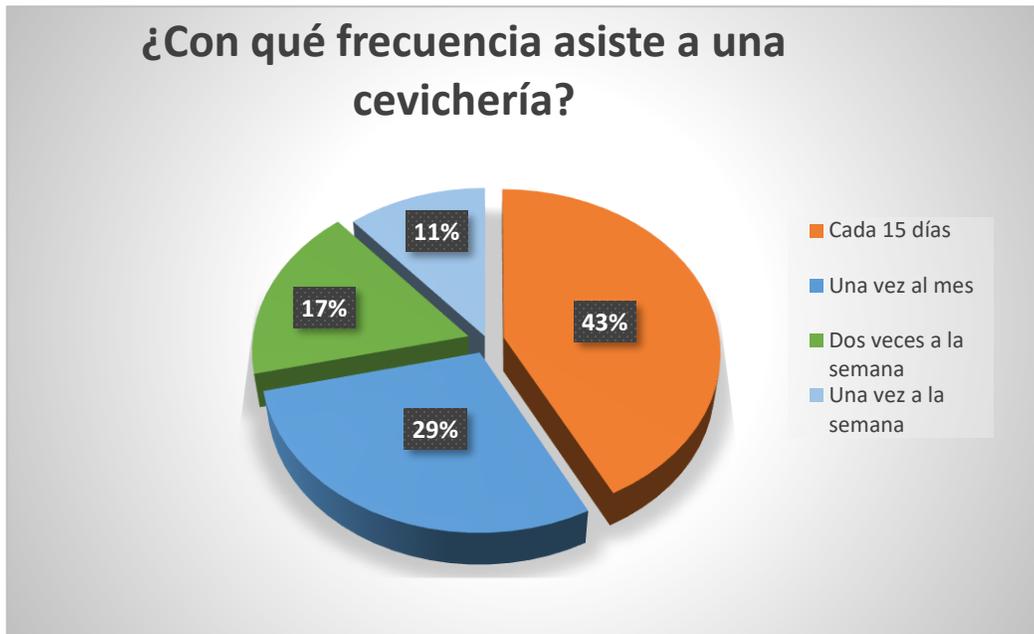


Figura 5: ¿Con qué frecuencia asiste a una cevichería?

**Pregunta 5:** ¿En qué días de la semana asiste a una cevichería?

A partir de la encuesta aplicada las 380 personas en Tambo Viejo Cieneguilla, la tabla 6 y la figura 6 se observa que el resultado obtenido es que el 39% (149 personas) asisten viernes o sábados, el 26% (97 personas) asisten miércoles y jueves, el 25% (94 personas) solo domingos, el 11% (40 personas) asisten lunes y martes. Lo cual la asistencia más fluida en la cevichería sería los viernes y sábados.

**Tabla 6**

Resultado de la pregunta 5

<b>Alternativas</b>	<b>Nro. Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Viernes o sábado	149	39%
Miércoles y jueves	97	26%
Solo domingos	94	25%
Lunes y martes	40	11%
<b>Total, general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

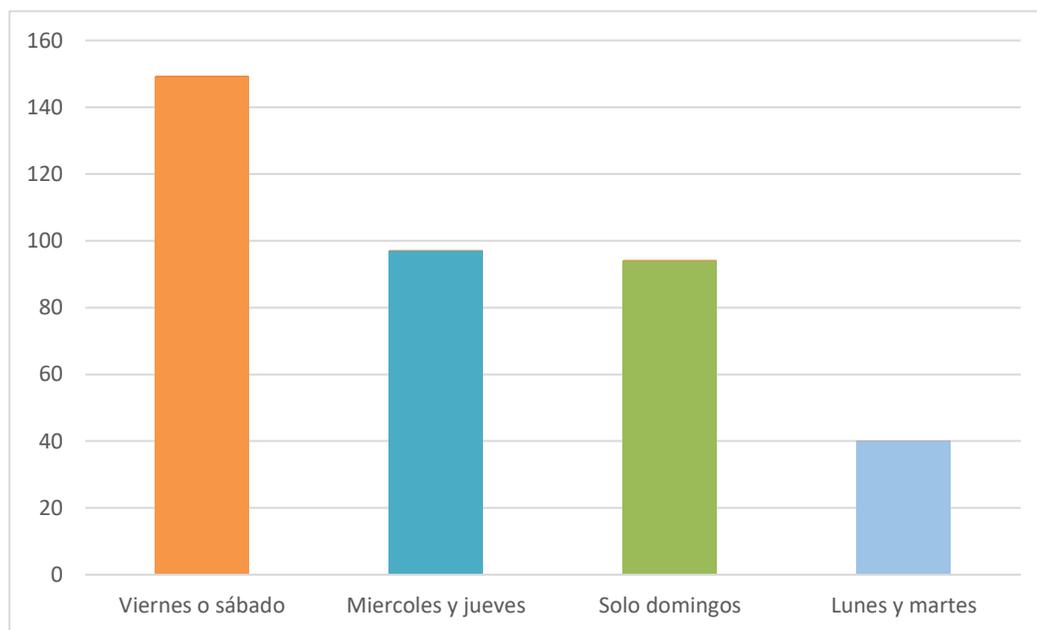


Figura 6: ¿En qué días de la semana asiste a una cevichería?

**Pregunta 6:** ¿En qué meses del año consume más comida marina?

A partir de la encuesta aplicada a las 380 personas de Tambo viejo Cieneguilla, la tabla 7 y la figura 7 se observa que el resultado obtenido es que el 48% (182 personas) consume más en enero y marzo, el 32% (121 personas) consume en abril y junio, el 13% (50 personas) consume en julio y setiembre, el 7% (27 personas) consume octubre y diciembre. Lo cual el consumo de la comida marina se dará más en enero y marzo.

**Tabla 7**

Resultado de la pregunta 6

Alternativas	Nro. Personas	Porcentaje
Enero-marzo	182	48%
Abril-junio	121	32%
Julio-setiembre	50	13%
Octubre-diciembre	27	7%
<b>Total, general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

## ¿En qué mes del año consume más comida marina?

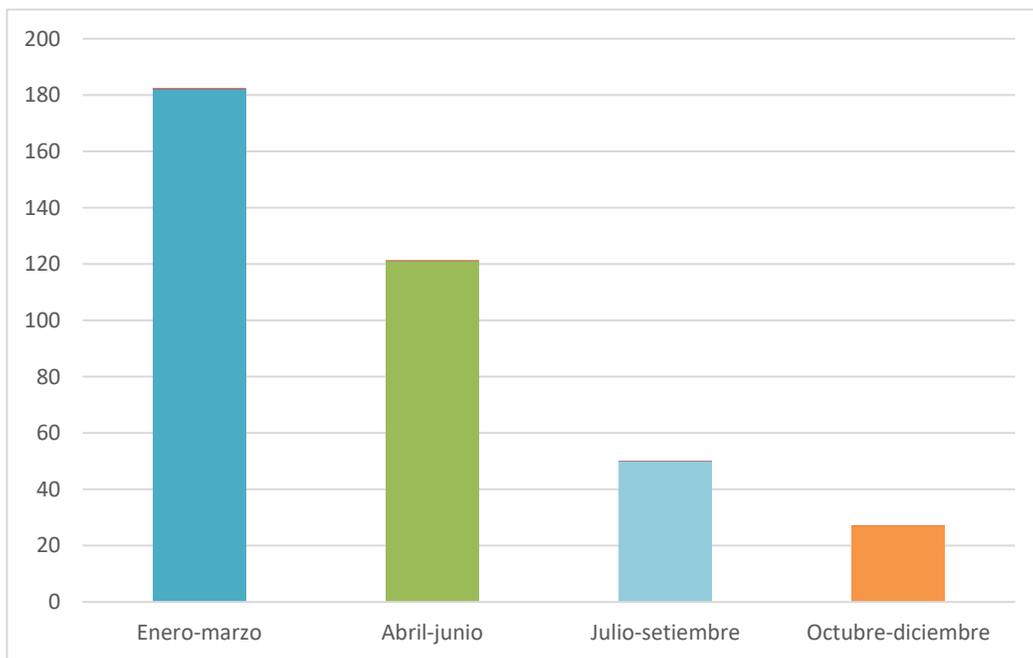
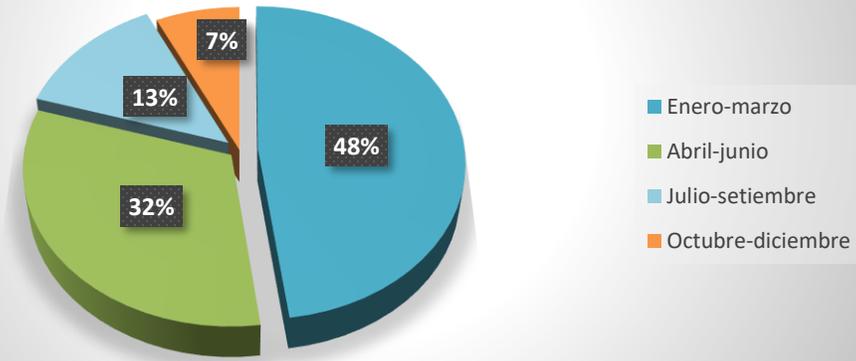


Figura 7: ¿En qué mes del año consume más comida marina?

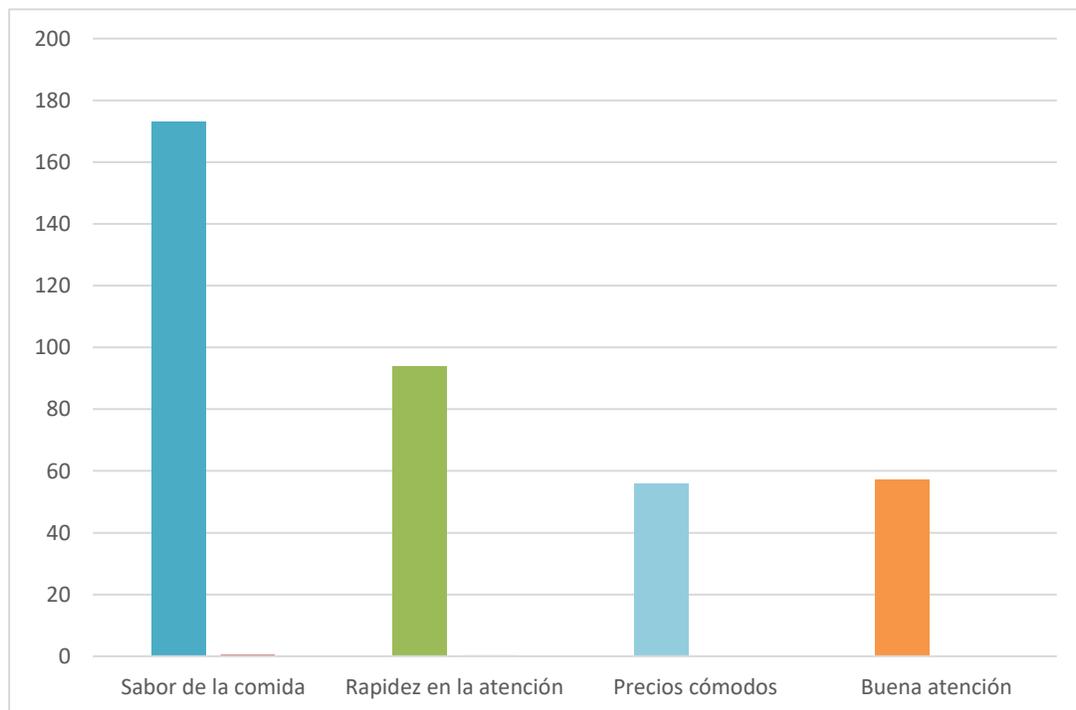
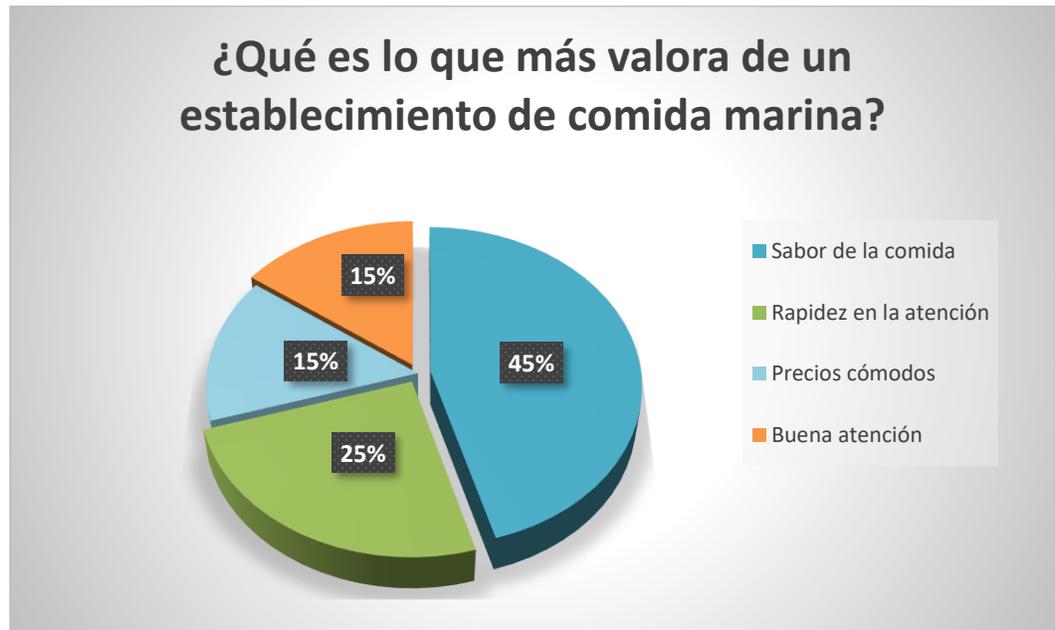
**Pregunta 7:** ¿Qué es lo que más valora de un establecimiento de comida marina?

A partir de la encuesta aplicada a las 380 personas en Tambo viejo Cieneguilla, en la tabla 8 y la figura 8 se observa que el resultado obtenido es que el 46% (173 personas) valoran el sabor de la comida, el 25% (94 personas) valoran rapidez en la atención, el 15% (56 personas) valoran los precios cómodos, el 15% (57 personas) valoran la buena atención. Lo cual determinamos la mejor característica de nuestra cevichería sería brindar un buen sabor de la comida sin dejar de lado las otras características valor para nuestros consumidores.

**Tabla:8**

Resultado de la pregunta 7

<b>Alternativas</b>	<b>Nro. Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Sabor de la comida	173	46%
Rapidez en la atención	94	25%
Precios cómodos	56	15%
Buena atención	57	15%
<b>Total, general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>



*Figura 8:* ¿Qué es lo que más valora de un establecimiento de comida marina?

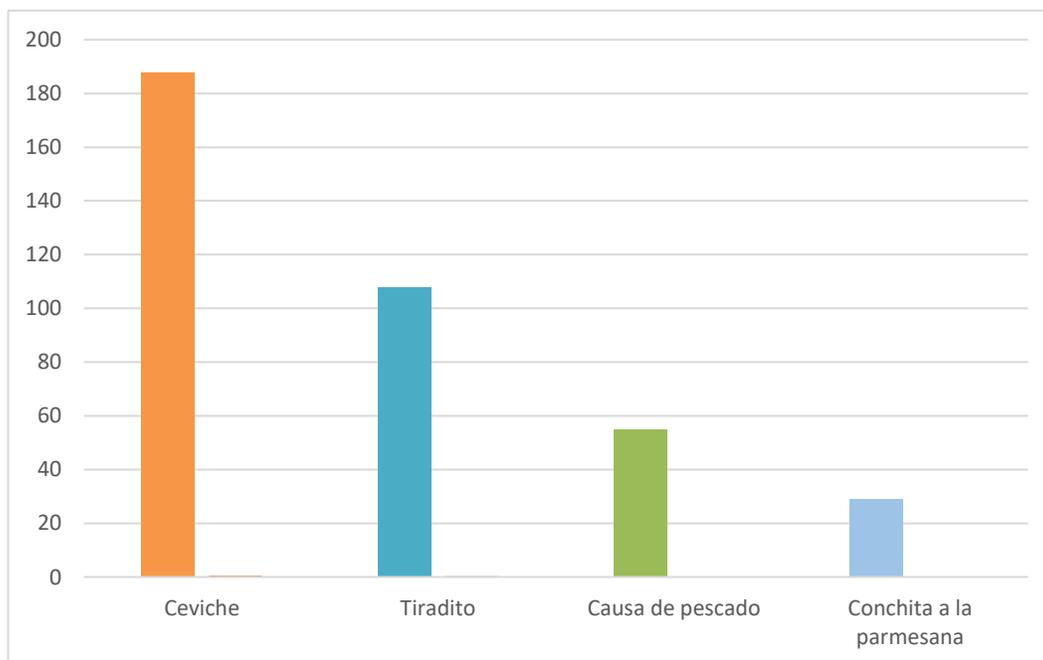
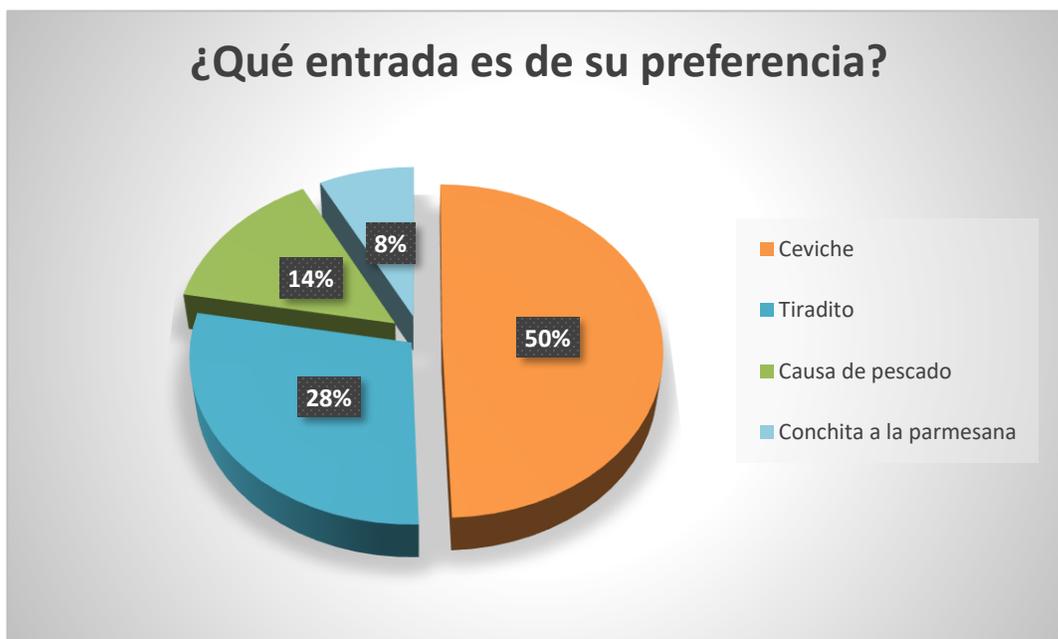
**Pregunta 8:** ¿Qué entrada es de su preferencia?

A partir de la encuesta aplicada a las 380 personas de Tambo viejo Cieneguilla, en la tabla 9 y la figura 9 se observa que el resultado obtenido es que el 49 % (188 personas) la entrada de preferencia el ceviche, el 28% (108 personas) la entrada de preferencia el tiradito, el 14% (55 personas) la entrada de su preferencia la causa de pescado, el 8% (29 personas) su entrada de preferencia conchita a la parmesana. Lo cual determina que como entada prefieren el ceviche, ya que será una de las entradas más solicitadas por ser plato bandera.

**Tabla 9**

Resultado de la pregunta 8

<b>Alternativas</b>	<b>Nro. Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Ceviche	188	49%
Tiradito	108	28%
Causa de pescado	55	14%
Conchita a la parmesana	29	8%
<b>Total, general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>



*Figura 9: ¿Qué entrada es de su preferencia?*

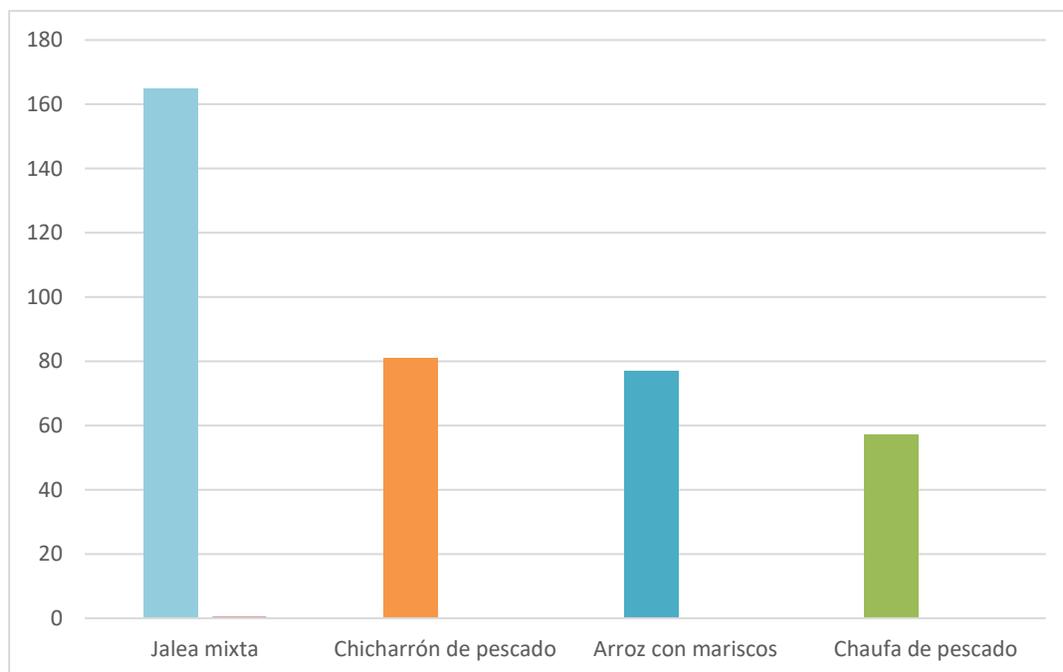
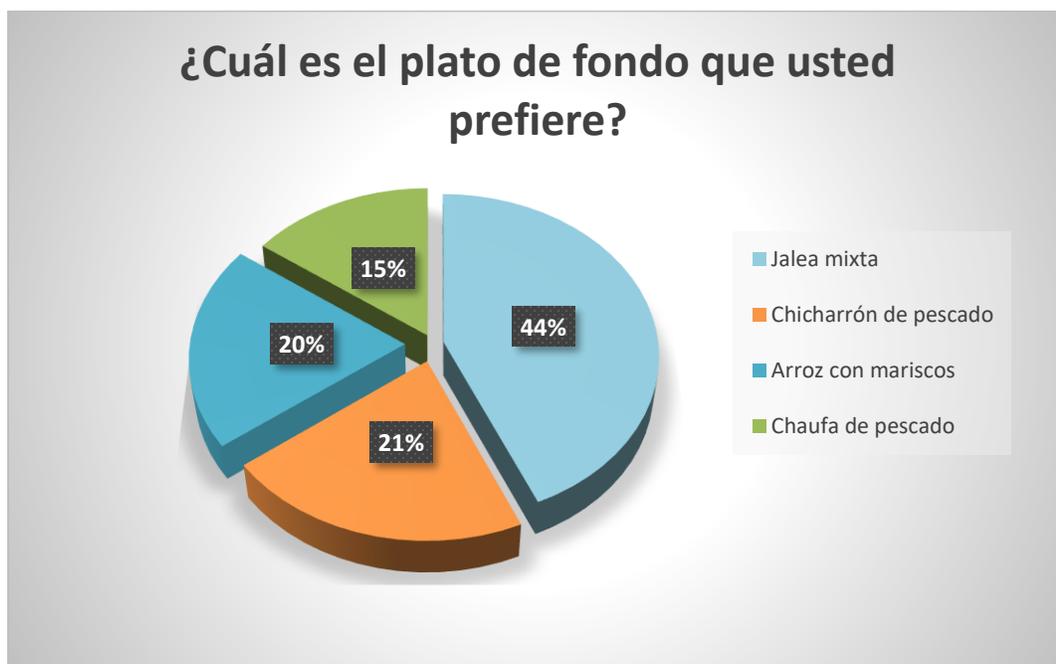
**Pregunta 9:** ¿Cuál es el plato de fondo que usted prefiere?

A partir de la encuesta aplicada a las 380 personas en Tambo Viejo Cieneguilla, la tabla 10 y la figura 10 se observa que el resultado obtenido es que el 43% (165 personas) desean Jalea mixta, el 21% (81 personas) desean Chicharon de pescado, el 20% (77 personas) desean Arroz con Mariscos, el 15% (57 personas) desean Chaufa de pescado. Lo cual determina que la jalea mixta será el plato más solicitado, pero no dejando la variedad de platos ya que el público también desea consumirlo.

**Tabla 10**

*Resultado de la pregunta 9*

<b>Alternativas</b>	<b>Nro. Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Jalea mixta	165	43%
Chicharrón de pescado	81	21%
Arroz con mariscos	77	20%
Chaufa de pescado	57	15%
<b>Total, general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>



*Figura 10: ¿Cuál es el plato de fondo que usted prefiere?*

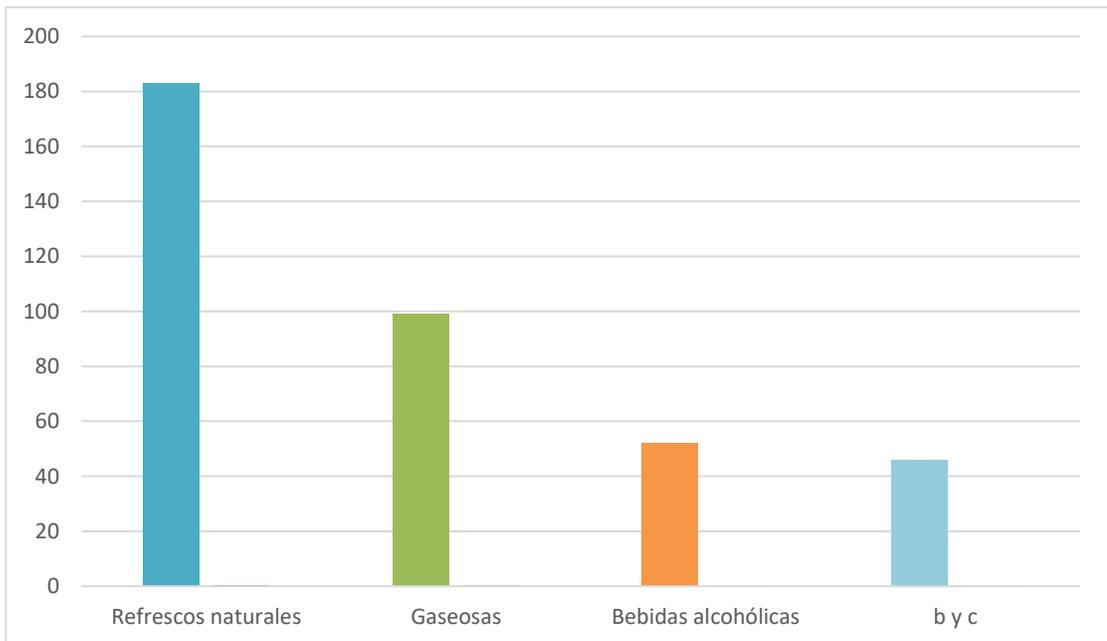
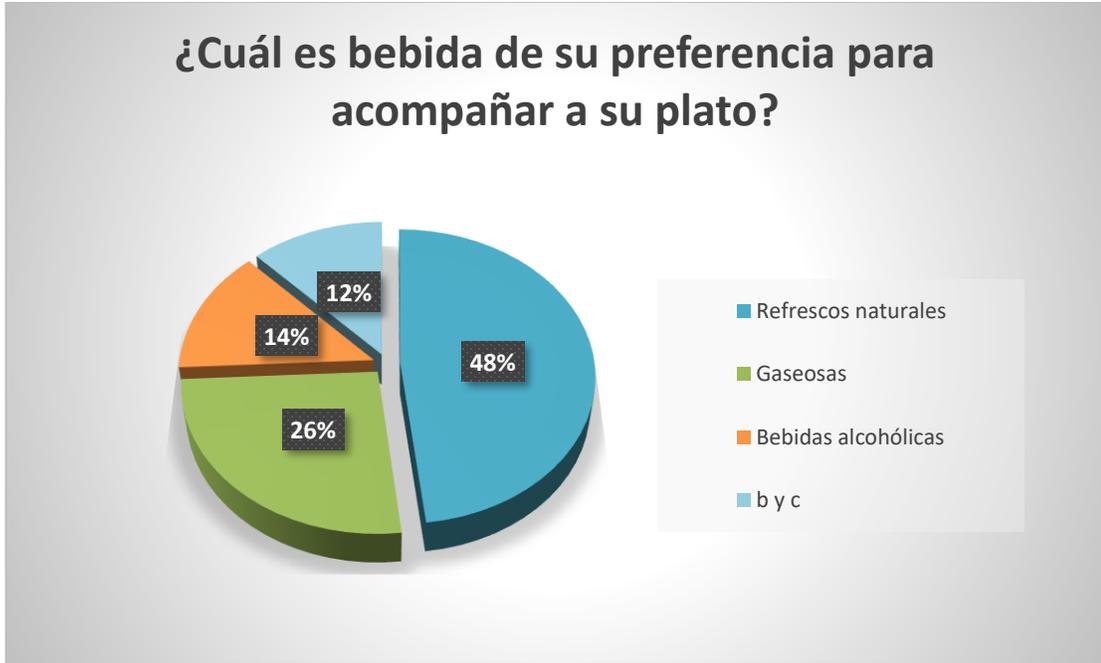
**Pregunta 10:** ¿Cuál es la bebida de su preferencia para acompañar a su plato?

A partir de la encuesta aplicado a las 380 personas en Tambo Viejo de Cieneguilla en la tabla 11 y la figura 11 se observa que el resultado obtenido es que el 48% (183 personas) que lo acompañaría con refrescos Naturales, el 26% (99 personas) con gaseosas, el 14% (52 personas) con bebidas alcohólicas, el 12% (46 personas) de su preferencia la b y c. Lo cual determina que como acompañamiento prefieren los refrescos naturales, pudiendo ofrecer variedad de ellos durante todas las temporadas, además de ser fáciles de preparar y económicas.

**Tabla 11**

Resultado de la pregunta 10

<b>Alternativas</b>	<b>Nro. Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Refrescos naturales	183	48%
Gaseosas	99	26%
Bebidas alcohólicas	52	14%
b y c	46	12%
<b>Total, general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>



*Figura 11: ¿Cuál es la bebida de su preferencia para acompañar a su plato?*

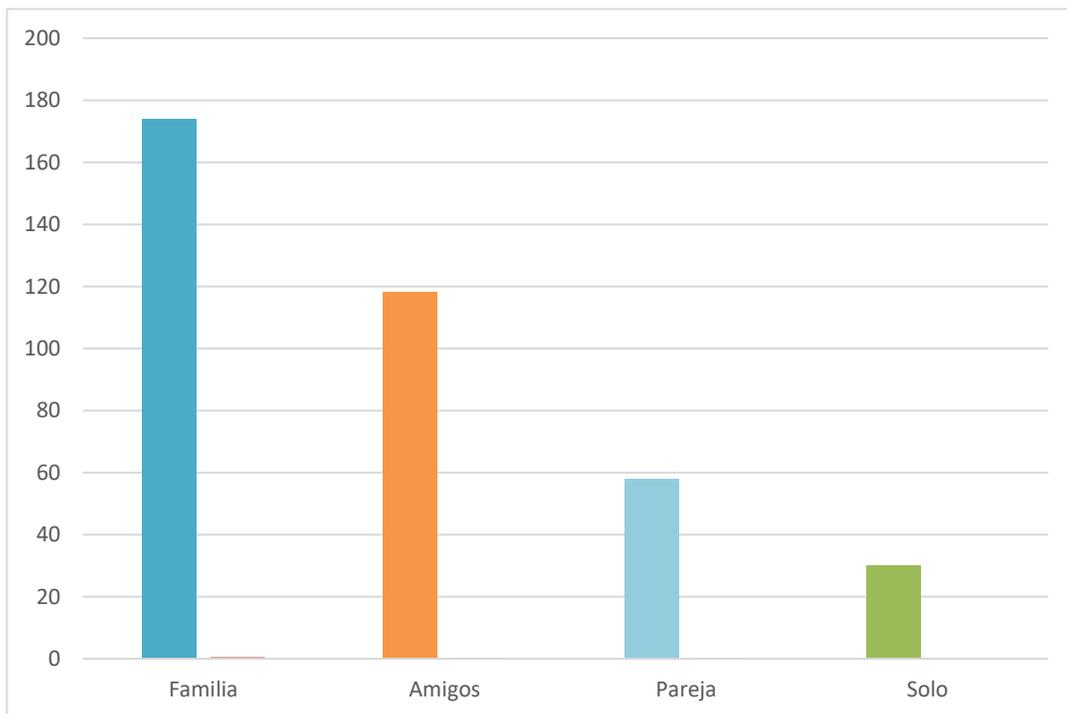
**Pregunta 11:** ¿Con quién suele asistir a acompañado a la cevichería?

A partir de la encuesta aplicada a las 380 personas de Tambo Viejo Cieneguilla, la tabla 12 y la figura 12 se observa que el resultado obtenido es que el 46% (174 personas) que le encantaría asistir con la familia, el 31% (118 personas) le encantaría asistir con amigos, el 15% (58 personas) le encantaría asistir en pareja, el 8% (30 personas) manifiesta que comerían solo. Lo cual se determina que la asistencia en la cevichería sería más la familia, siendo favorable porque el público sería mayor.

**Tabla 12**

Resultado de la pregunta 11

<b>Alternativas</b>	<b>Nro. Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Familia	174	46%
Amigos	118	31%
Pareja	58	15%
Solo	30	8%
<b>Total, general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>



*Figura 12: ¿Con quién suele asistir acompañado a la cevichería?*

**Pregunta 12.-** ¿Qué comodidades prefiere en una cevichería?

A partir de la encuesta aplicada a las 380 personas en Tambo Viejo Cieneguilla la tabla 13 y la figura 13 se observa que el resultado obtenido es que el 40% (151 personas) que el cliente prefiere estar conectado al WIFI mientras espera que le sirvan su plato, el 29% (110 personas) prefiere mirar tv, el 17% (65 personas) prefiere Juegos para niños, el 14% (54 personas) prefiere un estacionamiento. Lo cual determina que la comodidad que prefiere el cliente es de estar conectado al WIFI.

**Tabla 13**

Resultado de la pregunta 12

<b>Alternativas</b>	<b>Nro. Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Wifi	151	40%
Tv	110	29%
Juegos para niños	65	17%
Estacionamiento	54	14%
<b>Total, general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

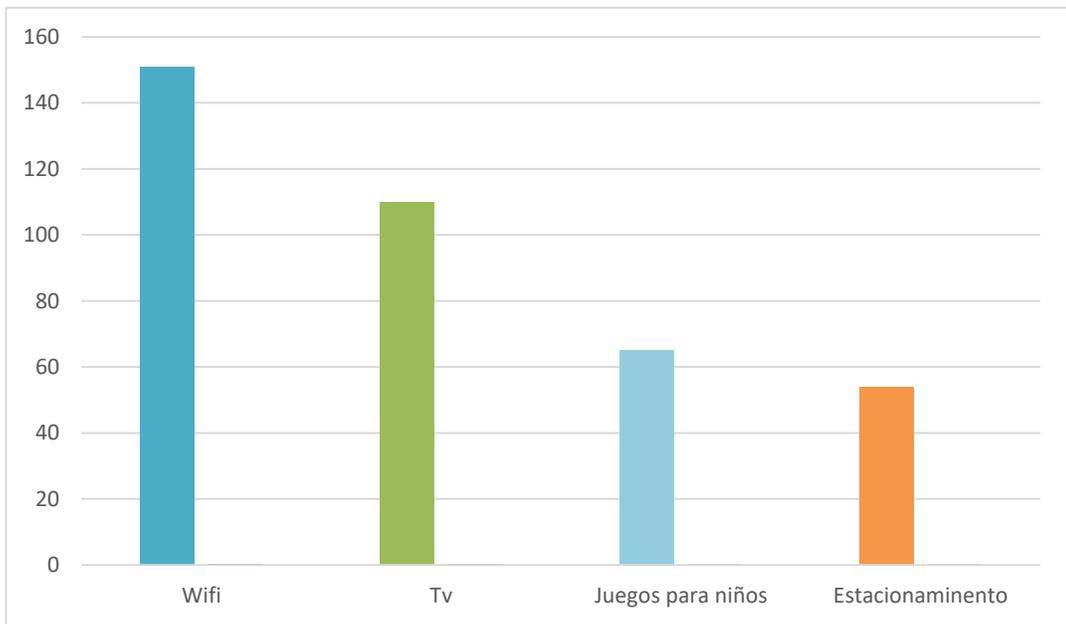
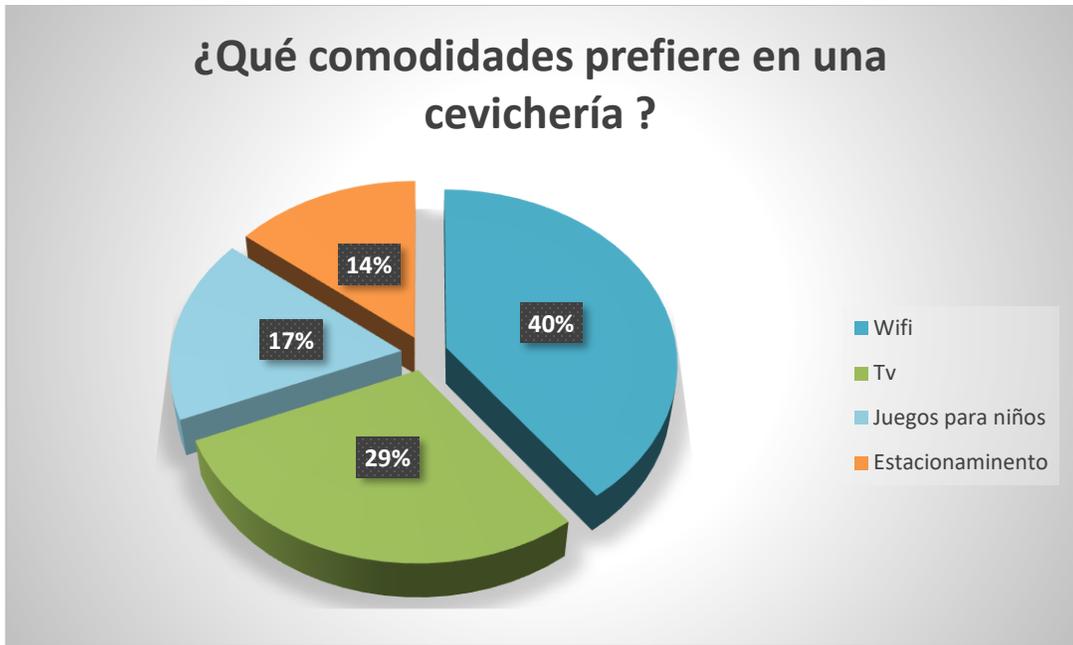


figura 13: ¿Qué comodidades prefiere en una cevichería?

**Pregunta 13:** ¿Cómo desearía enterarse de las novedades y promociones?

A partir de la encuesta aplicada en las 380 personas en Tambo Viejo Cieneguilla, en la tabla 14 y la figura 14 se observa que el resultado obtenido es que el 53% (200 personas) desearía enterarse las promociones por redes sociales., el 21% (79 personas) desea volantes, el 17% (63 personas) desea enterarse por afiches, el 10% (38 personas) desea enterarse por correo. Lo cual determina que el cliente desea enterarse de las novedades y promociones mediante las redes sociales.

**Tabla 14**

Resultado de la pregunta 13

<b>Alternativas</b>	<b>Nro. Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Redes sociales	200	53%
Volantes	79	21%
Afiches	63	17%
Correo	38	10%
<b>Total, general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

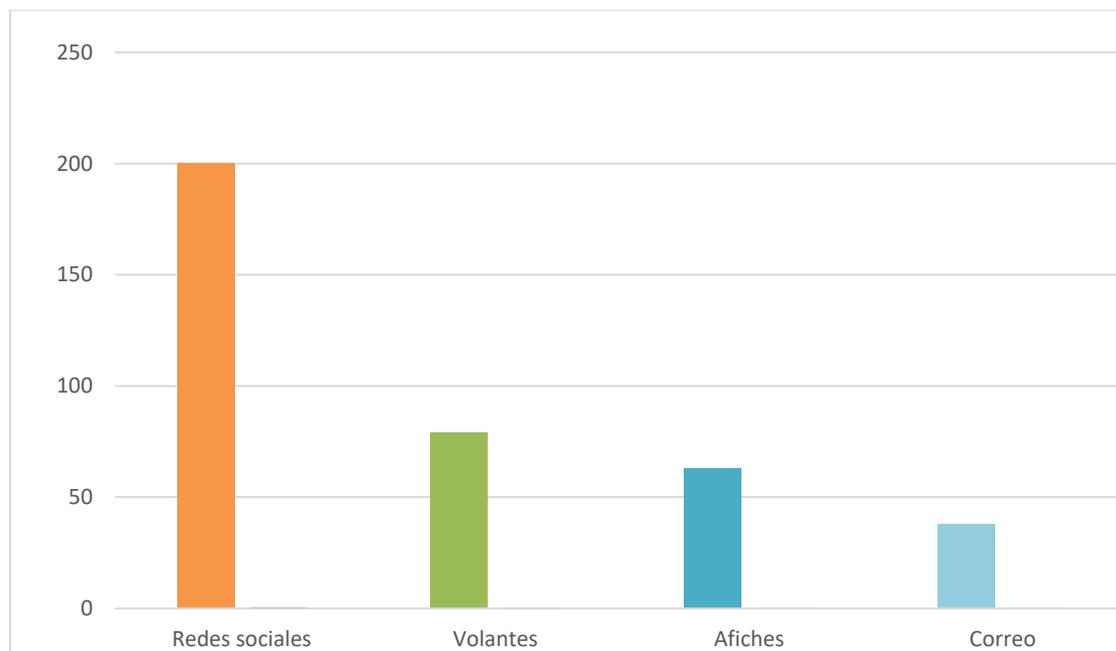


Figura 14: ¿Cómo desearía enterarse de las novedades y promociones?

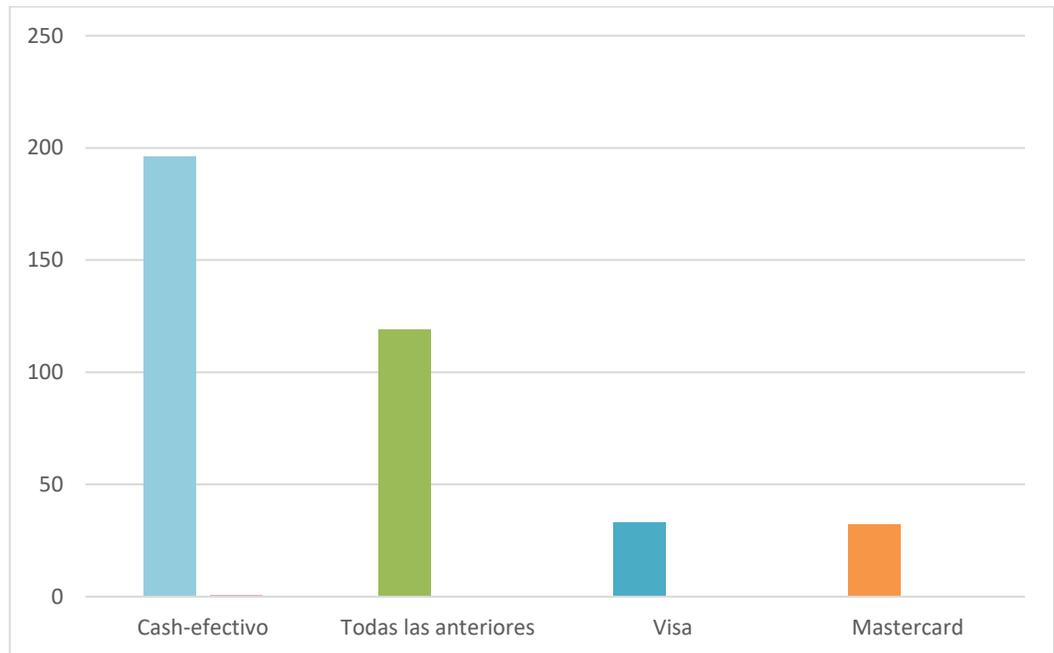
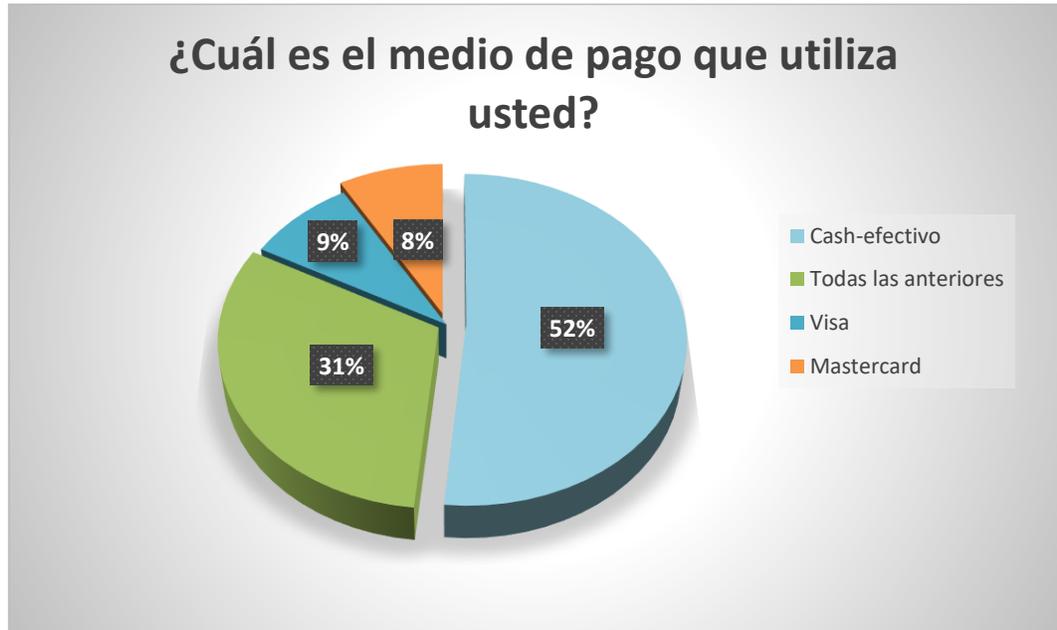
**Pregunta 14:** ¿Cuál es el medio de pago que utiliza usted?

A partir de la encuesta aplicada las 380 personas en Tambo Viejo Cieneguilla, en la tabla 15 y la figura 15 se observa que el resultado obtenido es que el 52% (196 personas) su medio de pago es en Efectivo, el 31% (119 personas) el medio de pago es todas las anteriores, el 9% (33 personas) su medio de pago es visa, el 8% (32 personas) su medio de pago es MasterCard. Lo cual determina que las personas su medio de pago es en efectivo.

**Tabla 15**

Resultado de la pregunta 14

<b>Alternativas</b>	<b>Nro. Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Cash-efectivo	196	52%
Todas las anteriores	119	31%
Visa	33	9%
MasterCard	32	8%
<b>Total, general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>



*Figura 15: ¿Cuál es el medio de pago que utiliza usted?*

#### **IV. Descripción Del Proyecto**

## **4.1. Misión y Visión**

### **4.1.1. Misión.**

Ser reconocidos como la primera opción de restaurante marino a nivel local, ofreciendo una gran variedad de platos marinos, brindando calidad de servicio a nuestros comensales y así superar sus expectativas y poder fidelizarlos.

### **4.1.2. Visión.**

Al 2025 posicionarnos en el distrito como la mejor opción de comida marina, poder ser líderes a nivel distrital contando con un ambiente atractivo, acogedor y seguro.

## **4.2. Ubicación Y Vías De Acceso**

The Blue Paradise estará ubicado en un local del distrito de Cieneguilla, desde el cual atenderá directamente a sus clientes. La dirección es Avenida San Martín, Zona D, Manzana F, Lote 20 Tambo Viejo.

- Para llegar al distrito de Cieneguilla existen varias vías de acceso, una de ellas es por Aviación con Javier Prado, otra es por la avenida La Molina con Javier Prado, también por el Ovalo santa Anita y la última vía de acceso es por la carretera central “Ate”. siguiendo, el trayecto demora un aproximado de una hora de viaje en bus y en colectivo es de media hora dependiendo de donde es el lugar de origen.
- Existe dos formas de llegar a Cieneguilla, de forma particular o en transporte público (Bus y auto colectivo).

- Transporte público: Es sencillo llegar en transporte público, lo que debe de hacer es tomar los buses que pasan por el ovalo santa Anita con destino a Cieneguilla, el costo del pasaje es de s/2.50, el carro te dejara en el paradero pipos.
- El auto colectivo lo puede estos autos te llevan directo a Cieneguilla el costo del pasaje será de s/6.00 de la Molina y de s/ 7.00 de Aviación.

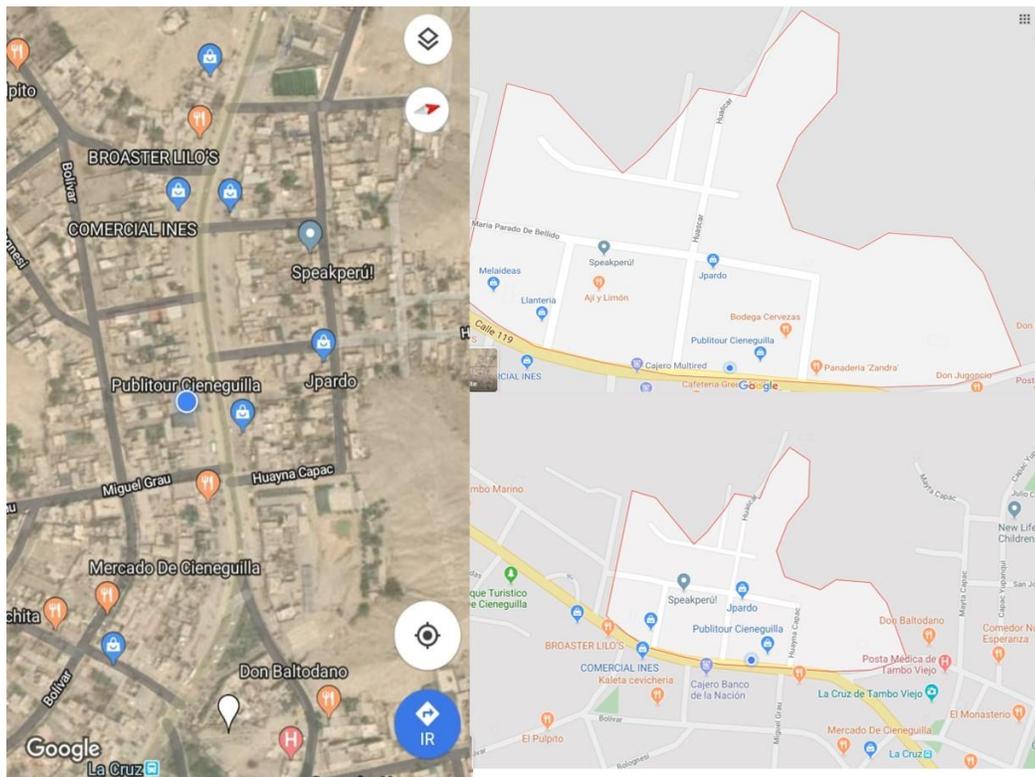


Figura 16: Ubicación y vías de acceso.

### **4.3. Reglamento Interno:**

#### ***Horario:***

- Hora de ingreso 10:00 am, hora de salida 6:00 pm cumpliendo las ocho horas de trabajo establecido conforme a ley.
- Los colaboradores firmaran su ingreso y salida en un registro de asistencias.
- Si se llegara a realizar horas extras serán remuneradas conforme a ley.
- Trabajarán de miércoles a lunes con un día de descanso.
- Los colaboradores contarán con una hora de refrigerio.

#### ***Amonestaciones Y/O Sanciones:***

- Se descontará por falta injustificada.
- Sera motivo de sanción a los trabajadores que no usen correctamente el uniforme con dos horas más de trabajo sin remuneración.
- Se le retirara del trabajo por faltas a la moral.

#### ***Uniforme.***

- Se le dará uniforme al colaborador del cual se hará responsable del cuidado y limpieza del buen uso.
- El uniforme es uso exclusivo de la empresa, no debe de exhibirse o ser usado fuera.

#### ***Pagos y Gratificaciones:***

- Los colaboradores recibirán un pago mensual de acuerdo al contrato establecido.
- Los colaboradores recibirán sus gratificaciones de acuerdo a ley.

#### ***Contratos.***

- Los colaboradores serán contratados después de haber cumplido tres meses de laborar en la empresa con todos los beneficios conforme a ley.

- Los colaboradores tienen derecho a un mes de vacaciones después de haber cumplido un año en la empresa de acuerdo a ley.
- El colaborador deberá de presentar un documento justificado si desea pedir permiso.

***Valores.***

- **Honestidad:** para con nosotros mismos y nuestros clientes – consumidores; existiendo siempre un ambiente de confianza en lo que realicemos, reflejándose en nuestras actitudes y actividades.
- **Servicio al Cliente:** dar un excelente servicio al cliente, mediante el personal experto y calificado en cada tipo de producto de forma de los dependientes no son solo vendedores, sino que asesoran al cliente; para de esta forma cumplir las expectativas del consumidor.
- **Ética y Responsabilidad:** cumpliendo siempre nuestro trabajo en un nivel óptimo, en cualquier área de la empresa, por tanto, del compromiso y el respaldo de una alta dirección para desarrollar y mantener un sistema de gestión de la calidad efectivo y eficiente.
- **Confiabilidad;** hacer las cosas bien desde un inicio y todo el tiempo, sin necesidad de ser observados.
- **Eficiencia;** satisfaciendo los requerimientos del cliente, tanto en nuestro producto como en el servicio que le brindemos.

Cabe resaltar que, como empresa privada dentro de las normas jurídicas del estado peruano, nos debemos regir en función al D.L. N° 728, el cual regula las normas para trabajadores en sectores privados, el cual detallamos continuación.

***Higiene y hábitos del personal:***

- Los manipuladores de alimentos deben de mantener una esmerada higiene personal especialmente en el lavado de manos, de la siguiente forma:
- Antes de iniciar la manipulación de alimentos.
- Inmediatamente después de haber usado los servicios higiénicos.
- Después de toser y estornudar utilizando las manos o un pañuelo.
- Después de rascarse la cabeza u otra parte del cuerpo.
- Después de manipular cajas, envases, bultos y otros artículos contaminados.
- Después de barrer, trapear pisos y manipular los recipientes de residuos, limpiar las mesas y todas las veces que sea necesario.
- Los manipuladores de alimentos también deben de observar hábitos de higiene estrictos durante la preparación de los alimentos, tales como evitar comer, fumar o escupir. Ellos deberán tener uñas cortas limpias y sin esmalte y sus manos estarán libres de objetos o adornos personales como joyas, relojes, etc.

***Vestimenta.***

Los manipuladores de alimentos deben de usar ropa protectora de color blanco que les cubra el cuerpo, llevar completamente cubierto el cabello y tener calzado apropiado. Toda vestimenta debe ser lavable, mantenerla limpia y en buen estado de conservación, a menos que ser desechable. El resto del personal debe usar ropa protectora mantenida en buen estado de conservación e higiene. Los operarios de limpieza y desinfecciones los establecimientos deben de usar delantales y calzados impermeables.

***La Capacitación Sanitaria.***

La capacitación sanitaria de los manipuladores de alimentos es responsabilidad de la administración del establecimiento y tiene carácter obligatorio para el ejercicio de la actividad, pudiendo ser brindada por las municipalidades, entidades públicas y privadas o personas naturales especializadas. Dicha capacitación debe de efectuarse por los menos cada seis meses mediante un programa que incluya Los Principios Generales de Higiene, Las Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos y Bebidas, entre otros.

### ***Características de los equipos***

- Los equipos y utensilios que se empleen deben de ser de material de fácil limpieza y desinfección resistente a la corrosión, que no transmita sustancias tóxicas, olores, ni sabores a los alimentos. Deben de ser capaces de resistir repetidas operaciones de limpieza y desinfección.
- Las tablas de picar deben de ser de material inobservante, de superficie lisa y mantenerse en buen estado de conservación e higiene.

### ***Lavado y Desinfección***

Para el lavado y desinfección de la vajilla cubiertos y vasos se debe tomar las siguientes precauciones:

- Retirar primero los residuos de comidas.
- Utilizar agua potable corriente, caliente o fría y detergente.
- Enjuagados con agua potable corriente.
- Todo menaje de cocina, así como las superficies de parrillas planchas, azafates bandejas recipientes de mesa deben de limpiarse lavarse y desinfectarse por lo menos una vez al día.
- La vajilla cubiertos y vasos deben de guardarse en lugar cerrado protegido de polvos e insectos.

#### **4.4. Áreas del establecimiento**

- Área de producción: En esta área se prepararán los diferentes platos elaborados a la caja china.
- Área de almacén: Es el área donde se hará el control de todos los insumos para la preparación de los platos.
- Área de desplazamiento: Esta área estará libre para poder realizar todas las actividades sin riesgo de algún accidente y para la rapidez del servicio.
- Área de atención: En esta área se realizará la atención al cliente desde la toma de pedido, consumo y pagos del servicio brindado.
- los vaso y copas y tazas colocándolos hacia abajo.

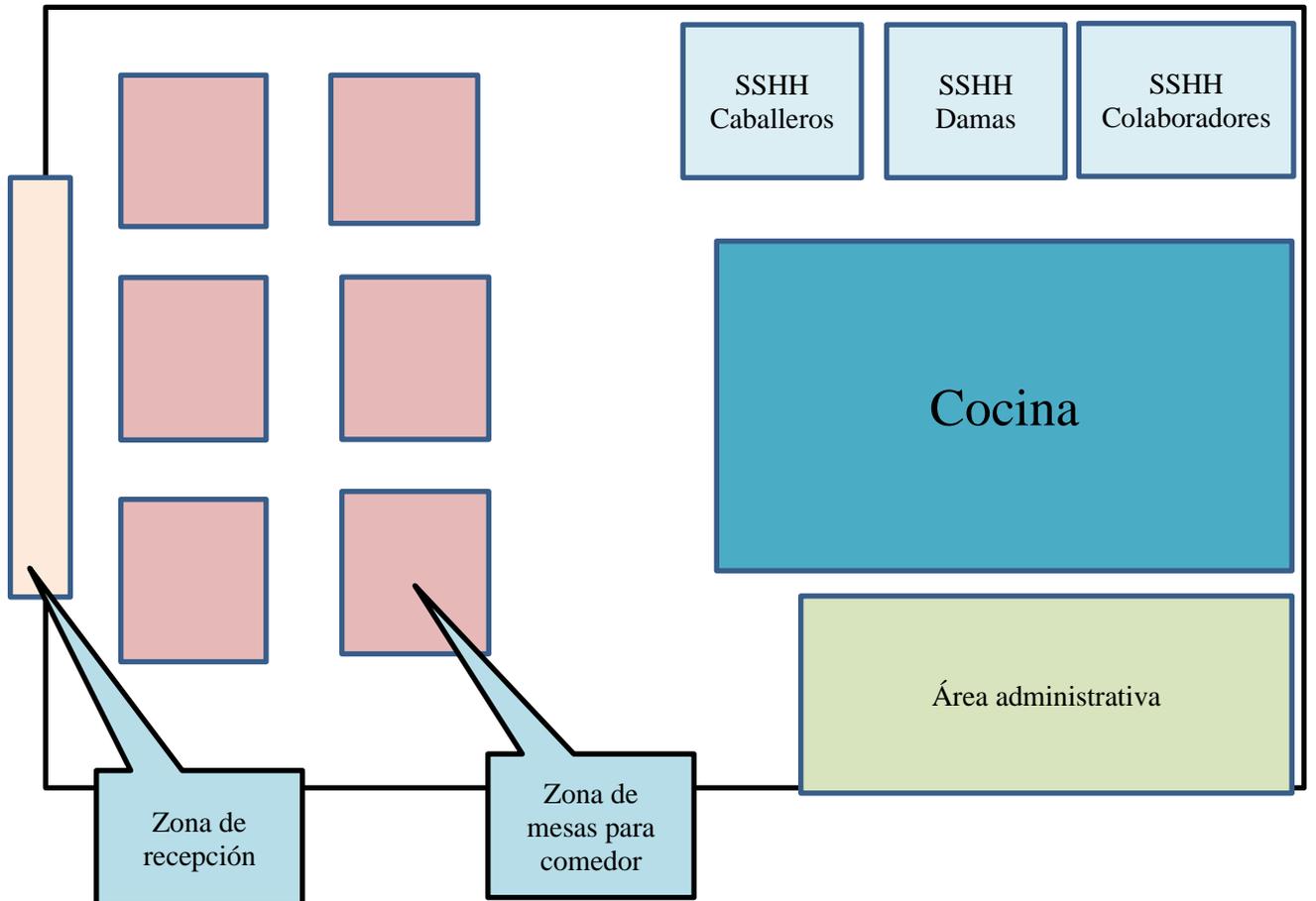


Figura 17: Área del establecimiento

#### 4.5. Estructura organizacional

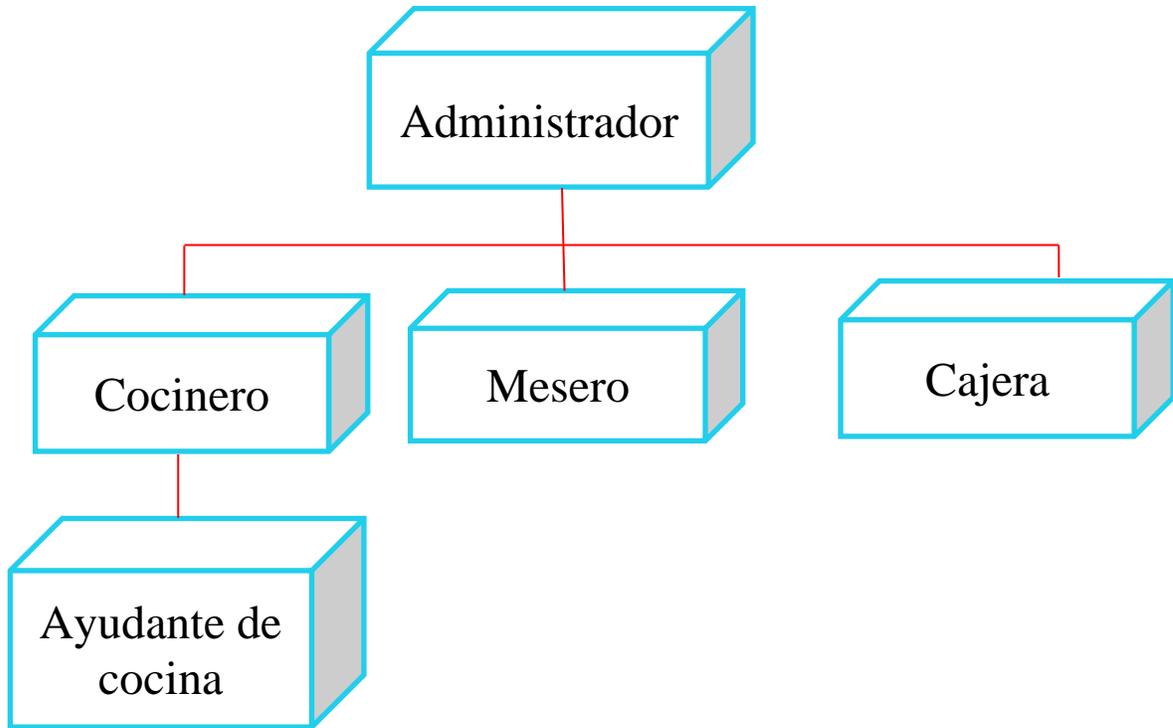


Figura 18: Organigrama

#### 4.6. Manual de operación y funciones (MOF)

El Manual define la relación que debe existir entre las personas que comparten la misión de la empresa, contiene información que les permitirá realizar mejor su trabajo, encontrarán las funciones generales y específicas que tiene su puesto, además contribuye en la comunicación de las decisiones.

### ***Administrador***

Es el representante legal de la compañía, su misión se centra en la toma de decisiones, planeación estratégica, inversiones y en los contratos en los que representa a la empresa, tomando todas las directrices y estrategias para el funcionamiento de la misma, este es el cargo más alto que se tiene.

### ***Perfil***

- Experiencia en el cargo de jefatura mínimo dos años.
- Estudios universitarios en Administración de empresas.
- Edad: 25 a 40 años.
- Estado civil: no es relevante
- Horario de trabajo: 10:00 am – 6:00 pm.
- Sueldo: S/ 1,500.00 soles.
- Cursos: Computación e inglés básico.
- Tener capacidad de dirigir un grupo de personas y ser capaz de trabajar en equipo.
- Alto grado de autoestima y responsabilidad.
- Don de liderazgo.
- Respetuoso.
- Comunicador.
- Colaborador.

## **Sensibilidad social y humanista**

### ***Funciones***

- Representar legalmente a la cevichería The Blue Paradise.
- Planear y dirigir estratégica de actividades de la empresa.
- Aprobar presupuestos e inversiones.
- Coordina actividades dentro de la cevichería.
- Seleccionar al personal que trabajará en Blue Paradise.
- Dirigir y controlar el trabajo de los colaboradores.
- Pagar el pago puntual del salario y beneficios de cada colaborador.
- Revisar que los procesos se estén llevando a cabo de forma correcta.
- Evaluar mensualmente el desempeño de todos los colaboradores.
- Crear estrategias y motivaciones para los colaboradores que estarán a su cargo.
- Supervisar el desarrollo de actividades dentro de la cevichería.

### ***Cocinero***

Es el encargado de la preparación de los alimentos en forma adecuada e higiénica de acuerdo a la solicitud de cada comensal, debe conservar en perfecto estado de orden y limpieza los utensilios de cocina en su área de trabajo y manejar muy bien la decoración de cada plato.

## Perfil

- Egresado de instituto o escuela de gastronomía.
- Edad: 25 a 50 años.
- Estado civil: No es relevante.
- Sueldo: S/1,500.00 soles.
- Horario de trabajo: 10:00 am – 6:00 pm.
- Experiencia mínima de 1 año.
- Ser eficiente en técnicas de servicio de cocina.
- Habilidades de creatividad en la preparación de sus propias recetas.
- Conocer las normas de estándares y procedimientos de seguridad, conservación y sanitación alimentaria.
- Tener capacidad de liderazgo y trabajo en equipo.
- Ser decidido.
- Innovador.
- Optimista.
- Desarrollar sus habilidades.

## *Funciones*

- Tendrá a su cargo el área de cocina y bajo su cargo al ayudante.
- Elabora los platos que se ofrecerán en Blue Paradise.
- Decepcionar los insumos.
- Verificar la conservación de los víveres.
- Dirigir al ayudante de cocina sobre las tareas a realizar, preparar alimentos de acuerdo al pedido solicitado por el comensal.
- Se encargará de hacer la relación de la lista de los platos a ofrecer.

- Se encargará de hacer la lista para las compras de los insumos.
- Controla los platos preparados y cuadrar caja.
- Planificar, organizar, dirigir y controlar la cocina
- Realizar un reporte detallado de lo realizado.
- Limpiar su área de trabajo y apoyará en la limpieza del establecimiento

### ***Ayudante de cocina***

Debe apoyar al cocinero en la realización de los menús, higiene y cuidado de la cocina.

### ***Perfil***

- Egresado o estudiante de una escuela de gastronomía o instituto.
- Edad: de 18 a 45 años.
- Estado civil: No es relevante.
- Horario: 10:00 am – 6:00 pm.
- Nivel de conocimiento: Estudiante se Administración de servicios de hostelería.
- Experiencia mínima de un año.
- Conocer las normas de estándares e inducción en los procedimientos de seguridad y las BPM.
- Ser eficiente y responsable.
- Supervisará el proceso de la preparación de los platos.

- Deseos de aprender y tener la actitud de seguir aprendiendo.
- Puntual, honesto y responsable.
- Capacidad de trabajar en equipo.
- Capacidad de afrontar situaciones imprevistas.

### ***Funciones***

- Realizar las tareas que le asigne el cocinero.
- Colaborar en la preparación de los alimentos.
- Cuidar los bienes de uso.
- Mantener limpia su área de trabajo.
- Lavar la vajilla, cubiertos, utensilios y dejará limpio su área.
- Apoyar en la limpieza del establecimiento.

### ***Mozo***

Es el que se encarga de recibir a las personas y los acompaña a una mesa disponible y el que toma la orden, sirve directamente las bebidas y comidas al comensal.

### ***Perfil***

- Egresado o estudiante de Instituto de servicios de hostelería.
- Edad : 20 a 45 años

- Estado civil: No es relevante.
- Horario de trabajo: 10:00 am – 6:00 pm.
- Tener conocimiento en cuanto a etiqueta social.
- Experiencia mínima de un año en el puesto.
- Tener vocación de servicio.

### ***Funciones***

- Brindar servicio de calidad.
- Ser eficiente y responsable.
- Facilidad de comunicación con los clientes.
- Ser responsable y honesto.
- Respetuoso, puntual y atento.
- Tener empatía y ser carismático.

### ***Funciones***

- Se encarga de brindar una buena atención al cliente.
- Informar y presentar la lista de platos y bebidas que se ofrecen.
- Realizar el montaje de las mesas.
- Conocer sobre los ingredientes y preparación de los platos.
- Mantener limpio las respectivas mesas.

- Se encarga de sugerir la especialidad de Blue Paradise.
- Estar siempre atento y presentarse a la mesa para saber si el cliente necesita algo.
- Secará, pulirá los cubiertos y vasos.
- Doblará las servilletas.
- Dejar limpio su área de trabajo.
- Apoyar en la limpieza general del establecimiento.
- Ofrecerá siempre las respectivas boletas y factura.
- Despedir cordialmente de las personas.

### ***Cajero:***

Se encarga de recibir y cobrar dinero, al final del día el cajero se encarga de imprimir el consolidado de caja en el cual figuran todos los ingresos del día.

### ***Perfil***

- Tener estudios técnicos de cajero bancario.
- Edad: 20 a 45 años.
- Estado civil: No es relevante.
- Sueldo: S/950.00 soles.
- ***Horario de trabajo: 10:00 am – 6:00 pm.***
- Conocimientos en computación.
- Experiencia mínima de un año en el puesto.
- Habilidad expresiva.

- Rapidez de decisión.
- Honradez y disciplina.
- Responsable y puntual.
- Respetuoso.
- Comprensivo.
- Sociable y amable.
- Carismático y confiable.

### ***Funciones***

- Cobrar el consumo de los clientes.
- Será el responsable sobre el dinero de caja.
- Se hará responsable de verificar los billetes.
- Emitir boletas de venta a todos los clientes.
- Al terminar el día laborable realizará el arqueo de su caja.
- Dará un balance del día al administrador.
- Mantener limpio su área de trabajo y apoyará en la limpieza del establecimiento.
- Apoyar con la limpieza general del establecimiento The Blue Paradise.

#### **4.7. Análisis FODA**

Las siglas Foda son un acrónimo de las palabras fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas, e identifican una matriz de análisis que permite diagnosticar la situación estratégica en que se encuentra una empresa, organización, institución o persona, a fin de desarrollar con éxito un determinado proyecto.

Para realizar las estrategias de los factores críticos realizamos el análisis Foda.

##### ***Fortalezas***

- Cuidado minucioso en la elaboración del producto.
- Enfoque basado en la calidad y limpieza.
- Precio asequible para el mercado objetivo.
- Personal vinculado a brindar buena atención al cliente.
- Producto de calidad que satisface las expectativas creadas.
- Calidad de servicio.
- Producto diferente de la competencia.
- Personal capacitado.

##### ***Oportunidades:***

- Preferencia del mercado para consumir el producto.
- Poder adquisitivo favorable de los clientes.
- Mercado de clientes en crecimiento.
- Zona estratégica.

- Aprovechamiento de la temporada de abundancia de nuestros insumos.
- Expandir una línea de productos para satisfacer las necesidades de los clientes.
- El mercado está cambiando en su cultura alimenticia, pero aún es fuertemente.
- tradicional en ciertos aspectos.

***Debilidades:***

- Introducción en el mercado.
- Habilidades de marketing insuficientes.
- Ser nuevos en el mercado, lo que provoca un crecimiento lento.
- Factor humano poco capacitado.
- Elevada remuneración de los colaboradores.
- Difícil financiamiento.
- Dificultad en encontrar fuerza laboral competente y comprometidos con los valores de la empresa.

***Amenazas:***

- Ingreso al mercado de grandes competidores.
- El gusto del cliente está en constante cambio.
- Crecimiento del empleo informal.
- La contaminación del mar perjudica en adquirir la materia prima.
- Inestabilidad en los precios de insumos a utilizar.
- Diversidad de comida chatarra.

#### **4.8. Promoción y publicidad**

##### *Estrategia de posicionamiento de marca “The Blue Paradise”*

Se buscará tener un lugar en la mente del consumidor para que asocien “The Blue Paradise” a rapidez en la atención, buen sabor y excelente servicio. Se realizarán actividades para captar la atención del cliente y a través de redes sociales y actividades para lograr la alta recordación esperada.

La campaña de lanzamiento: se iniciará a dos meses antes de la apertura del local, se utilizará las siguientes herramientas de publicidad y promoción:

##### **Red social**

Se creará un fan page en Facebook en el cual se publicará imágenes de intriga que despierte la curiosidad e interés por este nuevo concepto de restaurante de comida de pescados y mariscos.

A una semana para abrir la cevichería, se anunciará la fecha de inauguración y se sorteará vales de consumo por S/50 soles entre todas las personas que comenten y compartan nuestra publicidad.

Instagram, se publicarán imágenes de los platos y bebidas de la carta, también se publicarán videos de preparación de los platos y fotos de nuestros clientes.

##### **Volanteo**

Esta campaña durará un mes previo, se distribuirá volantes informativos de ¼ de oficio, full color sobre “The Blue Paradise”, sus platos, combos y combinaciones y se pondrá énfasis en la rapidez del servicio. Su campo de reparto será en la Plaza de Armas de Cieneguilla, el mercado principal de la

zona, el paradero la cruz “semáforo” y en la entrada del Distrito “paradero uno”.

La distribución será de lunes a viernes de 10:00am a 2:00pm.

Al personal que se encargará de la distribución de los volantes se les preparará con polo piqué color turqués, manga corta y con nuestro logo estampado.

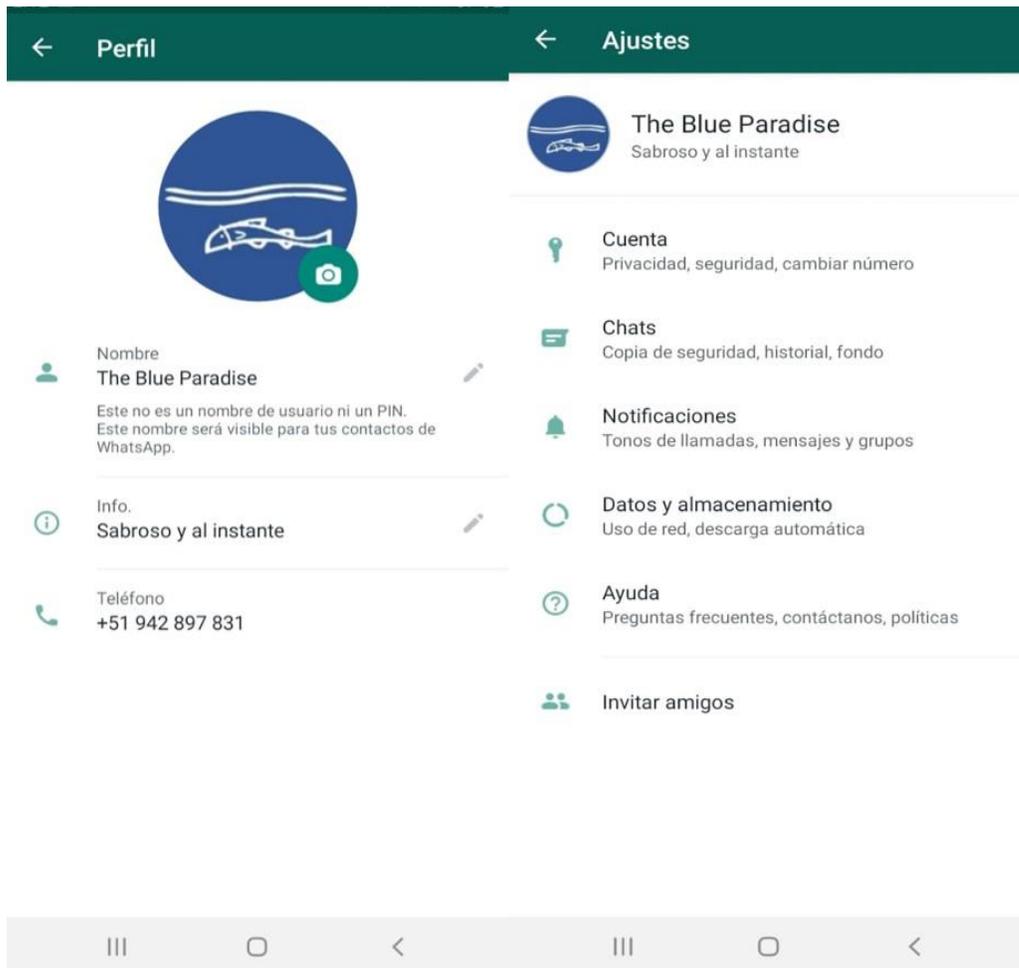
### **Evento**

Se publicará una nota de prensa en el fan page “Facebook”, “Instagram”, asimismo se colocará un banner en el local que indicará dicha apertura. En el evento se realizarán degustaciones en pequeñas cantidades de nuestros diversos platos que se van a ofrecer, las raciones serán ofrecidas por los colaboradores de The Blue Paradise que van a controlar dicha función.

- **Redes sociales:**



# WhatsApp





facebook

A screenshot of a Facebook user profile for 'Theblue Paradise'. The profile picture is a blue circle with a white 'f'. The cover photo shows a plate of food. The main content area displays a post with the text '¿Qué estás pensando, Theblue?' and options for adding photos, tagging, or feelings. Below the post are three story thumbnails for 'The Blue Paradise', 'Cevichería "The Blue Paradise"', and 'Karol Gaspar Diaz'. The right sidebar shows the page name 'Cevichería "The Blue Parad...', a 'Me gusta' button with 24 likes, and a 'Publicaciones recientes' section with one post from 28 de noviembre.

A screenshot of the Facebook page creation process for 'Cevichería "The Blue Paradise"'. The page name is entered in the search bar. The main content area features a large image of a plate of food with the text 'Sabroso y al instante'. Below the image are buttons for 'Te gusta', 'Siguiendo', and 'Compartir'. The left sidebar shows the page name and a list of options: 'Inicio', 'Ofertas', 'Opiniones', 'Fotos', and 'Publicaciones'. The right sidebar has a '¿Tienes amigos a los que les puede gustar tu página?' prompt.



Figura 19: Publicidad

Slogan:

*“Sabroso y al instante”*

El slogan considera las palabras que demuestran lo que la cevichería “The Blue Paradise” quiere transmitir y que será las característica del producto (sabroso) y el servicio (rápido).



**Figura 20: Logo**

**Merchandising:**



Publicidad:



Figura 21: Presentación del plato

## **V. Aspectos Administrativos**

### ***5.1. Requisitos para la realización del proyecto***

- Requisitos de la Municipalidad.
- Formulario de solicitud para la obtención de Licencia de Funcionamiento para ser descargado e impreso.
- Licencia Municipal de Funcionamiento.
- Declaración Jurada de Condiciones Básicas de Seguridad Legislación.
- Requisitos generales para licencia de funcionamiento.
- Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada que incluya:
  - Número de RUC y DNI o carnet de extranjería del solicitante, tratándose de persona jurídicas o natural, según corresponda.
  - DNI o carnet de extranjería del representante legal en caso de persona jurídica, u otros entes colectivos o tratándose de presentación de personas naturales, se requeriría carta poder legalizada.
  - Copia de la vigencia de poder de representante legal, en el caso de persona jurídica u otros entes colectivos. Tratándose de representación de persona naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
  - Declaración Jurada del cumplimiento de las condiciones de seguridad en las edificaciones calificadas con riesgo bajo o medio, o la documentación señalada en el Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones (ITSE), para el caso de las que están calificadas con riesgo alto o muy alto.
- Adicionalmente, de ser el caso serán exigibles los siguientes requisitos:

- Copia simple del título profesional, en el caso de servicios relacionados con la salud.
- Informar sobre el número de estacionamiento de acuerdo con la normativa vigente, en la Declaración Jurada.
- Copia simple de la Autorización Sectorial respectiva, en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.
- Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura, conforme a la ley N° 28296-Ley general del Patrimonio Cultural de la Nación. Excepto en los casos que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y monitoreo de ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de la licencia del local por el cual se solicita la licencia.

***Requisitos de Sunarp para la constitución:***

- Se constituye con un mínimo de dos socios, que pueden ser personas naturales o jurídicas, las cuales acuerdan aportar bienes para el ejercicio en común de actividades económicas.
- Solicitud de inscripción de título (distribución gratuita).
- Copia simple del documento de identidad (DNI) del presentante, con la constancia de (sello) de haber votado en las últimas elecciones o la dispensa respectiva.
- La escritura pública, otorgado ante Notario Público.
- Pago de derechos registrales.

## **5.2. Cronograma de Actividades**

- Planeación de las actividades.
- Planteamiento De Las Investigación.
- Búsqueda Del Nombre Del Proyecto.
- Planteamiento Del Problema.
- Objetivo Del Proyecto.
- Justificación Del Proyecto.
- Marco Referencial.
- Marco Metodológico.
- Descripción Del Proyecto.



### 5.3. Presupuesto

Tabla 17: *Presupuesto*

Artefactos	Unidad	Precio U.	Precio total	Total
Refrigeradora LG	1	S/ 899.00	S/ 899.00	S/ 899.00
Congeladora	1	S/ 749.00	S/ 749.00	S/ 749.00
Campana Roma	1	S/ 450.00	S/ 450.00	S/ 450.00
Cocina Industrial de 5 hornillas	1	S/ 2,700.00	S/ 2,700.00	S/ 2,700.00
Licuada Oster	2	S/ 350.00	S/ 700.00	S/ 700.00
Computadora 15 pulgadas	1	S/ 1,399.00	S/ 1,399.00	S/ 1,399.00
Hervidor eléctrico	1	S/ 60.00	S/ 60.00	S/ 60.00
Microondas	1	S/ 279.00	S/ 279.00	S/ 279.00
Impresora	1	S/ 570.00	S/ 570.00	S/ 570.00
Teléfono	1	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00
				<b>S/ 7,856.00</b>

Utensilios	Unidad	Precio U.	Precio total	total
Juego de ollas	6	S/ 100.00	S/ 600.00	S/ 600.00
Juego de tablas para picar	6	S/ 30.00	S/ 180.00	S/ 180.00
Juego de cuchillos	6	S/ 15.00	S/ 90.00	S/ 90.00
Juego de bowl	6	S/ 30.00	S/ 80.00	S/ 180.00
Juego de cucharones/trinches	12	S/ 10.00	S/ 120.00	S/ 120.00
4 docenas de tenedores hoteleros	48	S/ 20.00	S/ 60.00	S/ 60.00
4 docenas de cuchara hotelera	48	S/ 20.00	S/ 60.00	S/ 60.00
4 docenas de cuchillos hoteleros	48	S/ 20.00	S/ 60.00	S/ 60.00
4 docenas de vasos vidrio	48	S/ 22.00	S/ 66.00	S/ 66.00
4 docenas de platos tendidos grande	48	S/ 48.00	S/ 192.00	S/ 192.00
4 docenas de platos medianos	48	S/ 36.00	S/ 144.00	S/ 144.00
4 docenas de platos pequeños	48	S/ 32.00	S/ 128.00	S/ 128.00
1 docenas de jarras de vidrio	12	S/ 12.00	S/ 144.00	S/ 144.00
4 docenas de plato sopero	48	S/ 36.00	S/ 144.00	S/ 144.00
1 docenas de servilleteros	12	S/ 3.00	S/ 36.00	S/ 36.00
1 docenas de ajiceros	12	S/ 18.00	S/ 216.00	S/ 216.00
1 juego de sartenes	6	S/ 40.00	S/ 240.00	S/ 240.00
1/2 Docena de azafates	6	S/ 15.00	S/ 90.00	S/ 90.00
				<b>S/ 2,750.00</b>

Materiales de oficina	Unidad	Precio U.	Precio Total	Total
Archivador	1	S/ 4.00	S/ 4.00	S/ 4.00
Boligrafo	4	S/ 0.50	S/ 2.00	S/ 2.00
Borrador	1	S/ 1.00	S/ 1.00	S/ 1.00
Juego de Cartucho impresora	1	S/ 60.00	S/ 60.00	S/ 60.00
Cinta adhesiva	1	S/ 0.50	S/ 0.50	S/ 0.50
Caja de clips	1	S/ 2.00	S/ 2.00	S/ 2.00
1/2 Millar de hojas	1	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00
Corrector	1	S/ 2.50	S/ 2.50	S/ 2.50
Cuaderno	2	S/ 4.00	S/ 8.00	S/ 8.00
Engrampador	1	S/ 7.00	S/ 7.00	S/ 7.00
Folder manila	5	S/ 0.50	S/ 2.50	S/ 2.50
Lapiz	4	S/ 0.50	S/ 2.00	S/ 2.00
Perforador	1	S/ 6.00	S/ 6.00	S/ 6.00
Paquete de Plumón	1	S/ 6.50	S/ 6.50	S/ 6.50
Porta clips	1	S/ 2.50	S/ 2.50	S/ 2.50
Juego de Regla	1	S/ 3.00	S/ 3.00	S/ 3.00
Resaltador	2	S/ 2.50	S/ 5.00	S/ 5.00
Bolsa de Sobre manila	1	S/ 4.00	S/ 4.00	S/ 4.00
				S/ 128.50

Implementos de limpieza	Unidad	Precio U.	Precio Total	Total
Acido muriatico 4 litros	1	S/ 18.00	S/ 18.00	S/ 18.00
Cera para muebles x 400 CC	1	S/ 8.00	S/ 8.00	S/ 8.00
Cera al agua blanca 4 litros	1	S/ 25.00	S/ 25.00	S/ 25.00
Desinfectante 4 litros	1	S/ 35.00	S/ 35.00	S/ 35.00
Escoba	2	S/ 12.00	S/ 24.00	S/ 24.00
Lejia 4 litros	1	S/ 7.00	S/ 7.00	S/ 7.00
Limpia vidrio 1 litro	1	S/ 6.00	S/ 6.00	S/ 6.00
Perfumador de ambiente	1	S/ 8.00	S/ 8.00	S/ 8.00
Recogedor de plastico	2	S/ 5.00	S/ 10.00	S/ 10.00
Trapeador	2	S/ 8.00	S/ 16.00	S/ 16.00
Balde para trapeador	2	S/ 10.00	S/ 20.00	S/ 20.00
Balde	2	S/ 6.00	S/ 12.00	S/ 12.00
				S/ 189.00

Mobiliarios	Unidad	Precios	Precio total	Total
Escritorio/silla	1	S/ 250.00	S/ 250.00	S/ 250.00
Lavadero de acero inoxidable	1	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00
Mesa de trabajo acero inoxidable	1	S/ 1,900.00	S/ 1,900.00	S/ 1,900.00
Silla para bebe	2	S/ 150.00	S/ 300.00	S/ 300.00
Mesas	6	S/ 120.00	S/ 720.00	S/ 720.00
3 Docena de sillas	36	S/ 25.00	S/ 900.00	S/ 900.00
				<b>S/ 5,370.00</b>

Pagos fijos	Total
Agua	S/ 50.00
Luz	S/ 60.00
Alquiler	S/ 700.00
	<b>S/ 810.00</b>

Servicio básico	Total
internet	S/ 150.00
Pública	S/ 50.00
	<b>S/ 200.00</b>

Gasto de constitución	Total
Busqueda de nombre	S/ 5.00
Registro	S/ 20.00
Notario	S/ 300.00
	<b>S/ 325.00</b>

Pago al personal	Total
Administrador	S/1,500.00
Cocinero	S/1.500.00
Ayudante de cocina	S/950.00
Cajero	S/950.00
	<b>S/4,900.00</b>

Accesorios de baño y decoración	Unidad	Precio U.	Precio total	Total
Espejo con repisa de 1 mt x 0.80 ctm	2	S/ 59.00	S/ 118.00	S/ 118.00
Dispensador de papel higiénico	2	S/ 49.00	S/ 99.00	S/ 99.00
Dispensador de papel toalla	2	S/ 99.00	S/ 198.00	S/ 198.00
Dispensador de jabón líquido	2	S/ 11.00	S/ 22.00	S/ 22.00
Colgador de ropa de madera	2	S/ 12.00	S/ 24.00	S/ 24.00
Tacho de basura con pedal 15lt	2	S/ 30.00	S/ 60.00	S/ 60.00
Tacho de basura con pedal 5lt	2	S/ 19.00	S/ 38.00	S/ 38.00
				<b>S/ 559.00</b>

Pagos totales	Total
Artefactos	S/ 7,856.00
Utensilios	S/ 2,750.00
Materiales de oficina	S/ 128.50
Materiales de limpieza	S/ 189.00
Mobiliarios	S/ 5,370.00
Pago al personal	S/ 3,400.00
Accesorios de baño y decoración	S/ 559.00
Pagos fijos	S/ 810.00
Gasto de constitución	S/ 325.00
	<b>S/ 21,387.50</b>

## **VI. Conclusiones**

## 6.1 Conclusión

*Primero:* el servicio al cliente forma parte fundamental en una empresa, todas las áreas están involucradas directa o indirectamente con el cliente.

*Segundo:* para llevar a cabo de una serie de estrategias para generar la productividad de un restaurante es importante conocer las debilidades y fortalezas de la empresa.

*Tercero:* para generar estrategias de servicio se debe detectar las debilidades en los aspectos tangibles (equipamiento del establecimiento) e intangibles (servicio) para tomar decisiones correctivas.

## 6.2 Recomendaciones

Identificar los principales problemas a nivel administrativo que se deben mejorar con la implementación de un modelo de gestión adecuado a las necesidades del establecimiento.

Se debe lograr que el cliente se sienta cómodo con la atención recibida, para lo cual deben manejar un tiempo determinado de espera, siendo el mínimo para crear un ambiente agradable donde se llegue a superar las expectativas y de esa manera el cliente considere al establecimiento como su primera opción.

También se recomienda que la empresa se preocupe constantemente

por sus colaboradores, a través de capacitaciones en el servicio, para que se pueda brindar un servicio de calidad.

Por último, se recomienda que se considere este trabajo como base teórica de futuros proyectos y se convierta en una fuente de información importante para las empresas que deseen brindar un servicio de calidad.

### 6.3 Referencias

Martínez, R. (2016). *Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente en Restaurantes de Comida Marina*. Chimbote, Perú.

Recuperado de:

<https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Search/Results?lookfor=PLAN+DE+NEGOCIO+PARA+LA+CEVICHER%3%8DA+CHARLI+CEVICHER%2C+COMUNA+LA+ENTRADA%2C+CANT%3%93N+SANTA+ELENA%2C+A%3%91O+2016%E2%80%9D%7E>

Fernández. D. (2017). *Aplicación de un Modelo de Gestión para la mejora de la Productividad del Restaurante D' Brau*. Chiclayo, Perú.

Recuperado de:

<http://renati.sunedu.gob.pe/simple-search?query=DE+LA+PRODUCTIVIDAD+DEL+RESTAURANTE+D%E2%80%99BRAU+DE+LA+CIUDAD+DE+CHICLAYO++++>

Dávila & Flores (2017). *Evaluación de la Calidad del Servicio en el Restaurante Turístico El cántaro E.I.R.L* Lambayeque, Perú.

Recuperado de:

<https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Search/Results?lookfor=Calidad+de+Servicios+para+Mejorar+la+Satisfacci%3%B3n+del+Cliente+en+el+Restaurante+%E2%80%9CEl+Cantaro%E2%80%9D%2C+Lambayeque+2017&type=AllFields>

Rosales. D. (2016). *Plan de Negocio para la Cevichería Charly Ceviches*,

*Comuna la Entrada, Cantón Santa Elena. La Libertad, Ecuador.*

Recuperado de:

<https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Search/Results?lookfor=PLAN+DE+NEGOCIO+PARA+LA+CEVICHER%C3%8DA+CHARLI+CEVICHERES%2C+COMUNA+LA+ENTRADA%2C+CANT%C3%93N+SANTA+ELENA%2C+A%C3%91O+2016%E2%80%9D%7E>

Albán. A & Flores. O & Pinargote. M. (2017). *Diseño de Modelo de Gestión Administrativa para pymes del sector Marisquería, de la Ciudad de Guayaquil, sector Norte*. Guayaquil, Ecuador.

Recuperado de:

<https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Search/Results?lookfor=%E2%80%9CDISE%C3%91O+DE+MODELO+DE+GESTI%C3%93N+ADMINISTRATIVA++PARA+PYMES+DEL+SECTOR+MARISQUER%C3%8DA%2C+DE+LA+CIUDAD+DE++GUAYAQUIL%2C+SECTOR+NORTE%E2%80%9D>

Peña. T. (2018). *Diagnóstico de la Calidad de los Servicios y Atención al Cliente de la Cevichería Pepe 3*. Guayaquil, Ecuador.

Recuperado de:

<https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Search/Results?lookfor=DIAGN%C3%93STICO+DE+LA+CALIDAD+DE+LOS+SERVICIOS+Y+ATENCI%C3%93N+AL+CLIENTE+DE+LA+CEVICHERIA+PEPE+3%2A>

Gestión. (28 de agosto de 2016).

Recuperado de: <https://gestion.pe/tendencias/ve-gaston-acurio-cocina-peruana-10-anos-113793-noticia/>

Gestión. (27 de junio de 2016). Obtenido de Cebiche: ¿Cuántos platos consumen los limeños al mes?

Recuperado de <https://gestion.pe/economia/mercados/cebiche-platos-consumen-limos-mes-125321-noticia/>

La República. (28 de junio de 2015).

Recuperado de: <https://larepublica.pe/sociedad/199091-armap-existen-35-mil-puntos-de-venta-de-cebiche-en-el-pais//>

Club Planeta (2016). Food truck al 2019 Recuperado de

[http://www.trabajo.com.mx/que\\_es\\_food\\_truck.htm](http://www.trabajo.com.mx/que_es_food_truck.htm)

Trip avizor (2014). La Cale - barra de cevichería al 2019 .Recuperado de

[https://www.tripadvisor.com.pe/Restaurant\\_Review-g294316-d6852736-Reviews-La\\_Cale\\_barra\\_de\\_ceviches-Lima\\_Lima\\_Region.html](https://www.tripadvisor.com.pe/Restaurant_Review-g294316-d6852736-Reviews-La_Cale_barra_de_ceviches-Lima_Lima_Region.html)

Punto azul (2016). La empresa Punto Azul al 2020. Recuperado de

<https://puntoazulrestaurante.com/>.

Emprende pyme (2010). La franquicia al 2019. Recuperado de

<https://www.emprendepyme.net/que-es-una-franquicia.html>.

El comercio (2015). Cevichería nitos al 2019. Recuperado de

<https://elcomercio.pe/economia/negocios/cevicheria-nitos-abrira-primera-franquicia-ecuador-363382-noticia/>

De peru.com (2014). Food (Comida Rápida) al 2020. Recuperado de

<https://www.deperu.com/abc/restaurantes/477/fast-food-comida-rapida>

Noticias (2019). La Barra al 2019. **Recuperado de**

<https://noticias.perfil.com/noticias/general/2019-03-07-gastronomia-por-que-comer-en-la-barra-de-un-bar.phtml>

Mistura. (2017). Obtenido de <http://mistura.pe/nuestra-historia/>

Historia del ceviche: <https://recetasdeceviche.com/origen-e-historia-del-ceviche/>

## **6.4. Anexos**

## Anexo 1



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CENEGULLA  
GERENCIA DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA

### DECLARACION JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD

Ley ( N° 28976 )

LOCAL UBICADO EN:		SI	NO
El propietario y/o conductor del local declara bajo juramento lo siguiente :			
<b>1.0 ARQUITECTURA</b>			
1.1	El ingreso/salida del local presenta un ancho libre mínimo de 0.90 m. La puerta no abre directamente sobre un desnivel y las vías de evacuación se encuentran libres de obstáculos, vidrios o espejos.		
<b>2.0 ESTRUCTURA</b>			
2.1	El local no presenta severo deterioro en paredes, columnas, techos y vigas		
2.2	El Falso techo esta fijo y no es de material inflamable.		
<b>3.0 INSTALACIONES ELECTRICAS:</b>			
3.1	El tablero eléctrico es de material no combustible ( metal o resina ), tiene interruptores termomagnéticos (ITM's) identificados y no utiliza llaves de cuchilla		
3.2	El tablero eléctrico tiene interruptores diferenciales ( para instalaciones nuevas a partir del 1º de julio del 2006 )		
3.3	No se utiliza cable mellizo en instalaciones fijas. El cableado eléctrico se encuentra protegido mediante canaletas o tubos de PVC y las cajas de paso tienen tapa .		
3.4	Los tomacorrientes tienen conexión a tierra en baños, cocina y para equipos con enchufe de tres espigas. Los tomacorrientes se encuentran en buen estado y no se utiliza adaptadores múltiples.		
3.5	Los equipos de alumbrado (focos, fluorescentes, lámparas, etc) no presentan conexiones expuestas. Si cuenta con luces de emergencia, estas se encuentran operativas.		
3.6	Tiene pozo de puesta a tierra y certificado de medición de la resistencia (menor o igual a 25 ohms )		
3.7	Los anuncios publicitarios con energía eléctrica tienen cableado adecuado y cuentan con conexión a tierra.		
<b>4.0 SEGURIDAD Y PROTECCION CONTRA INCENDIO</b>			
4.1	El local cuenta con señales de seguridad (salidas, riesgo eléctrico, y extintors		
4.2	El local cuenta al menos con un extintor de polvo químico seco de 6 Kg. O un extintor por cada 25 m2 de área. Los extintores estan operativos y con carga vigente.		
4.3	Los materiales y/o productos estan almacenados de forma segura (evitando que se caigan) y sin obstruir las vías de evacuación.		
4.4	Las instalaciones de gas (GPL) que utilizan balones mayores a 25 Kg. Tienen cubierta de cobre y estan alejados de interruptores y tomacorrientes. Los balones de gas se ubican en lugares ventilados y alejados de cualquier fuente de calor.		
4.5	Las campanas y ductos de extracción de humo (chimeneas) se encuentran libres de grasa.		



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CIENEGUILLA  
GERENCIA DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA

Declaro bajo juramento que mi establecimiento comercial cumple con las condiciones de seguridad en Defensa Civil, en arquitectura, estructura, instalaciones eléctricas, sanitarias de seguridad y protección contra incendios, en virtud al principio de presunción de veracidad en la Ley N° 27444, así mismo en caso de no cumplir me someto a las sanciones de acuerdo a Ley y demás normas municipales vigentes, así como en lo establecido en el art. N° 411 del Código Penal

Cieneguilla \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 20 \_\_\_\_\_

Apellidos y Nombres del Representante Legal \_\_\_\_\_

## Anexo 2



PERÚ

Ministerio  
de EducaciónDirección Regional  
de Educación  
de Lima MetropolitanaInstituto de Educación Superior  
Tecnológico Público  
Madda Portal - Cieneguilla

**"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"**  
"DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES"

Señor(a)

..... Saavedra Cajahuaringa Leissy Esther .....

Presente.-

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para saludarlo(a) cordialmente y a la vez manifestarle que, conocedores de su trayectoria académica y profesional, molestamos su atención al elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendemos utilizar en nuestra investigación.

Nuestro proyecto tiene el siguiente nombre:  
Creación de un restaurante de comida marina "Cevicheña", por lo que, con la finalidad de determinar la validez de las preguntas del cuestionario a utilizar, solicitamos marcar con una X el grado de evaluación a los indicadores para los ítems del instrumento, de acuerdo a su amplia experiencia y conocimientos.

Agradecemos anticipadamente su colaboración y estamos seguros que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.

Atentamente,



PERÚ

Ministerio  
de EducaciónDirección Regional  
de Educación  
de Lima MetropolitanaInstituto de Educación Superior  
Tecnológico Público  
"Madda Peralta - Cieneguilla"

"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"

"DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES"

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Saavedra Cephuaringa Leissy E.  
 1.2. Grado Académico: maestría  
 1.3. Profesión: Docente  
 1.4. Institución donde labora: I.E.S.T.P. "Madda Peralta - Cieneguilla"  
 1.5. Cargo que desempeña: Docente

### II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				/	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					/
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica.				/	
4. COHERENCIA	Existe relación de pregunta con la variable a medir.					/
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				/	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					/
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					12	15
<b>SUMATORIA TOTAL</b>		27				



PERÚ

Ministerio  
de EducaciónDirección Regional  
de Educación  
de Lima MetropolitanaInstituto de Educación Superior  
Tecnológica Público  
"Marta Perla" - Cieneguilla**"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"**  
"DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES"**III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN**3.1. Valoración total cuantitativa: 273.2. Opinión: FAVORABLE / DEBE MEJORAR \_\_\_\_\_

NO FAVORABLE \_\_\_\_\_

3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2

Cieneguilla, 05 de noviembre del 2019

  
Firma

## Anexo 3

Pág. 1 de 1

 Zona Registral N° IX  
Sede Lima

**INDICE NACIONAL DE PERSONAS JURIDICAS**

**Razon Social [ THE BLUE PARADISE ]**

ZONA / OFICINA	PARTIDA FICHA	TOMO	TITULO	ESTADO	LIBRO
DENOMINACION O RAZON SOCIAL / SIGLA					
ZR09 LIMA	<b>13717141</b>		2018 02878988	INSCRITO	SOCIEDADES ANONIMAS
CORPORACION BLUE PARADISE & ASOCIADOS S.A.C.					
BLUE PARADISE S.A.C.					
ZR09 LIMA	<b>13845586</b>		2017 00674089	INSCRITO	SOCIEDADES ANONIMAS
GRUPO BLUE PARADISE S.A.C.					



HOJA INFORMATIVA, NO VALIDO PARA TRAMITE JUDICIAL NI ADMINISTRATIVO.

Impresion Fecha : 18/11/2019 15:18  
BCANALES/or0101/LIMA

Atención : 8312904 Recibo : 2019-177-00030125



ZR N° IX - LIMA  
 BUSQUEDA (MASIVOS) - PJ  
 PUB. No. 2019-8312904 \* HOJA: A044685246  
 RECIBO No. 2019-177-30125  
 MONTO S/ 5.00 - 18/11/2019 15:15:01  
 RUC No.: 20260998898

**SOLICITUD DE PUBLICIDAD REGISTRAL**

**Sírvase completar con letra imprenta y mayúscula (Lea las instrucciones indicadas al reverso de la hoja)**



Señor Registrador Público de la Oficina Registral de: Lima

**DATOS DEL SOLICITANTE (1)**

Apellido paterno: Calsin Apellido materno: Quispe Nombre(s): Diego Daniel

Identificado(a) con: DNI/ C.E./Pasaporte/Otro (Especificar): N° 75204083

Correo Electrónico: diego.calsin@gmail.com

En representación de: Sector Público:  Sector Privado:

Persona Natural:  Persona Jurídica:

RUC: \_\_\_\_\_

**REGISTRO AL QUE CORRESPONDE EL SERVICIO SOLICITADO (2)**

Registro de Propiedad Inmueble  Registro de Personas Jurídicas  Registro de Personas Naturales  Registro de Bienes Muebles

Indicar Registro:(2) \_\_\_\_\_ Indicar Registro:(2) \_\_\_\_\_ Indicar Registro:(2) \_\_\_\_\_ Indicar Registro:(2) \_\_\_\_\_

(Llenar solo cuando la información requerida se encuentra en una Oficina Registral distinta de donde se solicita) (\*)  
 Zona Registral: \_\_\_\_\_ Oficina Registral: Lima

**SERVICIO SOLICITADO (3)**

**BÚSQUEDAS Y CERTIFICADOS**

-Búsqueda de Índice  -Certificado de Matrícula (Aeronaves)  -Visualización de Partidas SIR

-Búsqueda de Verificador  -Certificado Negativo de Denominación Social o Razón Social  -Manifestación de Título Archivado

-Boleta Informativa del Vehículo  -Certificado de Búsqueda Catastral  -Manifestación de Título en Trámite

-Copias Simples  -Vigencia de Persona Jurídica  -Record de Propietario

-Gravamen  -Vigencia de Poder  -Relación de Verificadores Hábiles

-Registral Inmobiliario - CRI(Dominio y Gravamen)  -Vigencia de Consejo Directivo/ Administración  -Duplicado Tarjeta Identificación Vehicular

-Copia Certificada de Tomo/Ficha  -Vigencia de Directorio/Director  -Acreditación Índice de Verificadores

-Copia Certificada de Partida Electrónica / SARP  -Vigencia de Gerente  -Otro: \_\_\_\_\_

-Copia Certificada Título Archivado  -Vigencia de Administrador  -Otro: \_\_\_\_\_

-Certificado Positivo  -Certificado Registral de Sucesiones CRES

-Certificado Negativo  -Otro: \_\_\_\_\_

-Certificado de Unión de Hecho

-Otro: \_\_\_\_\_

**DATOS QUE PERMITAN OTORGAR EL SERVICIO SOLICITADO \*\* (4):**

Apellidos y Nombre/Denominación o Razón Social: The blue Paradise N° de Copias: \_\_\_\_\_

**OTROS DATOS:**

**DATOS REGISTRALES (4) consignar EL QUE CORRESPONDA:**

Todos los Registros (Excepto Registro de Bienes Muebles)

Registro de Bienes Muebles (Registro de Propiedad Vehicular, Registro Mobiliario de Contratos, Registro de Buques, Registro de Navas, Registro de Aeronaves y Registro de Embarcaciones Pesqueras), Registro de Bienes Muebles vinculados a la Pequeña Minería y Minería Artesanal.

Partida Electrónica: \_\_\_\_\_ Asiento N°: \_\_\_\_\_ Nro. de Placa de Rodaje: \_\_\_\_\_ Partida Electrónica: \_\_\_\_\_

Ficha Registral: \_\_\_\_\_ Asiento N°: \_\_\_\_\_ Consigne el número "CERO" como: 0

Partida SARP: \_\_\_\_\_ Nro. de Matrícula Embarcación Pesquera/Buque/Aeronave/Navas: \_\_\_\_\_ Nro. de Serie/Aeronave: \_\_\_\_\_

Tomo: \_\_\_\_\_ Folio: \_\_\_\_\_ Asiento N°: \_\_\_\_\_ Título Archivado N°: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

18 de Noviembre del 20 19

Firma y huella digital del solicitante

(\*) Este servicio solo se brinda cuando la información solicitada se encuentra tramitado vía Oficina Receptora.  
 (\*\*) Cuando el certificado solicitado está referido a más de una persona sírvanse anexar los nombres y demás datos que considere necesario en una hoja A4 (original)

N°A 044685246



## REQUISITOS PARA INSPECCIONES TÉCNICAS DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES - ITSE SEGÚN DECRETO SUPREMO 058-2014-PCM

### 1 BÁSICA EX POST/ HASTA 100 M2

**En este tipo de ITSE Básica, el administrador presentará:**

- 1) Declaración Jurada de observancia de las condiciones de seguridad.

La ITSE Básica es ejecutada con posterioridad al otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento por el órgano ejecutante, respecto de los establecimientos de hasta cien metros cuadrados (100 m2) y capacidad de almacenamiento no mayor del 30% del área total del local.

### 2 BÁSICA EX ANTE / DESDE 101 HASTA 500 M2

**En este tipo de ITSE Básica, el administrador presentará necesariamente copias de:**

- 1) Solicitud de Inspección
- 2) Copia de plano de ubicación.
- 3) Copia de Planos de arquitectura (distribución).
- 4) Copia de Plan de seguridad.
- 5) Copia de Protocolos de pruebas de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad.
- 6) Copia de Certificado vigente de medición de resistencia del pozo de tierra.
- 7) Copia de Certificados de conformidad emitidos por OSINERGMIN, cuando corresponda.



### 3 DE DETALLE / MÁS DE 500 M2

**En este tipo de ITSE el administrador presentará copia de los siguientes documentos:**

- 1) Solicitud de inspección
- 2) Plano de ubicación.
- 3) Copia de plano de arquitectura (distribución) y detalle del cálculo de aforo por áreas.
- 4) Copia de planos de diagramas unifilares y tableros eléctricos y cuadro de cargas.
- 5) Copia de planos de señalización y rutas de evacuación.
- 6) Copia de plan de seguridad.
- 7) Copia de protocolos de pruebas de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad.
- 8) Copia de constancia de mantenimiento de calderas, cuando corresponda.
- 9) Copia de certificado vigente de medición de resistencia del pozo tierra.
- 10) Copia de certificados de conformidad emitidos por OSINERGMIN, cuando corresponda.
- 11) Copia de autorización del Ministerio de Cultura, en caso de edificaciones integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación.





## MUNICIPALIDAD DE CIENEGUILLA



**¿AÚN NO TIENES LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO?**

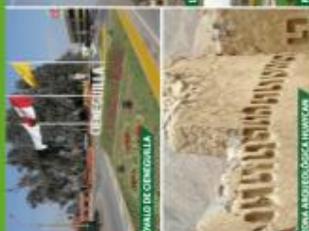
**FORMALIZA TU NEGOCIO FACIL Y SENCILLO**



## MUNICIPALIDAD DE CIENEGUILLA



PLAZA DE ARMAS DE CIENEGUILLA



CALLE DE CIENEGUILLA



LA FORTALEZA DE SAN MATEO



PARQUE DE LOS ANILLOS



ZONA ARQUEOLÓGICA HUANCAS



PARQUE DE LA FAMILIA



GASTRONOMÍA



VALLE DE CIENEGUILLA



CAJALILLA TOLEDO



CAJALILLA TOLEDO



CAJALILLA TOLEDO

# Distrito Turístico y Ecológico...

Subsede de Desarrollo Económico Local y Turismo

**REQUISITOS GENERALES:**

- 1 Presentar solicitud firmada por el solicitante con carácter de declaración jurada que incluya:
  - N° de RUC y D.N.I. o Carnet de extranjería, tratándose de personas jurídicas o naturales según corresponda.
  - N° de D.N.I. o Carnet de extranjería del representante legal en caso de persona jurídica u entes colectivos o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.
- 2 Copia de vigencia de poder del representante legal en caso de personas jurídicas u entes colectivos. Tratando de representación de personas naturales, se requiere carta poder con firma legalizada.
- 3 Declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad.

**REQUISITOS ESPECÍFICOS:**

- 4 De ser el caso serán exigibles los siguientes requisitos:
  - Copia simple del título profesional en casos de servicios relacionados con la salud.
  - Informar en el formato de solicitud de declaración jurada el número de estacionamientos.
  - Copia simple de la actualización sectorial contenida en el Decreto Supremo Nº 006-2013-PCM o norma que sustituya o reemplaze.
  - Copia simple de autorización expedida por el Ministerio de Cultura, conforme a la Ley 28296. Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación.

*Trabajando por un mejor servicio.*

**MAYOR INFORMACIÓN:**  
 CENTRO DE INTERPRETACIÓN CULTURAL - PLAZA DE ARMAS  
 pedro.vilchez@municipieneguilla.gob.pe  
 TELEFONO: 479-8161

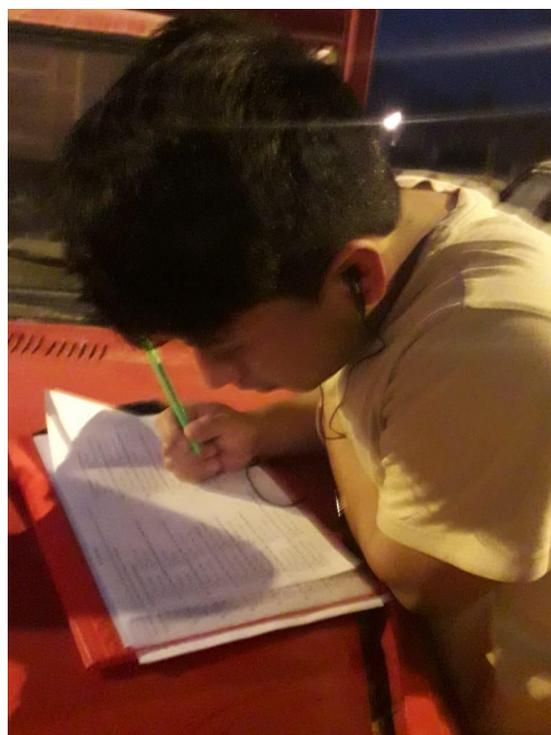
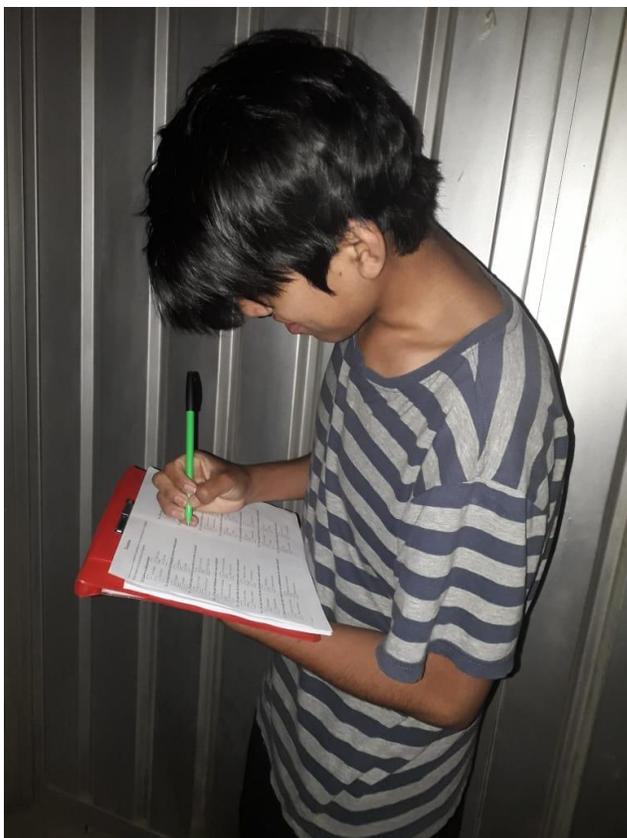


Anexo 6



Anex0 7







## Anexo 6

Resultados de la encuesta.

N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	TOTAL
1	2	4	3	2	3	3	2	1	4	2	1	1	1	3	32
2	3	4	2	4	4	1	1	1	4	1	1	4	1	3	34
3	4	4	1	4	4	2	1	1	1	1	4	4	4	4	39
4	2	2	1	4	4	3	1	1	2	3	3	1	4	3	34
5	3	2	2	2	3	2	2	3	4	1	1	2	1	3	31
6	2	2	3	4	2	1	4	2	2	1	1	1	1	3	29
7	3	4	2	2	3	2	1	3	4	1	1	1	1	3	31
8	2	3	3	4	3	2	1	1	2	1	3	1	1	3	30
9	2	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	21
10	4	2	1	4	4	2	3	1	3	2	4	2	1	1	34
11	3	2	2	1	4	2	1	1	4	1	4	1	1	3	30
12	3	1	2	4	4	1	1	3	2	1	1	4	1	3	31
13	4	1	2	4	3	1	1	1	1	1	1	2	1	3	26
14	1	1	1	4	3	2	2	3	4	1	1	1	3	3	30
15	1	2	1	3	3	1	1	1	4	3	2	1	1	3	27
16	2	4	4	1	3	1	1	1	1	1	2	2	1	4	28
17	2	1	3	1	4	1	4	1	2	3	3	2	1	4	32
18	3	1	2	4	4	1	1	1	4	1	1	4	1	3	31
19	2	1	1	1	4	2	3	1	4	1	2	2	1	3	28
20	4	4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3	24
21	2	3	2	4	1	1	4	3	1	3	1	1	1	4	31
22	2	3	2	2	1	3	2	2	1	2	1	2	2	3	28
23	1	1	4	2	3	4	1	1	4	4	3	2	3	3	36
24	4	1	1	3	1	2	4	1	4	2	1	2	1	3	30
25	4	3	4	2	3	1	1	2	1	3	2	3	1	3	33
26	3	1	3	3	3	1	2	2	1	2	1	3	1	3	29
27	2	3	4	4	4	1	1	1	1	1	1	3	1	3	30
28	3	3	2	3	3	1	1	1	3	4	1	4	1	3	33
29	2	3	2	2	4	2	4	2	4	3	3	1	1	3	36
30	3	2	3	4	4	1	4	1	2	1	2	1	1	4	33
31	3	2	2	3	3	1	4	2	1	1	1	3	3	3	32

32	3	2	2	2	3	2	3	1	2	2	1	2	2	4	31
33	3	1	3	4	3	1	1	1	1	4	2	4	1	4	33
34	3	1	2	4	4	1	4	1	1	1	2	1	1	4	30
35	3	1	2	4	4	1	4	1	1	1	2	1	1	4	30
36	3	3	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	35
37	4	3	3	3	4	3	4	1	1	1	1	2	4	3	37
38	3	1	3	3	4	3	1	1	1	2	1	4	1	1	29
39	1	3	1	4	2	2	4	1	4	1	1	1	1	4	30
40	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	3	23
41	2	4	3	4	3	3	1	1	4	2	4	1	1	3	36
42	3	2	3	4	3	2	1	1	4	1	2	2	1	3	32
43	2	1	1	3	4	1	4	1	1	1	1	2	1	3	26
44	2	4	1	4	2	1	1	1	1	2	1	1	1	4	26
45	2	2	1	3	4	1	1	1	4	1	2	1	1	3	27
46	2	3	3	4	3	1	4	1	1	1	1	1	1	3	29
47	2	1	3	4	4	1	1	1	4	1	1	1	1	1	26
48	2	2	2	4	3	4	4	1	1	1	3	4	1	1	33
49	4	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	25
50	3	3	3	4	3	3	1	1	1	1	3	2	4	3	35
51	4	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	3	24
52	1	2	2	4	3	1	1	1	2	1	1	1	1	3	24
53	2	2	4	4	3	2	3	1	3	2	3	2	1	3	35
54	3	3	2	2	2	1	4	3	2	3	2	4	2	3	36
55	4	2	3	1	1	2	1	2	1	2	2	2	3	4	30
56	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	24
57	3	2	3	4	3	4	2	2	4	1	1	4	4	3	40
58	3	3	3	3	2	2	1	2	4	2	2	4	2	3	36
59	3	1	3	3	2	3	1	1	3	2	2	1	1	4	30
60	4	4	2	4	2	1	2	1	3	1	1	3	1	4	33
61	3	4	2	4	3	2	1	3	2	3	1	3	1	4	36
62	3	4	2	3	1	4	4	3	2	1	1	1	3	3	35
63	2	2	1	4	1	4	1	4	2	1	4	1	3	3	33
64	2	4	1	3	1	3	2	1	1	2	4	1	3	3	31
65	3	1	2	3	1	2	3	1	2	1	4	2	4	1	30
66	2	2	3	4	3	1	1	2	1	1	3	2	3	1	29
67	3	3	4	4	4	1	2	2	1	1	3	2	3	1	34
68	3	4	2	4	4	1	2	2	4	1	1	3	3	2	36
69	2	2	3	3	3	2	1	4	1	1	1	3	4	2	32
70	3	2	2	3	3	2	1	4	2	1	2	1	2	3	31
71	2	2	2	3	3	2	1	1	3	2	2	2	2	3	30

72	2	3	3	3	4	1	2	2	4	2	2	2	3	3	36
73	3	3	3	4	4	1	2	1	4	2	1	2	3	3	36
74	4	1	4	2	2	2	3	1	1	2	2	1	3	2	30
75	2	4	4	2	2	1	4	2	1	2	2	1	3	2	32
76	3	1	2	1	4	2	4	2	1	2	2	1	1	4	30
77	4	2	2	1	3	2	2	2	3	1	2	1	1	4	30
78	2	2	1	3	4	1	2	1	2	1	1	4	1	4	29
79	3	3	1	2	3	1	2	2	2	2	2	4	1	4	32
80	1	4	2	3	4	1	1	3	4	1	2	4	1	2	33
81	1	4	3	1	4	2	1	3	1	1	1	4	1	4	31
82	2	3	2	4	4	2	1	4	1	2	1	4	1	4	35
83	3	3	3	4	4	2	1	4	4	3	1	3	4	1	40
84	2	1	3	2	3	1	1	3	4	3	2	4	4	1	34
85	2	2	1	3	3	1	2	2	4	4	4	3	4	1	36
86	2	2	1	4	4	2	2	2	1	4	1	2	4	2	33
87	3	3	2	2	3	2	2	1	1	1	2	2	1	2	27
88	3	3	2	4	3	1	3	1	1	4	2	2	3	3	35
89	1	1	3	3	3	2	3	1	3	2	2	1	3	3	31
90	2	1	3	4	4	2	3	2	2	2	1	1	1	3	31
91	3	2	3	2	4	1	4	2	3	1	1	1	1	3	31
92	4	2	4	4	3	1	4	2	1	1	1	1	1	4	33
93	4	2	1	2	3	2	3	1	1	3	2	2	1	4	31
94	2	3	2	3	2	1	2	1	2	2	2	3	1	4	30
95	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	3	4	4	35
96	3	3	2	4	1	1	1	2	1	3	1	4	4	2	32
97	3	3	2	4	3	1	1	1	4	3	1	4	4	3	37
98	3	2	2	3	4	2	1	2	4	4	2	4	1	3	37
99	2	3	3	4	2	1	1	3	1	4	2	4	1	3	34
100	2	3	1	2	3	2	2	3	1	4	2	2	1	3	31
101	3	2	2	4	3	2	2	1	4	1	2	1	1	1	29
102	4	1	4	3	2	2	1	1	4	1	2	1	1	1	28
103	2	4	3	4	4	1	1	1	1	1	1	2	3	3	31
104	2	3	3	2	3	2	2	2	4	1	1	2	1	4	32
105	3	3	3	4	4	2	3	2	1	3	2	2	3	4	39
106	2	3	2	2	3	1	1	2	4	3	2	1	1	4	31
107	3	2	2	4	2	1	1	1	4	3	2	3	1	2	31
108	2	2	2	3	3	1	1	1	1	3	2	3	3	3	30
109	3	4	3	4	3	2	2	2	4	1	2	3	1	3	37
110	2	4	3	3	4	2	2	3	1	1	1	3	3	3	35
111	3	2	4	4	4	2	2	3	1	1	1	4	1	1	33
112	2	3	4	3	4	1	3	2	4	1	2	4	2	1	36
113	3	4	3	4	2	1	2	1	1	1	2	1	2	3	30
114	3	3	2	3	3	2	4	3	4	2	3	2	2	3	39

115	2	2	1	4	4	2	2	4	4	2	3	3	3	3	39
116	1	3	1	3	3	1	3	4	4	2	4	4	3	3	39
117	2	3	2	1	3	2	3	1	1	1	2	2	1	2	26
118	2	1	2	4	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	24
119	3	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	4	23
120	3	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	3	23
121	4	3	3	4	1	1	1	1	3	2	2	1	1	3	30
122	3	2	3	1	1	3	1	2	4	2	1	1	2	3	29
123	1	4	3	4	4	3	1	2	4	4	2	1	3	3	39
124	1	3	3	1	4	3	2	2	1	4	1	4	3	4	36
125	4	3	4	2	4	2	2	3	1	4	1	4	4	2	40
126	1	3	4	4	4	2	2	3	4	2	2	4	3	3	41
127	2	4	3	2	3	4	1	3	1	2	2	2	1	1	31
128	2	3	2	1	3	3	1	1	1	2	2	2	1	3	27
129	2	3	2	2	3	3	1	1	4	1	1	2	1	4	30
130	2	3	2	2	3	2	4	2	4	1	1	3	2	2	33
131	1	2	1	2	4	1	4	2	4	1	1	3	1	4	31
132	2	1	4	3	3	1	4	2	1	2	2	4	1	3	33
133	1	1	4	3	3	4	3	3	1	3	3	4	2	3	38
134	1	3	4	3	3	1	4	1	2	3	3	2	3	3	36
135	3	3	2	4	3	1	1	1	2	3	2	2	3	4	34
136	3	4	2	1	1	2	2	2	3	1	2	2	3	3	31
137	2	4	3	3	2	4	4	2	3	1	2	2	1	3	36
138	3	3	1	3	3	2	2	3	3	1	2	2	3	3	34
139	2	3	2	3	2	1	1	2	2	3	1	2	1	3	28
140	2	3	3	4	2	1	1	2	1	2	1	3	1	3	29
141	3	4	2	3	3	4	1	2	1	1	1	4	4	4	37
142	3	2	2	3	3	1	1	2	1	1	2	4	4	3	32
143	3	2	3	2	1	4	2	2	1	1	2	4	3	2	32
144	1	3	2	2	1	3	2	4	3	2	1	2	4	3	33
145	4	3	3	3	1	3	2	1	1	2	4	2	3	3	35
146	4	2	3	3	1	3	1	1	3	2	1	1	3	3	31
147	3	2	2	3	3	2	1	2	1	3	1	1	1	2	27
148	2	2	2	3	2	2	4	1	1	3	1	1	1	2	27
149	2	1	1	1	2	1	4	1	1	3	1	3	3	4	28
150	1	1	1	1	3	1	4	1	1	4	1	3	3	4	29
151	2	3	4	3	1	1	1	1	2	4	2	2	3	4	33
152	2	3	4	2	1	3	1	1	2	4	2	2	3	2	32
153	3	1	2	2	2	1	3	1	2	2	2	3	1	3	28
154	2	3	4	2	2	1	1	1	2	2	2	3	4	3	32
155	2	3	3	3	2	2	2	2	2	1	2	4	1	3	32
156	3	2	2	3	1	1	2	2	3	1	4	4	4	3	35
157	2	2	2	2	1	1	3	2	3	3	2	2	1	4	30

158	1	3	3	1	4	1	3	3	3	1	1	2	1	3	30
159	2	3	3	2	4	3	1	2	3	1	1	2	1	3	31
160	2	2	2	1	3	3	1	3	1	3	3	1	2	3	30
161	2	3	2	4	4	3	2	2	1	1	2	1	2	4	33
162	1	3	3	4	1	3	2	1	1	1	4	1	3	4	32
163	2	2	2	4	4	1	1	1	4	1	4	1	3	4	34
164	1	1	3	1	4	1	1	3	4	2	3	1	4	3	32
165	1	1	3	1	1	1	1	4	4	2	3	4	4	3	33
166	3	3	2	3	1	1	1	4	4	1	2	4	1	3	33
167	1	1	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	1	3	24
168	2	1	2	3	2	1	1	4	1	1	2	2	1	4	27
169	3	3	2	3	1	1	4	2	3	2	1	3	1	3	32
170	1	3	2	1	1	1	4	1	1	2	1	3	1	3	25
171	2	3	3	1	1	1	4	1	2	2	1	3	4	4	32
172	2	2	3	3	4	1	1	4	2	2	3	4	2	3	36
173	3	2	4	4	4	1	2	3	4	3	1	4	2	4	41
174	3	1	1	2	4	4	3	1	4	3	1	1	1	4	33
175	3	1	4	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	4	25
176	2	4	4	2	1	4	3	2	4	4	3	2	3	4	42
177	2	4	1	2	2	1	3	2	4	3	4	2	3	3	36
178	2	4	3	2	2	3	1	2	1	2	4	2	3	4	35
179	3	3	3	2	2	3	3	3	1	4	2	3	4	3	39
180	4	1	3	3	3	1	3	3	1	4	1	4	4	3	38
181	4	4	2	2	3	1	3	3	4	4	2	3	4	3	42
182	4	3	2	4	4	3	1	4	4	3	1	1	1	4	39
183	2	2	3	4	4	1	1	4	4	3	3	1	3	3	38
184	1	3	3	1	4	2	1	4	4	1	1	1	3	3	32
185	1	1	1	2	3	2	4	1	4	1	1	4	3	4	32
186	2	3	1	3	3	1	4	2	4	1	2	4	4	4	38
187	2	3	2	4	4	2	1	2	1	1	3	1	3	1	30
188	4	4	3	4	3	2	1	1	1	1	3	1	1	3	32
189	3	3	3	1	4	1	1	1	1	1	3	1	3	4	30
190	3	2	2	2	3	2	4	1	1	1	1	4	2	4	32
191	3	2	3	3	4	2	4	3	1	2	1	4	1	3	36
192	2	1	2	3	4	1	4	4	2	2	1	1	1	4	32
193	2	1	2	3	3	1	3	4	2	2	2	4	1	3	33
194	4	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	4	39
195	3	3	2	2	3	3	2	3	4	4	2	2	1	3	37
196	3	3	1	2	3	1	2	3	2	2	1	1	2	3	29
197	3	3	2	3	3	3	1	3	2	4	2	4	1	4	38
198	2	3	3	3	4	2	1	1	3	1	1	2	4	4	34
199	2	4	2	2	4	1	2	1	1	1	1	4	4	4	33
200	1	4	2	2	4	2	2	1	1	1	1	1	3	3	28

201	3	1	2	3	4	2	1	1	3	2	2	4	1	4	33
202	2	1	4	4	3	1	4	1	2	2	1	4	1	3	33
203	2	3	3	4	4	1	4	1	2	2	1	1	1	4	33
204	3	3	2	4	1	1	3	1	3	1	3	4	1	3	33
205	3	4	2	1	3	1	3	1	1	1	1	1	4	3	29
206	1	4	1	2	3	4	3	2	2	2	3	2	1	3	33
207	3	2	3	3	3	4	1	2	1	1	3	1	1	4	32
208	2	1	4	3	4	3	2	3	1	1	3	2	2	3	34
209	2	1	3	4	4	2	2	3	1	2	1	4	2	3	34
210	2	1	2	4	1	3	2	3	1	2	3	1	3	4	32
211	2	2	2	4	1	3	1	1	2	2	2	4	2	4	32
212	1	2	4	3	2	2	1	1	2	1	3	4	2	2	30
213	3	2	2	4	2	1	4	1	2	1	1	2	1	1	27
214	3	1	3	2	4	1	1	2	2	2	2	4	4	2	33
215	3	3	3	3	4	1	4	2	4	1	1	1	3	4	37
216	1	3	3	3	2	2	1	2	4	1	2	4	1	4	33
217	1	2	2	2	2	4	2	2	4	2	1	1	1	3	29
218	2	3	4	2	4	2	2	1	3	2	1	1	4	4	35
219	2	2	4	1	4	1	2	1	3	1	2	2	2	4	31
220	3	2	4	2	2	1	3	2	3	3	1	1	3	3	33
221	3	4	1	3	3	1	3	2	3	1	2	1	1	3	31
222	4	3	1	4	3	2	3	1	1	3	1	3	1	3	33
223	2	1	3	3	3	2	1	3	1	4	1	1	1	4	30
224	2	4	2	2	1	2	1	1	1	4	1	1	2	4	28
225	1	4	2	3	4	2	1	4	2	1	3	2	2	3	34
226	1	1	1	3	2	3	1	1	2	3	2	3	1	3	27
227	2	2	3	3	4	2	3	4	3	1	1	2	4	3	37
228	2	2	2	4	3	4	2	1	3	1	3	3	1	3	34
229	1	4	2	4	3	4	2	2	2	4	3	1	4	4	40
230	3	4	1	4	3	4	2	1	4	4	1	3	4	4	42
231	3	4	1	1	4	1	1	1	1	1	2	1	1	3	25
232	3	3	3	1	3	2	1	1	4	4	2	3	1	3	34
233	3	2	3	2	3	2	4	2	1	1	1	1	1	4	30
234	2	3	4	2	3	1	1	1	1	4	2	4	1	3	32
235	2	1	4	2	4	1	1	3	1	3	1	2	1	3	29
236	2	2	2	2	2	4	2	1	1	1	1	2	1	4	27
237	2	3	1	3	2	2	2	4	4	1	3	4	3	3	37
238	1	2	2	3	3	2	3	1	2	2	2	4	2	1	30
239	1	3	4	4	4	4	3	4	2	1	2	1	4	3	40
240	1	1	2	4	4	1	1	1	2	4	1	2	1	1	26
241	2	3	4	4	3	4	1	1	4	3	3	2	4	1	39
242	4	3	3	3	3	4	2	1	3	1	3	1	4	4	39
243	1	1	3	4	3	2	2	2	3	1	4	3	1	3	33

244	2	3	4	4	4	1	2	2	2	3	1	2	4	3	37
245	2	2	2	1	4	4	4	1	2	2	2	2	1	4	33
246	3	1	2	2	4	1	2	2	1	2	1	4	4	3	32
247	3	1	2	1	3	1	1	1	1	1	4	2	1	4	26
248	3	2	1	1	4	2	4	1	3	1	1	1	1	4	29
249	1	2	2	3	3	2	4	2	4	1	1	1	4	3	33
250	2	4	3	4	4	1	1	2	1	2	2	2	1	4	33
251	1	4	3	3	4	2	1	2	2	2	1	2	4	3	34
252	2	3	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	3	25
253	2	3	2	3	3	2	3	1	1	1	4	1	1	1	28
254	2	4	3	4	2	1	1	1	1	2	3	1	1	3	29
255	1	1	1	4	2	1	3	1	2	1	3	2	1	3	26
256	3	1	4	2	2	1	3	1	2	2	1	2	4	4	32
257	3	3	4	3	3	2	1	4	4	2	3	4	4	1	41
258	1	3	2	1	3	2	4	2	4	2	3	3	3	4	37
259	2	2	2	2	4	2	1	4	2	1	2	3	3	1	31
260	4	2	2	1	4	2	1	4	2	1	1	2	3	4	33
261	3	2	3	1	2	4	4	2	2	4	1	2	2	1	33
262	2	2	1	4	1	3	1	2	3	4	1	1	4	1	30
263	3	1	2	3	1	3	1	3	3	4	2	1	3	3	33
264	3	3	3	3	2	3	4	1	1	1	1	3	4	3	35
265	3	1	3	4	2	3	4	3	1	4	1	1	4	3	37
266	2	1	2	4	4	2	4	1	4	1	1	3	1	2	32
267	3	3	4	3	4	1	1	3	4	1	1	2	3	3	36
268	3	3	4	3	4	1	1	2	4	4	2	3	1	4	39
269	4	4	1	4	3	2	4	2	1	4	1	1	1	2	34
270	2	1	2	3	3	1	4	3	1	2	4	1	3	3	33
271	2	3	3	3	1	2	1	4	1	2	2	1	4	1	30
272	1	4	4	1	2	2	1	4	1	1	4	3	1	2	31
273	1	1	2	3	1	2	4	1	1	1	2	1	4	1	25
274	2	4	2	4	2	1	4	1	2	2	2	2	1	1	30
275	2	4	1	4	3	1	1	1	3	1	4	1	1	2	29
276	3	3	2	2	3	1	1	1	3	1	2	2	2	2	28
277	3	2	4	2	2	2	2	1	3	1	2	2	1	1	28
278	3	2	4	3	3	4	2	2	3	2	2	1	4	1	36
279	1	3	3	4	3	3	1	2	3	3	3	2	1	3	35
280	1	3	4	2	4	4	1	1	4	3	4	1	4	4	40
281	2	2	1	3	4	4	2	1	4	3	2	1	1	3	33
282	2	2	3	4	3	3	2	1	4	3	1	1	3	3	35
283	2	1	3	3	4	1	1	3	4	3	1	2	3	4	35
284	3	1	3	4	4	2	1	2	1	4	2	2	1	4	34
285	3	3	1	3	4	1	4	1	1	1	1	1	1	4	29
286	3	3	1	3	4	2	4	4	1	3	2	1	1	4	36

287	4	2	3	3	2	2	4	4	4	4	2	2	3	4	43
288	1	2	2	2	2	1	2	1	1	4	1	2	1	4	26
289	1	3	2	4	2	1	2	2	1	3	1	1	1	3	27
290	2	3	2	4	3	1	1	2	4	1	2	1	1	4	31
291	2	3	2	4	3	1	1	2	4	4	2	2	3	3	36
292	2	2	2	4	2	3	4	1	1	3	1	2	1	4	32
293	3	2	4	3	2	4	4	1	4	1	1	1	3	3	36
294	4	2	4	3	1	3	4	1	2	4	2	2	3	4	39
295	4	2	3	2	4	2	2	3	2	3	1	1	4	3	36
296	4	1	3	2	2	2	2	4	1	2	1	2	1	4	31
297	4	1	3	3	2	1	2	4	1	1	2	1	1	3	29
298	2	2	1	3	2	2	1	1	1	2	1	2	4	4	28
299	3	2	2	4	3	1	1	4	3	1	2	3	4	4	37
300	3	3	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	23
301	3	3	2	3	3	1	1	1	3	1	1	2	2	3	29
302	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1	1	3	1	4	29
303	2	3	2	3	3	1	2	3	1	2	1	3	3	4	33
304	2	2	3	3	2	2	1	1	3	1	3	2	1	3	29
305	3	3	3	3	2	1	2	1	1	2	1	3	1	4	30
306	3	2	3	3	3	2	2	1	3	1	1	3	1	3	31
307	2	3	2	3	2	2	1	1	1	1	3	2	3	4	30
308	2	3	3	3	3	2	1	1	2	1	1	3	1	3	29
309	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	3	3	1	4	32
310	3	3	2	3	3	1	1	3	3	2	1	1	2	3	31
311	2	3	3	3	3	2	1	2	1	1	1	1	1	4	28
312	3	4	3	3	3	1	1	1	1	1	3	1	3	4	32
313	2	3	1	3	3	1	1	2	3	1	1	1	1	4	27
314	2	2	3	3	2	1	2	1	1	2	3	4	1	3	30
315	2	3	3	3	3	1	2	2	1	1	3	1	2	3	30
316	3	1	3	3	3	1	1	1	1	2	1	3	1	3	27
317	3	3	1	3	3	1	1	1	2	2	3	2	1	4	30
318	3	3	3	1	2	1	3	2	1	1	1	1	4	3	29
319	3	3	3	3	2	3	1	1	1	2	3	3	1	4	33
320	3	3	1	3	2	1	3	2	1	2	1	3	3	4	32
321	3	3	3	1	2	1	1	1	3	1	1	2	1	3	26
322	1	3	3	3	2	1	3	2	1	2	3	1	2	4	31
323	3	3	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	4	3	26
324	3	3	3	3	3	1	1	1	3	1	3	2	1	4	32
325	1	3	3	3	2	3	3	2	1	2	1	1	4	3	32
326	3	3	1	3	2	1	3	1	1	2	3	1	1	4	29
327	3	3	3	1	2	1	3	1	2	1	1	1	1	3	26
328	3	3	2	3	2	1	3	2	1	2	1	2	2	4	31
329	1	3	3	3	3	1	3	1	2	1	1	1	1	3	27

330	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	2	1	1	3	28
331	3	3	2	3	2	1	3	2	1	2	1	1	2	3	29
332	3	3	3	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	3	28
333	3	2	3	3	2	1	3	1	1	1	2	4	4	3	33
334	3	3	1	3	3	1	1	2	3	1	2	1	1	3	28
335	3	3	3	3	2	2	3	3	1	1	1	4	4	3	36
336	3	3	1	3	3	1	1	1	1	3	2	1	1	2	26
337	4	3	3	3	2	1	3	1	1	1	1	4	4	3	34
338	3	2	1	3	3	1	1	1	3	1	3	1	1	2	26
339	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	1	1	4	3	33
340	4	3	1	3	3	2	3	1	1	2	4	1	1	2	31
341	3	1	3	3	2	1	2	1	1	1	1	1	3	3	26
342	3	3	3	3	3	1	3	1	2	1	1	1	1	3	29
343	4	3	1	3	3	1	3	1	1	1	4	3	1	2	31
344	3	1	3	3	2	2	1	3	3	2	1	1	1	3	29
345	3	2	3	3	2	1	3	3	1	1	4	2	1	3	32
346	4	3	2	3	3	3	2	1	3	1	1	1	2	2	31
347	3	2	3	3	3	1	2	1	1	1	4	2	1	3	30
348	1	3	3	3	2	3	1	3	3	2	4	1	3	3	35
349	3	3	2	3	3	3	2	1	1	1	1	2	1	2	28
350	3	2	3	3	3	3	1	3	3	2	4	1	1	3	35
351	3	3	3	4	3	1	1	1	1	1	1	2	3	3	30
352	1	3	2	3	2	3	2	1	2	3	4	1	4	2	33
353	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	2	1	3	29
354	3	3	3	4	2	3	2	1	1	3	1	1	1	2	30
355	3	2	3	4	3	3	2	3	2	1	3	1	1	3	34
356	3	3	2	3	2	1	1	1	1	3	1	2	4	3	30
357	3	3	3	4	3	1	2	3	2	1	3	1	1	3	33
358	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	3	1	3	3	29
359	3	3	3	3	2	1	2	3	1	3	3	2	1	3	33
360	3	3	3	4	3	1	1	1	2	1	1	1	3	3	30
361	3	3	2	3	3	2	2	3	1	1	3	2	1	4	33
362	3	3	3	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	27
363	3	4	3	3	2	1	1	1	3	4	3	2	3	4	37
364	2	3	3	4	3	1	2	1	1	1	2	1	1	3	28
365	3	3	3	3	2	2	1	2	3	4	1	1	1	4	33
366	3	3	3	4	3	1	1	2	1	1	2	2	3	4	33
367	2	3	2	3	3	1	1	2	3	1	2	1	1	3	28
368	1	3	3	3	3	2	1	1	1	1	2	1	1	4	27
369	3	3	3	3	2	1	2	2	1	4	1	1	1	4	31
370	3	3	3	3	3	1	2	2	3	4	2	3	3	4	39
371	3	3	3	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	4	28
372	3	3	3	3	2	1	1	2	1	1	2	1	2	3	28

373	3	3	2	3	3	1	2	1	1	1	2	4	1	3	30
374	3	3	3	4	2	1	2	2	2	1	1	4	2	3	33
375	3	3	3	3	3	1	1	2	2	4	1	1	4	3	34
376	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	28
377	3	3	3	3	3	1	1	2	2	4	1	1	1	1	29
378	1	3	2	4	2	2	2	1	2	1	2	1	3	3	29
379	3	2	3	3	2	1	2	2	1	4	2	2	3	1	31
380	1	3	3	3	3	1	1	1	2	1	1	1	1	4	26

Varianza	0.7	0.9	0.8	0.9	0.9	0.9	1.2	0.9	1.4	1.1	0.9	1.2	1.4	0.7
----------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

(Número de ítems) K	13.0
$\sum V_i$	26.9
Vt	11.0

	1.1
Sección 2	0.6
Absoluto	0.7
$\infty$	0.7

## Anexo

## Resultados de la prueba piloto.

N.º	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	Total
1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	3	23
2	2	4	3	4	3	3	1	1	4	2	4	1	1	3	36
3	3	2	3	4	3	2	1	1	4	1	2	2	1	3	32
4	2	1	1	3	4	1	4	1	1	1	1	2	1	3	26
5	2	4	1	4	2	1	1	1	1	2	1	1	1	4	26
6	2	2	1	3	4	1	1	1	4	1	2	1	1	3	27
7	2	3	3	4	3	1	4	1	1	1	1	1	1	3	29
8	2	1	3	4	4	1	1	1	4	1	1	1	1	1	26
9	2	2	2	4	3	4	4	1	1	1	3	4	1	1	33
10	4	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	25
11	3	3	3	4	3	3	1	1	1	1	3	2	4	3	35
12	4	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	3	24
13	1	2	2	4	3	1	1	1	2	1	1	1	1	3	24
14	2	2	4	4	3	2	3	1	3	2	3	2	1	3	35
15	3	3	2	2	2	1	4	3	2	3	2	4	2	3	36
16	4	2	3	1	1	2	1	2	1	2	2	2	3	4	30
17	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	24
18	3	2	3	4	3	4	2	2	4	1	1	4	4	3	40
19	3	3	3	3	2	2	1	2	4	2	2	4	2	3	36
20	3	1	3	3	2	3	1	1	3	2	2	1	1	4	30
Varianza		0.9	0.8	1.0	0.9	1.1	1.0	0.3	1.0	0.4	1.0	1.0	1.0	0.6	

<b>(Número de Ítems) K</b>	13
<b><math>\Sigma V_i</math></b>	26.3
<b>Vt</b>	11.0
<b>Sección 1</b>	1.1
<b>Sección 2</b>	0.6
<b>Absoluto</b>	0.7
<b><math>\infty</math></b>	0.7

## Anexo

### Requisitos de inspección de la municipalidad

#### REQUISITOS PARA INSPECCIONES DE RIESGO ALTO Y MUY ALTO

##### Edificación :

- El establecimiento debe estar completamente implementado para la actividad a desarrollar.
- No debe encontrarse en proceso de construcción, debe contar con los servicios básicos , contar con el mobiliario básico e instalado en los lugares correspondientes.

##### RIESGO DE INCENDIO

- Los medios de evacuación (pasadizos, escaleras, accesos y salidas) presentan un ancho mínimo de 1.20, libre de obstáculos.
- Los materiales o productos deben estar almacenados en forma segura sin obstruir las vías de evacuación.
- Debe contar con señalización de seguridad ( direccional de salida, salida , zona segura en caso de sismo, riesgo eléctrico , pozo a tierra, extintores, aforo, otros)
- Luces de emergencia operativas
- Las puertas que se usan como medio de evacuación las personas deben abrirse en sentido de salida y no presentar obstáculos. Si el aforo es mayor a 100 personas, debe contar con barra antipático.
- No colocar material combustible ( papel, madera, balones de gas, cartones, etc) debajo de las escaleras que sirvan como medios de evacuación.
- Las escaleras cumplen con las normas en cuanto a pasos , contrapasos, descansos y barandas correspondientes al tipo de edificación, altura y continuidad.
- El tablero eléctrico debe ser de metal o resina, con mandil, en buen estado con interruptores termo magnéticos adecuados e interruptor diferencial y tapas de reserva. No usar llave cuchilla.
- Cuenta con circuito eléctrico para cada interruptor termo magnético.
- Utilizar cables vulcanizados en instalaciones permanentes. No cables mellizos.
- Los interruptores y tomacorrientes deben estar en buen estado. No sobrecargarlos con extensiones.
- Los establecimientos con gran afluencia de personas deben contar con instalaciones eléctricas del tipo no propagador del incendio , con baja emisión de humos , libres de halógenos y ácidos corrosivos.
- La alimentación eléctrica de la bomba de agua contra incendios es independiente.
- Contar con extintores operativos (mínimo de 6 kgs) y en cantidad adecuada de acuerdo al riesgo existente. Los restaurantes deben contar con extintor tipo K (acetato de potasio ) **obligatorio** en la cocina. **Presentar certificado de operatividad.**
- Los extintores deben estar colocados a 1.50 Mts de altura, ubicados en lugares visibles. Si están a la intemperie será dentro de su gabinete.
- En el caso de restaurante Los balones de gas de hasta 25 Kg. Deben contar con mangueras y válvula en buen estado. Lejos de fuentes de calor y de los circuitos eléctricos. No en vía pública. Deben estar colocados en lugares ventilados.
- Las instalaciones de GLP que utilizan cilindros mayores a 25Kg. tienen tuberías de cobre y fierro galvanizado.
- En caso de contar con elementos estructurales de madera, deben estar protegidas con sustancias retardantes de fuego.
- Debe contar con sistema de protección contraincendios a base de agua en función al tipo de edificación , área , altura y clasificación de riesgo. **Presentar protocolo de operatividad y mantenimiento.**
- Instalar / realizar mantenimiento al sistema de rociadores **Presentar protocolo de operatividad y mantenimiento.**

- Debe contar con un sistema de detección y alarma de incendios centralizado operativo los establecimientos de alta concurrencia mayores a 100MT2 de área techada. Lo mismo para oficinas administrativas mayores a 280 Mts2 de planta techada, centros de salud de dos o mas pisos y hospedaje. Si las oficinas tienen más de 5 niveles incluir sistema de rociadores y red húmeda. Presentar su certificado de operatividad.
- Los establecimientos de gran afluencia de personas y/o de dos o más pisos deben contar con una o más salidas de emergencia alternas.
- Las mercancías deben ser almacenadas en función al riesgo y exhibir en lugares visibles las características del producto y guía de respuesta a emergencias.
- Retirar el material de cierre o acabados que tengan riesgo inflamable o tóxico.

#### RIESGO DE COLAPSO

- La edificación no debe presentar severo deterioro en paredes, columnas, techos o vigas.
- (Humedad, rajaduras, grietas, inclinaciones, otros)
- Las estructuras de madera deben estar protegidas del calor/ fuego y de insectos xilófagos. Aplicar la sustancia retardante de fuego y presentar su certificado y declaración jurada simple.
- Las estructuras de acero deben ser estables. Los apoyos, uniones y anclajes son seguros.

#### Otros riesgos vinculados a la actividad.-

- el tablero eléctrico debe tener puesta a tierra. Presentar certificado de medición de resistencia del pozo a tierra firmado por un ingeniero electricista o mecánico electricista colegiado y habilitado. Dicho certificado debe tener vigencia anual.
- El tablero eléctrico debe tener los circuitos identificados y estar libres de cualquier elemento por lo menos a un metro de estos.
- Los artefactos y equipos eléctricos deben tener enchufes con espiga de puesta a tierra así como los tomacorrientes.
- Los conductores eléctricos y cables deben estar protegidos con tubos o canaletas de PVC.
- Las cajas de paso deben contar con tapas
- Los pisos deben estar parejos, contar con antideslizantes, barandas y pasamanos si es necesario en caso de escaleras.
- Todo elemento de vidrio/ espejo deberá estar laminado (4 micras) o ser vidrio templado. Presentar su certificación.
- Colocar iluminación de emergencia cerca del tablero eléctrico.
- En caso de restaurantes, presentar Cronograma de limpieza de ducto de Chimenea.
- Botiquín implementado.
- Presentar Planos de Arquitectura, Señalización y Evacuación.
- Presentar el Plan de Seguridad. Manual de Ejecución de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones. (SEGURIDAD BASICA ANTE UN INCENDIO, SISMO, ASALTO, EVENTOS ADVERSOS, TFS, EMERGENCIA.)
- Actualizar los diagramas unifilares, planos de distribución de los tableros eléctricos y cuadro de cargas.
- Para edificaciones con giro de explosivos, artefactos pirotécnicos y otros afines: debe contar con sistema a prueba de explosión, si corresponde Ley 30299 y su reglamentación.

#### RENOVACION DE ITES.

- COPIA DE LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO.
- COPIA DE DNI.
- CERTIFICADO VENCIDO ITES.
- RECIBO DE PAGO DE ACUERDO A LA ESTIMACION DE RIESGO

Entrevista realizada al administrador (dueño) de la cevichería “Ají y limón” del distrito de Cieneguilla.

**1. ¿Tiene un proceso de planeación, organización, dirección y control de las actividades que su cevichería? de no ser así ¿considera importante que este se lleve a cabo para mejorar la productividad y brindar un servicio de calidad a los clientes?**

El administrador respondió que no aplica ninguno de estos procesos y desconoce totalmente de cada uno de los términos mencionados y su aplicación dentro de un negocio, menciono que, si es de mucha importancia, pero que nadie le había indicado hasta la actualidad realizar este tipo de propuesta para mejorar la productividad y la calidad del servicio que se brinda al cliente.

**2. ¿Tiene la cevichería Ají y limón una visión y objetivos, que permitan un crecimiento empresarial y laboral a sus administradores y empleados, si no los tiene considera usted importante que los tenga?**

El entrevistado menciono que en lo que va del negocio, no ha contado con este tipo de elementos, pero considera que si le asesora o se les capacita a estos temas estaría dispuesto a incrementarlos ya que pretende ir mejorando poco a poco la dirección del negocio, porque considera que esto ayudara a que el negocio sea sostenible a lo largo del tiempo.

**3. ¿Cómo considera el desempeño laboral que se realiza en la cevichería “Ají y limón”?**

El administrador considera que el desempeño laboral diario de él y el de sus empleados es bueno, ya que esmeran en preparar ceviches con mejor sazón posible para ofrecer al cliente, adicional a esto se esfuerzan por dar un mejor servicio los clientes que asisten a su establecimiento.

**4. ¿Considera que el número de empleados que tiene la cevichería “Ají y limón” es suficiente para brindar un servicio de calidad?**

El entrevistado menciona que realmente le hace falta personal, sobre todo los fines de semana y días festivos ya que el lugar se llena y no se alcanza a atender de la mejor manera a los clientes con el personal que se tiene, sin embargo, comenta que se trata de hacer lo mejor posible y que ha considerado aumentar el personal en un periodo no muy lejano.

**5. ¿Considera que los servicios con los que dispone la cevichería “Ají y limón” son suficiente para brindar un servicio de calidad?**

El entrevistado respondió que por el momento los servicios de los que disponemos no son muchos y comenta que ha perdido que hacen falta otros servicios adicionales que el visitante necesita a la hora de servirse un ceviche en el local.

**6. ¿Qué características de los servicios cree usted que son más importantes para el cliente?**

**¿Por qué?**

El administrador considero que entre las características más importantes es el respeto y la amabilidad que tienen las personas hacia la otra, ya que menciona, que sin esto no puede haber una buena comunicación entre vendedor y comprador.

**7. ¿Considera que el cliente se siente satisfecho con la atención que brinda el personal de la cevichería “Ají y limón” ¿por qué?**

El entrevistado nos dice que se le da mejor atención al cliente, pero que muchas veces este no se va del todo satisfecho debido a los diferentes tipos de clientes que llegan, además considera que el personal no está formado en el aspecto pero que si le gustaría prepararlos para mejorar la atención en todos sus aspectos.

**8. Cuando se ha tenido algún inconveniente o requerimiento de un cliente en la cevichería “Ají y limón” ¿Se han resuelto los problemas de manera rápida y eficaz por parte de personal de servicio?**

Pues por lo general si se han tenido problemas, pero han sido muy pocos mencionan el administrador, y se los ha resuelto de manera rápida por parte del personal, señala que los requerimientos si son atendidos con menos rapidez debido a las múltiples actividades que realizan los colaboradores, pero se les indica que lo hagan de la manera más rápida posible.

**9. Las facilidades, servicios higiénicos, parqueo espacio de las mesas y ambiente que posee la cevichería “Ají y limón” según su criterio ¿son adecuados para el cliente? ¿por qué?**

El administrador indico que las facilidades con las que cuentan actualmente no son adecuadas para el cliente, ya que manifiesta que hacen falta espacios y se debe mejorar la infraestructura y fachada, además de acuerdo al ambiente, considera que las instalaciones se deben ampliar para que el cliente perciba una mejor calidad y se sienta satisfecho.

**10. ¿Qué alternativa propondría para mejorar al servicio a sus clientes?**

El entrevistado indico que tiene varias alternativas, entre estas ampliar la instalación del negocio que le permita mejorar la imagen del local, además de aumentar nuevos servicios y organizar adecuadamente a los colaboradores ya que según su opinión esto permitirá crecer en el negocio.

