



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**“Propuesta de mejora para el servicio de entrega a domicilio en la Pollería Carbón y
Punto, Surquillo 2024”**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Dirección de Negocios Globales

PRESENTADO POR:

Paz Colan, Katherine Marlene - Dirección de Negocios Globales

ASESOR

Espinoza Rua, Celes Alonso

LIMA, PERÚ

2024

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Espinoza Rua, Celes Alonso

MIEMBROS DEL JURADO

Villacorta Calderón, Mario Edwin

Rodríguez Cornejo, Guido Dionicio

Felipa Huamán, Félix Fernando

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, **Katherine Marlene Paz Colan**, identificada con DNI N° **72467435** perteneciente al Programa de Dirección de Negocios Globales, siendo mi asesor el Sr Celes Alonso Espinoza Rua, identificado (a) con DNI N° 42750231, y cuyo código ORCID es 0000-0001-5324-7945.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

- a) Soy la autora del documento académico titulado **“Propuesta de mejora para el servicio de entrega a domicilio en la Pollería Carbón y Punto, Surquillo 2024”**.
- b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.
- c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 13% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.
- d) Declaro conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 09/03/2024



Firma de la autora



Huella



Firma del asesor



Huella

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INFORMACIÓN GENERAL	10
Título del Proyecto.....	10
Área estratégica de desarrollo prioritario	10
Actividad económica en la que se aplicaría la investigación	10
Alcance de la solución	12
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.1 Planteamiento del problema	13
1.2 Formulación del problema	20
1.3 Objetivos de investigación.....	22
1.4 Justificación de la investigación	23
1.5 Viabilidad de la investigación	28
1.6 Limitaciones de la investigación	30
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	32
2.1 Antecedentes	32
2.2 Bases teóricas.....	36
2.3 Definición de términos básicos	46
CAPÍTULO III: HIPOTESIS Y VARIABLES.....	48
3.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas	48
3.2 Operacionalización de variables.....	48
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	49
4.1 Diseño metodológico.....	49
4.2 Diseño muestral	49
4.3 Técnica de recolección de datos	50

4.4 Técnicas procesamiento de la información	51
4.5 Aspectos éticos	52
CAPÍTULO V: RESULTADOS	53
5.1 Análisis descriptivo	53
5.2 Análisis ligados a las hipótesis	63
CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN	64
6.1 Alcance esperado	64
6.2 Descripción de la propuesta de innovación.....	65
6.3 Diagnóstico situacional.....	65
6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora.....	76
6.5 Desarrollo del proyecto de innovación	83
6.6 Presupuesto	89
CONCLUSIONES.....	94
RECOMENDACIONES.....	94
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	94
ANEXOS	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 FODA de la pollería Carbón y Punto.....65

Tabla 2 Principal competidor.....73

Tabla 3 Benchmarking del competidor directo.....73

Tabla 4 Estimación del costo de la propuesta.....87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Proceso de control de calidad* 40

Figura 2 *Modelo general sobre la calidad de los servicios* 41

Figura 3 *El triangulo del servicio* 42

Figura 4 *Elementos de satisfaccion* 46

Figura 5 *Costumer Journey del Restaurante Carbón y Punto* 66

Figura 6 *Zona de Reparto* 70

Figura 7 *Packaging Utilizado para delivery* 70

Figura 8 *Producto completo y listo para entregarse al motorizado* 70

Figura 9 *Página Web de Carbón y Punto*..... 71

Figura 10 *Flujograma Propuesto*..... 75

Figura 11 *Propuesta de empaquetado para el delivery* 76

Figura 12 *Carta Digital* 76

Figura 13 *Muestra de WhatsApp Business actual del negocio*..... 77

Figura 14 *Imagen referencial de SMS*..... 79

Figura 15 *Imagen referencial de rastreo en línea*..... 79

Figura 16 *Propuesta de material visual*..... 70

Figura 17 *Propuesta de carta digital pdf* 83

Figura 18 *Propuesta de zona de reparto*..... 86

Figura 19 *Calendario de Actividades* 86

RESUMEN

El propósito de este proyecto consiste en elaborar e implementar una propuesta destinada a optimizar el servicio de entrega y atención ofrecido por la pollería Carbón y Punto. De esta manera, se busca potenciar el crecimiento y consolidación del negocio como líder en el competitivo mercado de alimentos de Lima Metropolitana. En este sentido, la meta principal de la empresa es perfeccionar aspectos clave de su servicio de entrega, tales como el tiempo de entrega, el proceso de atención al cliente, la gestión de pedidos y la presentación de su variada gama de productos. La compañía se encuentra inmersa en un contexto desafiante, marcado por la alta rotación de personal, el incremento de los precios de los insumos principales y la proliferación de nuevas empresas en el sector alimentario.

Palabras clave: Consolidación, atención al cliente, servicio de entrega.

ABSTRACT

The purpose of this project is to develop and implement a proposal aimed at optimizing the delivery service and customer attention offered by Carbón y Punto poultry. In this way, the aim is to enhance the growth and consolidation of the business as a leader in the competitive food market of Lima Metropolitana. In this regard, the company's main goal is to refine key aspects of its delivery service, such as delivery time, customer service process, order management, and presentation of its diverse range of products. The company finds itself immersed in a challenging context, marked by high staff turnover, rising prices of main inputs, and the proliferation of new companies in the food sector.

Keywords: Consolidation, customer attention, delivery service.

INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto

“Propuesta de mejora para el servicio de entrega a domicilio en la Pollería Carbón y Punto, Surquillo 2023”

Área estratégica de desarrollo prioritario

El tema de investigación, que se centra en la " Propuesta de mejora para el servicio de entrega a domicilio en la Pollería Carbón y Punto, Surquillo 2023", genera un aporte significativo en el contexto de la Tecnología Ambiental por las siguientes razones:

La administración estratégica de las solicitudes de pedido es de vital importancia para la optimización del servicio de delivery, lo que a su vez tiene un impacto significativo en la reducción del combustible y emisiones de gases.

Un procedimiento eficaz para la administración de órdenes ayudara a minimizar la producción de residuos innecesarios, como embalajes adicionales o entregas no planificadas, contribuyendo así a la reducción de residuos y a una gestión más sostenible de los recursos.

La adopción de tecnologías con el fin de la toma de pedidos puede incluir sistemas GPS que permiten una planificación más precisa y una asignación eficiente de recursos, lo que se alinea con el uso de tecnología verde para una gestión más sostenible.

Una gestión estratégica de pedidos puede fomentar la colaboración entre empresas locales, promoviendo la economía circular al compartir recursos y minimizar el desperdicio.

En síntesis, la implementación de mejoras propuesta no solo aborda la eficiencia en la gestión de pedidos, sino que también tiene un impacto positivo en términos ambientales al contribuir a minimizar la producción de desechos innecesarios y las prácticas más sostenibles, lo que lo convierte en un aporte significativo al Área de Tecnología Ambiental.

Se aplicaría la investigación "Análisis de Oportunidades en el Servicio de Entrega a Domicilio de la Pollería Carbón y Punto" está relacionada con el sector de la restaurantes y servicios de alimentos. En términos más específicos, se enfoca en el servicio de delivery de alimentos preparados, que es una parte integral de la industria de restaurantes.

El análisis de oportunidades en este contexto se centra en identificar y evaluar las posibilidades de crecimiento y mejora en la entrega a domicilio de alimentos por parte de la pollería Carbón y Punto. Esto incluye aspectos como la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente, la expansión del mercado y la competitividad en el sector de delivery.

La actividad de restaurantes creció en 47,65% por el dinamismo de tres de sus cuatro componentes como es el caso del grupo de restaurantes (63,59%), servicio de bebidas (88,54%), suministro de comida por encargo o catering (101,84%); así lo dio a conocer el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

Alcance de la solución

Optimización del servicio de entrega a domicilio en la Pollería Carbón y Punto.

1. Mejoras de Rutas de Entrega: Investigar sobre las rutas eficientes para garantizar entregas rápidas y a tiempo.
2. Mejora en la Comunicación: Establecer un sistema de comunicación efectiva con los clientes, proporcionando actualizaciones en tiempo real sobre el estado de sus pedidos y estimaciones precisas de entrega.
3. Calidad del Empaque: Asegurar que todos los pedidos estén empacados de manera segura y adecuada para mantener la calidad de los alimentos durante la entrega.
4. Capacitación del Personal de Entrega: Brindar capacitación continua al personal de entrega en servicio al cliente, manejo de alimentos y protocolos de seguridad.
5. Evaluación de la Competencia: Realizar análisis comparativos con competidores locales para identificar prácticas exitosas y oportunidades de mejora.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

A nivel internacional, el mercado de delivery a domicilio de comidas y bebidas es altamente competitivo. Numerosas empresas, desde cadenas de comida rápida hasta plataformas de entrega en línea, compiten por la primera opción de los consumidores. Esto puede dificultar la entrada y el crecimiento de negocios locales, como la Pollería Carbón y Punto, en este espacio altamente competitivo.

Además, las expectativas de los consumidores internacionales están en constante evolución. Los clientes esperan no solo una entrega rápida y precisa, sino también opciones de menú diversificadas, calidad constante de los alimentos y consideraciones éticas y ambientales, como la sostenibilidad de los envases y la reducción de residuos.

La situación problemática se centra en cómo la Pollería Carbón y Punto puede destacar en este mercado global altamente competitivo y responder a las cambiantes demandas de los consumidores internacionales. Esto requerirá estrategias efectivas de marketing, logística eficiente y la capacidad de adaptarse al cambio de los mercados emergentes en la entrega de alimentos.

Para el proyecto Aplicación de evaluación de oportunidades para mejorar el servicio de entrega a domicilio en la Pollería Carbón y Punto, en Surquillo durante el año 2023 podría incluir los siguientes aspectos:

1. Competencia Local: En el ámbito nacional, la pollería Carbón y Punto enfrenta competencia de otras pollerías y restaurantes que ofrecen servicios de delivery. La competencia puede ser intensa, y la pollería necesita encontrar formas de destacar y atraer a los clientes.
2. Cambios en los Hábitos de Consumo: el consumo de servicios de delivery han experimentado cambios, con un aumento en la demanda de opciones de delivery. Sin embargo, también puede haber cambios estacionales o influencias económicas que afecten la demanda delivery.
3. Logística y Eficiencia Operativa: La entrega a domicilio implica desafíos logísticos, como la gestión de tiempos de entrega, la calidad de los alimentos al llegar al destino y la eficiencia en el proceso de entrega. Los problemas en estas áreas pueden afectar la satisfacción del cliente.
4. Regulaciones y Cumplimiento: En el ámbito nacional, las regulaciones relacionadas con la seguridad alimentaria, los permisos y la calidad de los alimentos pueden ser rigurosas. Asegurarse de cumplir con todas las regulaciones es esencial para operar legalmente y mantener la confianza del cliente.
5. Opiniones de los Clientes: Las opiniones y reseñas de los clientes pueden influir en el crecimiento de un servicio de delivery. La pollería

debe prestar atención a la retroalimentación de los clientes y responder de manera efectiva a sus preocupaciones y expectativas.

El diagnóstico de la situación problemática en un contexto local para mejorar las entregas de comida a domicilio puede comprender los siguientes aspectos:

Congestión del Tráfico: Lima es conocida por su tráfico vehicular, lo que puede ocasionar retrasos en las entregas y afectar la puntualidad. La congestión del tráfico es una preocupación clave para garantizar entregas oportunas.

Dificultades de Estacionamiento: En áreas urbanas como Surquillo, encontrar estacionamiento puede ser complicado. Esto puede retrasar las entregas y dificultar la búsqueda de lugares adecuados para estacionar durante las entregas.

Calidad de la Carretera y Condiciones Climáticas: Las condiciones de las carreteras y el clima pueden influir en la eficiencia de las entregas. Las lluvias fuertes u obstáculos en las vías pueden afectar la velocidad y seguridad de las entregas.

Satisfacción del Cliente: Se deben analizar las opiniones y comentarios de los clientes para identificar áreas de mejora en cuanto a la calidad de la preparación de los platos, el servicio y la puntualidad de las entregas.

Eficiencia Operativa: Revisar la eficiencia de los procesos operativos internos, desde la preparación de los pedidos hasta la asignación de rutas de entrega, es esencial para optimizar la logística de entregas.

Capacitación del Personal de Entrega: Evaluar si el personal de entrega cuenta con la capacitación necesaria en servicio al cliente, manejo de alimentos y seguridad vial.

Tecnología y Rastreo de Pedidos: Considerar la implementación de tecnología para rastrear los pedidos en tiempo real y optimizar las rutas de entrega.

Competencia Local: Analizar la estrategia de la competencia local en cuanto a entregas a domicilio y buscar formas de destacar en el mercado.

El pronóstico para mejorar las entregas en el contexto local, en el distrito de Surquillo, Lima, podría incluir las siguientes previsiones:

1. Optimización de Rutas: Implementar sistemas de optimización de rutas para reducir tiempos de entrega y minimizar la congestión del tráfico en las calles de Surquillo.
2. Tecnología de Rastreo: Introducir una tecnología de rastreo en tiempo real para que tanto el cliente y el personal de seguimiento o puedan saber la ubicación exacta de los repartidores y el estado de los pedidos.
3. Entrenamiento Continuo: Proporcionar capacitación continua al personal de entrega para garantizar un servicio completo al cliente y mejorar la eficiencia en las entregas.

4. Flota de Entrega Eficiente: Actualizar y mantener regularmente la flota de vehículos de entrega para asegurar que estén en condiciones óptimas y cumplan con los estándares de emisiones.
5. Horarios Flexibles: Ofrecer horarios de entrega flexibles con el objetivo de cumplir las necesidades de nuestros clientes y disminuir los retrasos de entrega.
6. Sistema de Retroalimentación: Implementar un sistema de retroalimentación de clientes para recopilar comentarios y opiniones sobre la calidad del servicio.
7. Colaboración Local: Explorar oportunidades de colaboración con otros negocios locales para compartir recursos de entrega o promocionar ofertas conjuntas.
8. Promociones Estratégicas: Utilizar promociones y ofertas especiales durante los períodos de menor demanda para incentivar las entregas y aumentar la eficiencia operativa.
9. Sostenibilidad: Considerar la posibilidad de adoptar prácticas más sostenibles en las entregas, como vehículos eléctricos o bicicletas, para reducir la huella de carbono.

10. Evaluación Continua: Realizar evaluaciones mediante un check list para medir la eficacia de las mejoras implementadas.

Acciones de control para abordar la problemática de las entregas:

1. Supervisión Activa: Implementar un sistema de supervisión activa de los repartidores mediante GPS y aplicaciones de seguimiento para garantizar que sigan las rutas optimizadas y cumplan con los horarios de entrega.
2. Gestión de Flota: Mantener una gestión efectiva de la flota de entrega, incluyendo mantenimiento regular, programación de mantenimientos preventivos y reemplazo de vehículos cuando sea necesario para evitar problemas mecánicos que puedan retrasar las entregas.
3. Capacitación Continua: Ofrecer capacitación continua a los repartidores para mejorar la satisfacción del cliente, así como para lidiar con situaciones inesperadas durante las entregas.
4. Retroalimentación Inmediata: Establecer un sistema de retroalimentación inmediata donde los repartidores informen cualquier problema o retraso durante las entregas.

5. Monitoreo de Calidad: Realizar controles de calidad periódicos de los pedidos entregados para garantizar que cumplan nuestros estándares de calidad.
6. Sistema de Quejas y Soluciones: Implementar un sistema eficiente para recibir quejas de clientes y ofrecer soluciones rápidas, como reembolsos o reenvío de pedidos en caso de errores.
7. Gestión de Inventarios: Mantener un control riguroso de los inventarios de productos para evitar problemas de falta de stock que puedan causar retrasos en las entregas.
8. Comunicación Interna: Fomentar una comunicación efectiva entre el equipo de entrega y otros departamentos del restaurante para coordinar de manera eficiente las entregas.
9. Seguridad Vial: Promover prácticas de conducción segura entre los repartidores para reducir accidentes y garantizar la seguridad en las entregas.
10. Evaluación Periódica: Realizar evaluaciones del desempeño del área de despacho y del proceso en general para mejorar las estrategias según sea necesario.

1.2 Formulación del problema

Problema general

La gestión de entregas a domicilio en Carbón y Punto presenta deficiencias que impactan negativamente en la satisfacción del cliente y en la operatividad del restaurante. Esto se traduce en entregas tardías, errores en los pedidos, insatisfacción de los clientes y posibles pérdidas de ingresos.

Este problema general abarca una serie de desafíos específicos, como la falta de gestión en las rutas de entrega, la incorrecta gestión de la flota de repartidores, la insuficiente capacitación del personal de entrega, entre otros aspectos. Para abordar este problema general, es necesario realizar un análisis detallado y proponer soluciones específicas que mejoren la eficiencia y calidad de las entregas a domicilio en el restaurante.

Problemas específicos

Para abordar la situación problemática en el contexto local del restaurante Carbón y Punto, es importante identificar problemas específicos en las dimensiones clave relacionadas con el delivery. A continuación, se presentan problemas específicos según estas dimensiones:

1. Gestión de Rutas de Entrega:

Falta de optimización en las rutas de entrega, lo que resulta en tiempos de entrega prolongados.

Dificultad para coordinar múltiples entregas en un solo viaje, lo que aumenta los costos operativos y los tiempos estimados de entrega.

2. Flota de Repartidores:

Insuficiente número de repartidores para satisfacer la demanda de entregas en horas pico.

Falta de seguimiento y control sobre la ubicación y desempeño de los repartidores durante las entregas.

3. Capacitación del Personal de Entrega:

Falta de capacitación adecuada para los repartidores en cuanto a servicio al cliente, manejo de alimentos y normas de seguridad.

Desconocimiento de las políticas y procedimientos de entrega por parte del personal de reparto.

4. Gestión de Pedidos:

Errores en la toma de pedidos telefónicos o a través de la plataforma en línea, lo que resulta en pedidos incorrectos.

Dificultad para gestionar pedidos de gran volumen durante horas pico.

5. Satisfacción del Cliente:

Quejas frecuentes de los clientes debido a entregas tardías, pedidos incorrectos o mal estado de los alimentos.

Pérdida de clientes habituales debido a experiencias negativas con el servicio de entrega.

6. Tecnología y Plataforma de Pedidos:

Problemas técnicos con la plataforma de pedidos en línea, lo que dificulta la comunicación con los clientes y la gestión de los pedidos.

Falta de integración de sistemas que podría mejorar la eficiencia en la gestión de entregas.

1.3 Objetivos de investigación

Objetivo general

Mejorar significativamente el servicio de entrega a domicilio de la Pollería Carbón y Punto en el distrito de Surquillo, Lima, Perú, con el objetivo de mejorar la satisfacción del cliente., optimizar la eficiencia operativa y suba la rentabilidad del restaurante.

Este objetivo general se centra en la mejora integral del delivery para abordar los problemas identificados, lo que incluiría mejorar las rutas de entrega, mejorar la flota de repartidores, proporcionar capacitación adecuada al personal de entrega, implementar mejores prácticas en la gestión de pedidos y tecnología, y garantizar una mayor satisfacción del cliente en general.

Objetivos específicos

Dentro del contexto de esta investigación, se proponen los siguientes objetivos particulares:

1. Evaluar y optimizar las rutas de entrega para reducir tiempos y costos.
2. Realizar un análisis de la flota de repartidores para mejorar su eficiencia y capacidad de entrega.
3. Diseñar y llevar a cabo programas de capacitación para el personal de despacho con la finalidad de elevar la satisfacción del cliente.
4. Implementar prácticas avanzadas en la organización de pedidos, incluyendo un abastecimiento correcto de insumos y la coordinación de entregas.

5. Aplicar soluciones tecnológicas innovadoras, como aplicaciones móviles o programas de seguimiento en tiempo real, para agilizar el proceso de delivery.
6. Medir el grado de satisfacción del cliente respecto a las entregas a domicilio mediante de encuestas y retroalimentación continua.

1.4 Justificación de la investigación

Justificación teórica

El estudio se basa en varias teorías y conceptos relevantes en el campo de la logística, la administración de operaciones y la percepción del cliente. Estas teorías respaldan la necesidad de investigar y mejorar el servicio de delivery a domicilio en la Pollería Carbón y Punto y ofrecen un marco teórico sólido para la investigación. El aporte de esta investigación radica en aplicar estos conceptos teóricos a un contexto específico, Lima, Perú, y al restaurante mencionado, brindando soluciones prácticas para mejorar la entrega a domicilio. Algunas de las teorías y conceptos relevantes incluyen:

Teoría de la Logística: Esta teoría se centra en la eficiencia logística, incluyendo el transporte y la distribución de productos. La investigación se basa en esta teoría para mejorar la logística de las entregas.

Teoría de la Satisfacción del Cliente: Se parte de la idea fundamental de que la satisfacción del cliente es importante para el marketing indirecto del negocio. La investigación busca aplicar estrategias que mejoren la experiencia del cliente durante las entregas.

Teoría de la Gestión de Operaciones: Esta teoría se refiere a la planificación, organización y supervisión de los procesos de producción y entrega. El estudio se apoya en esta teoría para optimizar los procesos de delivery.

Teoría de la Tecnología en la Logística: El uso de tecnologías como aplicaciones móviles, sistemas de seguimiento y gestión de inventario se basa en esta teoría para mejorar la eficiencia en las entregas.

Teoría de la Calidad Total: Se busca aplicar principios de calidad total en las entregas, asegurando que los productos lleguen en óptimas condiciones y en el tiempo prometido.

El motivo esta investigación es la importancia de aplicar estos conceptos teóricos en la realidad de la Pollería Carbón y Punto. Mejorar el servicio de entrega a domicilio no solo beneficiará al restaurante, sino que también contribuirá a la satisfacción de los clientes y al crecimiento del negocio. El aporte principal será la implementación de mejora en soluciones de prácticas basadas en teorías sólidas que conduzcan a un servicio de entrega más eficiente y satisfactorio.

Justificación metodológica

La aplicación de métodos específicos que permitan obtener resultados prácticos y accionables. Algunas de las justificaciones metodológicas clave son las siguientes:

1. Encuestas a Clientes: La realización de encuestas a nuestros clientes actuales y potenciales de la pollería permite recopilar datos sobre sus preferencias, experiencias pasadas y expectativas con respecto al servicio de entrega. Esto proporciona información valiosa para identificar mejoras y ajustar el servicio de delivery de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes.
2. Análisis de Datos de Entregas Anteriores: Examinar datos históricos de entregas anteriores, como tiempos de entrega, incidencias y comentarios de los clientes, es esencial para identificar patrones y problemas recurrentes en el servicio. Esto respalda tomar las decisiones basadas en datos concretos.
3. Entrevistas con Personal de Entrega: Realizar entrevistas con el personal de entrega permite comprender los desafíos y obstáculos que enfrentan en su trabajo diario. Esto ayuda a identificar posibles mejoras en la eficiencia de las entregas.
4. Análisis de Costos y Rentabilidad: Evaluar los costos asociados con el servicio de entrega y compararlos con los ingresos generados es fundamental para determinar la rentabilidad del servicio. Esto respalda la toma de decisiones financieras informadas.
5. Benchmarking con Competidores: Comparar el servicio de entrega de la Pollería Carbón y Punto con el de sus competidores locales

proporciona una visión objetiva de cómo se encuentra en el mercado.

Esto ayuda a identificar áreas en las que se puede destacar.

6. Implementación de Pruebas Piloto: Realizar pruebas piloto de nuevas estrategias o mejoras en el servicio permite evaluar su efectividad antes de su implementación completa. Esto reduce el riesgo y asegura que las soluciones sean viables.

Justificación práctica

La contribución directa a la mejora del servicio de delivery en la Pollería Carbón y Punto, ubicada en el distrito de Surquillo, Lima, Perú. El aporte práctico se manifiesta en varios aspectos:

1. Mejora de la Experiencia del Cliente: Al identificar y abordar los problemas específicos relacionados con las entregas a domicilio, su objetivo es mejorar la experiencia del cliente. Esto se traduce en clientes más satisfechos y leales, lo que, a su vez, puede aumentar los ingresos y la reputación del restaurante.
2. Eficiencia Operativa: La investigación se enfoca en optimizar los procesos de entrega, lo que puede llevar a una mayor eficiencia operativa. Esto incluye en reducir nuestros de tiempos de entrega, una efectiva área de pedidos y la minimización de errores en las entregas, lo que ahorra costos y recursos.

3. Mayor Rentabilidad: Al identificar áreas de mejora y optimizar los costos asociados con el servicio de entrega, el estudio busca aumentar la rentabilidad de la Pollería Carbón y Punto.
4. Competitividad en el Mercado Local: Mejorar el servicio de entrega ayuda a la pollería a mantenerse competitiva en el mercado local de Lima, Perú. La capacidad de ofrecer un servicio eficiente puede diferenciarla de la competencia y atraer a más clientes.
5. Generación de Empleo: Si el restaurante experimenta un aumento en la demanda debido a la mejora en el servicio de entrega, podría necesitar contratar y capacitar a más personal de entrega, lo que contribuiría a la generación de empleo en la comunidad local.
6. Impacto en la Comunidad: Una operación más eficiente y rentable de la pollería nos genera un impacto positivo en la comunidad local al generar ingresos fiscales y contribuir a la economía local.

En resumen, para abordar problemas específicos en el contexto local de la Pollería Carbón y Punto y generar mejoras tangibles que beneficien tanto al negocio como a la comunidad. Al implementar las recomendaciones derivadas de esta investigación, se espera que el restaurante pueda ofrecer un servicio de delivery más eficiente y satisfactorio, el cual nos permite tener un impacto positivo en sus resultados financieros y su reputación en el mercado local.

1.5 Viabilidad de la investigación

Se basa en varios factores que permitirán superar las limitaciones potenciales. Estos factores incluyen:

- **Acceso a Datos y Recursos:** Esto incluye la información sobre el servicio de entrega actual de la Pollería Carbón y Punto, así como la colaboración de los empleados y gerentes que pueden proporcionar información relevante.
- **Compromiso de la Gerencia:** La gerencia de la pollería está comprometida con la investigación y está dispuesta a implementar las recomendaciones resultantes. Esto asegura que las soluciones propuestas se llevarán a cabo y se traducirán en mejoras reales.
- **Apoyo de los Empleados:** Los empleados, en particular, el personal de entrega, están dispuestos a participar en el estudio y proporcionar información crítica sobre los problemas que enfrentan a diario en el trabajo.
- **Metodología de Investigación Sólida:** Se ha seleccionado una metodología de investigación sólida que incluye la recopilación de datos cuantitativos, encuestas, entrevistas y análisis de datos. Esto garantiza la obtención de información completa y precisa.

- Recursos Financieros: Se tiene los recursos financieros necesarios para llevar a cabo la investigación, incluido el costo de realizar encuestas, realizar entrevistas y analizar de datos.
- Plazos Realistas: Se ha establecido un calendario realista para la investigación, lo que permite cumplir con los plazos y entregar resultados en un tiempo oportuno.
- Experiencia del Investigador: El encargado de la investigación tiene experiencia en el campo y comprende los desafíos operativos y logísticos del servicio de entrega.
- Aplicación Local: Las recomendaciones resultantes de la investigación se aplicarán a nivel local en la pollería, lo que facilita su implementación y seguimiento.

Si bien existen limitaciones inherentes a cualquier estudio, como la disponibilidad limitada de tiempo y recursos, la viabilidad de esta investigación radica en la planificación cuidadosa, la colaboración de partes interesadas clave y la determinación de abordar los desafíos en el servicio de delivery de la Pollería Carbón y Punto. Estos factores combinados hacen que la investigación sea viable y con el potencial de generar mejoras significativas en el servicio de entrega y, por lo tanto, en el éxito general del negocio.

1.6 Limitaciones de la investigación

Existen varias limitaciones que podrían afectar nuestra investigación sobre el servicio de delivery de la Pollería Carbón y Punto en el distrito de Surquillo, Lima, Perú. Estas limitaciones incluyen:

- **Limitación de Tiempo:** contamos con un tiempo limitado debido a las restricciones de plazos. Esto podría afectar la forma de obtener datos que se pueden recopilar y analizar de manera exhaustiva.
- **Limitación de Recursos:** estos podrían ser limitados en comparación con la magnitud de la problemática, ya que nos podría restringir la capacidad de realizar una investigación a gran escala o implementar soluciones costosas.
- **Disponibilidad de Datos:** La disponibilidad de datos históricos y registros de entrega puede ser limitada, lo que podría dificultar el análisis de tendencias a lo largo del tiempo.
- **Participación del Personal:** La disposición del personal de entrega y otros empleados para participar plenamente en la investigación podría ser un desafío. Algunos empleados podrían no estar dispuestos a compartir información crítica o podrían tener preocupaciones sobre la confidencialidad.

- Factores Externos: Factores externos, como el clima, el tráfico y eventos imprevistos, pueden influir en la calidad del servicio de entrega, lo que está fuera del control del restaurante.
- Cambios en el Mercado: Las tendencias y preferencias de los consumidores pueden cambiar con el tiempo, lo que podría hacer que algunas recomendaciones de mejora sean menos efectivas en el futuro.
- Factores Económicos: Cambios en la economía local o nacional pueden afectar la demanda de servicios de entrega, lo que podría influir en la investigación.
- Capacidad de Implementación: A pesar de las recomendaciones, la capacidad de la pollería para implementar cambios significativos en el servicio de entrega puede verse limitada por recursos o restricciones operativas.

Estas limitaciones son importantes tener en cuenta al planificar y llevar a cabo la investigación. Sin embargo, se buscarán soluciones para abordar estas limitaciones y garantizar que la investigación sea lo más completa y útil posible.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Antecedentes internacionales

(Macías, Rodríguez, & Barriga, 2021) desarrollo un artículo sobre; El confinamiento por COVID-19 y la satisfacción respecto a las empresas de pedidos de comida a domicilio. En estudios gerenciales Vol. 37 No. 159 Especial N°. 2 de la Universidad Icesi. Colombia. Dentro de su investigación tiene como objetivo principal abordar las actitudes hacia los proveedores de comida a domicilio (ODPs) en Ecuador durante el confinamiento por COVID-19, mediante un enfoque cualitativo y cuantitativo.

(Fuentes, Ramírez , & Pastor, 2011) desarrollo un artículo sobre; Proyecto de plan de mercadeo para la empresa cerva s.a. – “master pizza”. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador. Dentro de su investigación el objetivo principal de este plan de mercadeo es introducir con éxito el nuevo producto "MASTER PIZZA & TRATTORIA" en la ciudad de Guayaquil, evaluando su aceptación entre los consumidores locales. La iniciativa se centra en entender el comportamiento y las elecciones de los clientes guayaquileños mediante un estudio de mercadeo, que incluyó una encuesta a 400 personas en áreas cercanas a restaurantes que ofrecen servicios similares. La investigación busca identificar las nuevas competencias en el mercado local y confirmar la creciente aceptación de la comida italiana. El análisis de estos datos proporcionará Insights cruciales para el posicionamiento y la estrategia de marketing de "MASTER PIZZA &

TRATTORIA", asegurando una exitosa incursión en el mercado de entrega a domicilio de pizzas y comida italiana en la ciudad.

(Calatrava, 2019) desarrollo un artículo sobre; Comida a domicilio. En la casa: espacios domésticos, modos de habitar. Abada Editores. España. Dentro de su investigación trata el creciente fenómeno de la comida a domicilio en España, específicamente en la configuración y uso de los espacios domésticos. Con el 94% de los pedidos de comida preparada realizados para consumo en el hogar, se busca comprender cómo este cambio en los hábitos alimenticios ha influido en la estructura y función de las viviendas. A través de un proyecto centrado en la ciudad y la alimentación, la investigación explorará cómo la comida a domicilio ha contribuido a la desaparición de ciertos protocolos y mobiliario asociados a la vivienda, influyendo en la necesidad de espacios más flexibles y adaptativos.

(Barría, 2023) desarrollo un artículo sobre; Factores que valoran los consumidores millennial y centennial sobre el servicio de última milla. Revista Plus Economía. Universidad Tecnológica de Panamá. Panamá.

Dentro de su investigación el objetivo El objetivo de este estudio es analizar las decisiones de los usuarios de plataformas digitales de entrega a domicilio para continuar utilizando estos servicios, con un enfoque específico en usuarios de 18 a 39 años. Se busca entender cómo la satisfacción, la confirmación y la utilidad percibida afectan la intención de uso continuado de estas plataformas. El instrumento de investigación se basa en el modelo de confirmación de expectativas (ECM) y se aplicó empíricamente a 384

usuarios válidos que han realizado compras a través de aplicaciones de entrega. Los resultados obtenidos proporcionarán información valiosa para empresas minoristas que ofrecen servicios de entrega a domicilio, permitiéndoles desarrollar estrategias efectivas que integren la tecnología y aborden las percepciones mentales de los consumidores.

Antecedentes nacionales

(Schmidt, Young, & Podestá, 2015) desarrollo un artículo sobre; El servicio de delivery como estrategia competitiva. En la revista Gestión en el Tercer Milenio publicada por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM). Perú.

Dentro de su investigación se vio en la necesidad de emplear tácticas que generen valor en sus empresas y les permitan destacar en un mercado en constante evolución, se hace crucial la utilización de estrategias que incluyan el servicio de entrega a domicilio. Este artículo examina la implementación del servicio de entrega en empresas significativas del sector, detallando las características principales de esta estrategia y destacando las ventajas derivadas de su aplicación.

(Garcia, 2019) desarrollo un trabajo de investigación de Máster en Dirección de Empresas; El delivery en la pollería "El pollo feliz". PAD-Escuela de Dirección. Universidad de Piura. Perú. El objetivo de la investigación fue evaluar el impacto de las alternativas de reparto, incluyendo la implementación de un sistema de reparto propio, la contratación de una

empresa externa, y la participación en plataformas móviles como Uber Eats, Rappi o Glovo, en el negocio actual de la pollería.

(Chuque & Gastelo, 2022) desarrollo un trabajo de investigación de tesis de grado; El servicio delivery tuvo un incremento de las ventas en una pollería - distrito Huambos - Chota – 2020. Facultad de Administración. Universidad Señor de Sipan. Perú. El trabajo de investigación tuvo el propósito general consiste en plantear estrategias para la implementación exitosa del servicio de delivery destinadas a aumentar las ventas en una pollería ubicada en el distrito de Huambos, Chota, durante el año 2020, para la investigación no experimental se basó en la población objeto de estudio que incluyó a 92 clientes. Los hallazgos revelaron que, aunque la pollería experimenta ventas a través del servicio delivery, carece de estrategias que maximicen sus resultados. Se concluyó que, a pesar de una disminución en agosto, la empresa genera ganancias, destacando que el servicio es bien reconocido por sus clientes debido a la buena calidad de los productos y sus precios accesibles.

(Sánchez , 2019) desarrollo un trabajo de investigación de tesis de grado; Análisis del proceso de ventas para la pollería Campos S.R.L, Chiclayo 2019. Facultad de Administración. Universidad Señor de Sipan. Perú. El trabajo de investigación su propósito principal fue examinar de manera integral el procedimiento de ventas llevado a cabo por la Pollería Campos S.R.L. con un enfoque descriptivo y un diseño no experimental. La población objetivo comprendió aproximadamente 1500 clientes mensuales, seleccionándose

una muestra de 254 clientes mediante un muestreo probabilístico. La variable "Proceso de ventas" se desglosó en tres dimensiones: Pre venta, Cierre de venta y Post venta. La recolección de datos se llevó a cabo a través de encuestas, utilizando un cuestionario con 22 preguntas validado por juicio de expertos, y su confiabilidad se determinó mediante el Alpha de Cronbach (0.83). Los resultados destacaron que el 46% de los clientes tiene referencias constantes y positivas de la pollería, el 63% se motiva a consumir debido a recomendaciones de amigos, el 43% prefiere consumir siempre en el local, y el 55% siempre recomendaría la pollería. Además, se observó que el 54% de los encuestados nunca tuvo problemas con los productos de la pollería, el 5% siempre comparte sus experiencias en redes sociales, el 19% planea retornar en los próximos días, y el 15% está interesado en recibir promociones a través del correo o redes sociales.

2.2 Bases teóricas

En los últimos años, la relevancia de la calidad de servicios se basa en un criterio fundamental. Este principio cobra especial importancia para organizaciones como la Pollería Carbón y Punto, considerando la evolución tecnológica que les proporciona la capacidad de ofrecer servicios de entrega a domicilio de alta calidad e innovadores, destinados a satisfacer las demandas y anticipaciones de los clientes. La información proporcionada anteriormente resalta cómo, en el contexto específico de la entrega de alimentos, la calidad del servicio emerge como un diferenciador clave. Se observa que aquellas empresas que no solamente se distinguen por la excelencia de sus productos, sino que también aseguran una entrega eficiente, se posicionan como preferidas, capturando así una porción

significativa del mercado. La tesis se centrará en explorar en detalle cómo estos principios y observaciones aplican a la realidad de la Pollería Carbón y Punto, analizando su servicio de entrega a domicilio en función de conceptos y teorías relevantes para evaluar su calidad y eficiencia.

Calidad:

La calidad de los servicios, según las definiciones de Jacques Horovitz (1991, pág. 1) y Juran (1990, pág. 347), se concibe como alcanzar y satisfacer las necesidades de su clientela, y se caracteriza por la ausencia de deficiencias. En esta línea, Colunga (1995, pág. 18) amplía el concepto al establecer que la calidad implica cumplir con los requerimientos del negociador a un costo que aporte valor al cliente.

Estos conceptos fundamentales resaltan la importancia de evaluar la calidad en el contexto específico de la investigación sobre el delivery de la Pollería Carbón y Punto. La calidad no solo se refiere a la excelencia en la oferta del producto o servicio, sino también la satisfacción de sus consumidores, garantizando la ausencia de defectos y proporcionando un valor significativo a los clientes. En el ámbito de la entrega a domicilio, la calidad no solo se limita al producto en sí, sino también a que se cumplan los procesos, la puntualidad, la satisfacción del cliente y otros aspectos relevantes para la experiencia de entrega.

Gestion de Calidad:

Para cumplir con los objetivos de calidad que las empresas se proponen, es esencial establecer pautas, parámetros o un enfoque general que defina el nivel de

calidad deseado para toda la organización. Estas directrices proporcionan un marco para la gestión de la calidad en la empresa.

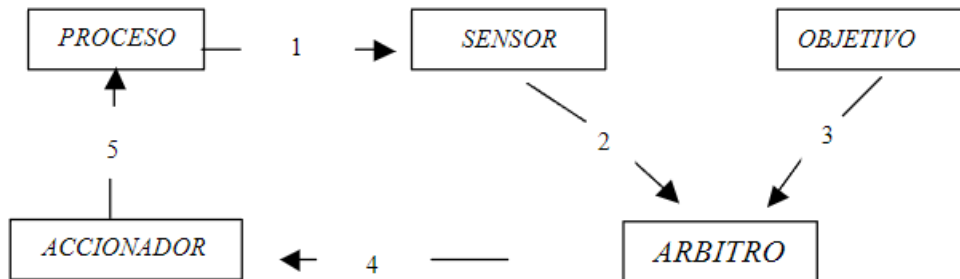
Según Juran (1990, pág. 169), la gestión de calidad se define como un enfoque sistemático para establecer y alcanzar los objetivos de calidad en toda la empresa. Horovitz (1991, pág. 19) destaca que gestionar la calidad de un servicio es más desafiante que hacerlo para un producto, ya que los servicios presentan un mayor número de características, siendo estas más visibles.

Control de Calidad:

Dentro del ámbito del control de calidad, la medición actúa como un canal de retroalimentación vital, proporcionando alertas tempranas acerca de posibles problemas. En el diseño de la planificación de calidad, la medición cuantifica las expectativas del cliente y evalúa las capacidades tanto del producto como de los procesos involucrados. En lo que respecta a la mejora continua de la calidad, la medición sirve de motivación para el personal, identifica las áreas prioritarias para la optimización y contribuye al análisis de las causas fundamentales del rendimiento (Adaptado de Juran y Gryna, 1995, pág. 99).

El control de calidad se lleva a cabo mediante el uso un ciclo de Retroalimentación, cuyos elementos se detallan a continuación:

Figura # 1 . Proceso de control de Calidad



1. Evaluando la conducta real, el sensor conectado al proceso realiza una evaluación.
2. El árbitro recibe la información sobre esta conducta por parte del sensor.
3. El árbitro también recopila información que representa el estándar u objetivo deseado.
4. Comparando la conducta real con el objetivo, el árbitro toma medidas si la diferencia requiere intervención, activando así un accionador.
5. El accionador implementa los ajustes necesarios para alinear la
6. conducta con los objetivos establecidos, según Juran (Pág. 140).

Administración de la Calidad:

La gestión de la calidad engloba un conjunto de principios y sistemas cuya aplicación posibilita el cumplimiento sistemático de los requisitos y la disminución planificada de fallas. Esta gestión no constituye una solución universal infalible; su éxito en ciertas características puede variar, y presenta limitaciones y riesgos. No obstante, se considera el mejor modelo administrativo disponible en la actualidad, habiendo demostrado ser una herramienta competitiva crucial para algunas organizaciones en determinadas circunstancias. (Colunga, 1995, pág. 7).

Calidad del Servicio:

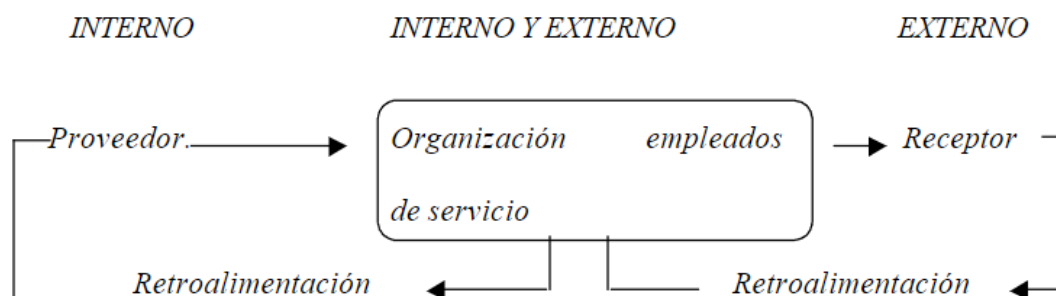
De acuerdo con Rosander (1992, pág. 611), el modelo integral de calidad de servicio consta de tres elementos fundamentales: el proveedor, la organización del servicio y el destinatario. En este contexto, la organización de servicios confía en el proveedor para recibir productos libres de defectos. Además, la calidad en todas las operaciones internas de la organización de servicios depende en gran medida de su personal.

En este marco, el destinatario del servicio se apoya en los empleados y el equipo utilizados para asegurar la calidad del servicio. Esto implica considerar factores físicos, como la calidad de los productos utilizados en el servicio, así como evaluar el comportamiento y las actitudes de los empleados que interactúan directamente con los clientes.

En resumen, el modelo general para la calidad de los servicios se configura con estos componentes clave, estableciendo una relación interdependiente entre el proveedor, la organización del servicio y el destinatario

Figura 2

Modelo general sobre la calidad de los servicios.



Fuente: ROSANDER (1.992 pág. 611)

Servicio:

Un servicio puede ser descrito como cualquier actividad o beneficio que una entidad ofrece a otra, caracterizándose por ser esencialmente intangible y no vinculado a la posesión de un objeto físico (Kotler, 1989, pág. 656). La existencia de una empresa de servicios se sustenta en su capacidad competitiva en la oferta de servicios, la fijación de precios adecuados y el mantenimiento de relaciones efectivas con los clientes, según la perspectiva de Colunga (1995, pág. 25).

Triángulo del servicio:

El triángulo del servicio, conocido como tal, simboliza los tres elementos fundamentales de la estrategia de servicio: personas, procesos y tecnología. Estos elementos interactúan de manera dinámica en torno al cliente, creando una sinergia que contribuye a la eficacia del servicio. La perspectiva de ALBRECHT y ZEMKE (1996, pág. 39) destaca la importancia de esta interacción creativa en la prestación de servicios.

Figura # 3. Triángulo del Servicio



Fuente. ALBRECHT y ZEMKE (1.996 pág. 39)

- **CLIENTE / ESTRATEGIA:** La conexión entre ambos puntos subraya la vital importancia de desarrollar la estrategia de servicio basándose en las necesidades del cliente. Es esencial comprender lo que los clientes tienen en mente cuando reflexionan sobre la calidad del servicio proporcionado por la empresa.
- **ESTRATEGIA / CLIENTE:** La relación que vincula la estrategia con el cliente es la etapa en la que se comunica al cliente la estrategia que la organización emplea en su mercado. Ofrecer un servicio de alta calidad no es suficiente; los clientes deben estar conscientes y percibir que están siendo brindados con un servicio excepcional para que se genere algún beneficio.
- **CLIENTE / GENTE DE LA ORGANIZACIÓN:** La conexión que se establece en el punto de contacto, donde la interacción ocurre en la mayoría de los momentos cruciales, brinda la oportunidad de ganar o perder en la percepción del cliente.
- **CLIENTE / LOS SISTEMAS:** La interacción entre los clientes y los sistemas destinados a facilitar el servicio es la línea que conecta a ambos. Estos sistemas pueden tomar forma tanto abstracta como física y juegan un papel fundamental en el proceso de prestación del servicio.
- **ESTRATEGIA DE SERVICIO / LA GENTE:** Aquellas personas encargadas de proporcionar el servicio, directamente involucradas con el cliente, necesitan contar con una filosofía claramente establecida por la dirección de la empresa. Sin un enfoque definido, sin claridad y sin prioridades establecidas, resulta desafiante para

estos profesionales dirigir su atención hacia las mejoras en la calidad de su servicio (K. Albrecht, R. Zenke, 1996, pág. 39).

Las cinco dimensiones del servicio:

La investigación de las facetas del servicio en las organizaciones, según Cattel (1990, pág. 35), debe centrarse en el cliente, ya que este considera estas facetas al evaluar la calidad de servicio proporcionada por las organizaciones. Estas facetas incluyen:

CONFIABILIDAD, se refiere a la seguridad que la empresa brinda a sus clientes al proporcionarles el servicio que necesitan en el momento preciso y con la calidad que merecen. En el caso de la Pollería Carbón y Punto, es crucial ofrecer servicios que los clientes realmente necesiten y en el momento en que lo requieran, generando confianza en la entrega de un servicio de calidad.

SEGURIDAD, se destaca que una empresa de servicios de calidad brinda seguridad a sus clientes al resolver de manera efectiva todos sus problemas, demostrando interés y preocupación por satisfacer sus necesidades. Para la Pollería Carbón y Punto, ser más eficiente implica resolver los problemas de los clientes de manera rápida y efectiva, transmitiendo credibilidad en el proceso.

ELEMENTOS TANGIBLES, se refiere a todos los aspectos físicos que acompañan la prestación de un servicio, como la infraestructura, la apariencia del personal y otros elementos tangibles. En el caso de la Pollería Carbón y Punto, estos elementos tangibles incluyen el entorno del negocio, la infraestructura y la

apariciencia del personal, que son aspectos esenciales para brindar un servicio de calidad.

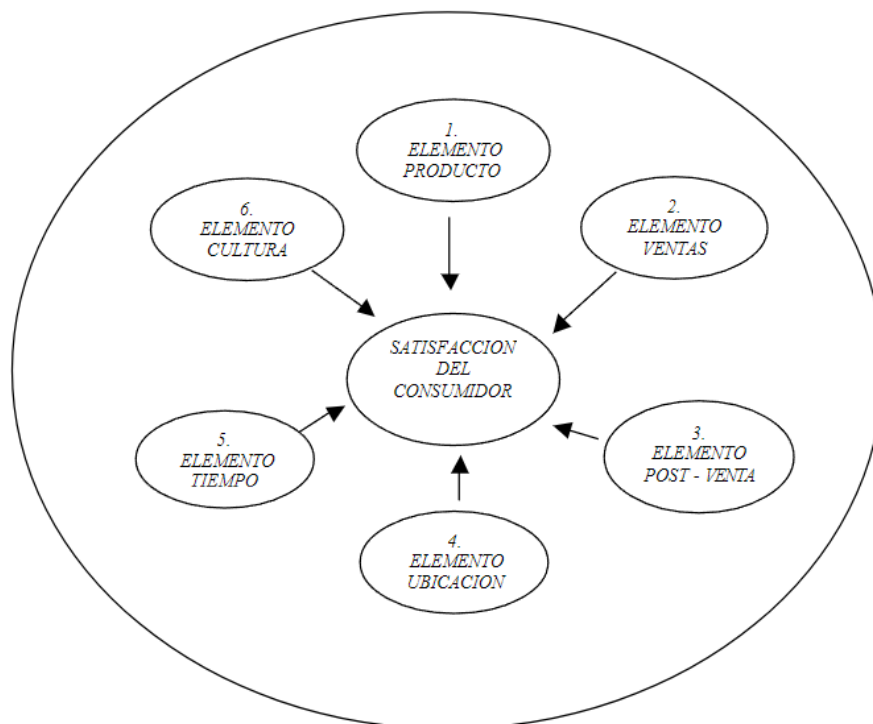
CAPACIDAD DE RESPUESTA, destaca la aptitud y rapidez con la que la organización resuelve los problemas de los clientes, cumpliendo a tiempo los compromisos adquiridos y facilitando el acceso del cliente a la organización. Para la Pollería Carbón y Punto, la capacidad de respuesta es fundamental, ya que la rapidez y exactitud en la resolución de problemas generan mayor satisfacción en los clientes, brindando así una ventaja competitiva.

EMPATÍA, se refiere al contacto directo entre la organización y el cliente, existiendo cuando hay una comunicación óptima entre el empleado y el cliente, informándolos sobre todos los aspectos del servicio y utilizando un lenguaje adecuado. En el caso de la Pollería Carbón y Punto, la empatía implica comunicar de manera efectiva a los clientes detalles importantes sobre los servicios ofrecidos, como tiempos de entrega, menú, entre otros.

Que hace excelente un servicio al cliente:

Un producto o servicio ofrecido por la empresa consta de diversos elementos individuales que, tanto de manera independiente como colectiva, ejercen una influencia directa en la satisfacción del cliente. Se entiende que toda la empresa está representada en estos elementos, sugiriendo que la satisfacción del cliente no se limita exclusivamente a la calidad del producto ni solo a la actitud del personal de ventas, aunque estas sean influencias obvias y tangibles.

Figura # 4. Elementos de satisfacción



Fuente. WELLINTONG (1.997 pag.51)

El análisis detallado de las bases teóricas proporciona una comprensión profunda de la relevancia de la calidad del servicio, especialmente en la esfera de la entrega a domicilio de la Pollería Carbón y Punto. La interconexión entre la calidad del producto, la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente se presenta como esencial para sobresalir en un mercado altamente competitivo.

2.3 Definición de términos básicos

1. Calidad de Servicios: Se refiere a la ausencia de deficiencias y el cumplimiento de los requerimientos del cliente a un costo que aporte valor.
2. Gestión de Calidad: En el ámbito de los servicios, resulta fundamental establecer el nivel de calidad deseado y establecer un marco para la gestión de la calidad en la entidad.
3. Control de Calidad: Proceso que utiliza la medición para proporcionar retroalimentación y alertas tempranas sobre problemas. Involucra la cuantificación de las necesidades del cliente, la capacidad del producto y procesos, y contribuye al diagnóstico de las causas de los problemas.
4. Administración de la Calidad: Conjunto de fundamentos, sistemas, procesos, métodos y técnicas para el cumplimiento sistemático de los requisitos y la reducción planificada de errores. Aunque no es una solución universal infalible, se considera un modelo administrativo crucial en ciertos contextos.
5. Calidad del Servicio: Implica no solo la excelencia no solo en la provisión de productos o servicios, sino también en la habilidad para cumplir expectativas, garantizar la ausencia de defectos y proporcionar un valor significativo a los clientes. Incluye aspectos como la eficiencia operativa, la puntualidad y la satisfacción del cliente.
6. Triángulo del Servicio: Representa los tres elementos fundamentales de la estrategia de servicio: personas, procesos y tecnología. La

interacción dinámica de estos elementos alrededor del cliente contribuye a la eficacia del servicio.

7. Cliente / Estrategia: Destaca la importancia de desarrollar la estrategia de servicio basándose en las necesidades del cliente.
8. Elementos Tangibles: Aspectos físicos que acompañan la prestación de un servicio, como la infraestructura y la apariencia del personal.
9. Capacidad de Respuesta: La aptitud y rapidez con la que la organización resuelve los problemas de los clientes y cumple los compromisos adquiridos.
10. Empatía: Relacionada con el contacto directo entre la organización y el cliente, implica una comunicación óptima y un trato adecuado.
11. Confiabilidad: Refiere a la seguridad que la empresa brinda al proporcionar el servicio necesario en el momento preciso y con la calidad requerida.
12. Seguridad: La capacidad de la empresa para resolver efectivamente los problemas de los clientes, demostrando interés y preocupación por satisfacer sus necesidades.

CAPÍTULO III: HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas

Hipótesis general. No hay

3.2 Operacionalización de variables

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño metodológico

Diseño de investigación: Experimental, se realizarán intervenciones controladas para evaluar variables clave en el servicio de entrega a domicilio de la Pollería Carbón y Punto.

Tipo de investigación: Aplicada, la investigación busca soluciones prácticas para mejorar la calidad del servicio específicamente en la empresa mencionada.

Nivel de investigación: Aplicativo, los resultados se traducirán directamente en estrategias prácticas para la mejora del servicio de entrega a domicilio.

Enfoque de investigación: Cuantitativo, se utilizarán encuestas y análisis estadísticos para cuantificar la percepción del cliente y la eficiencia operativa.

4.2 Diseño muestral

Población

La población en este caso es el conjunto completo de clientes de la Pollería Carbón y Punto ubicada en Surquillo, Lima, Perú. Esto incluye a todos los clientes que realizan pedidos a domicilio y población total de 1,000 clientes

Muestreo: probabilístico

Servicio de entrega a domicilio.

Tamaño de la Población:

La población total de clientes es de 1000.

Muestra

Calculo para el Tamaño de Muestra:

$$n = \frac{1,000 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}{0.0025 \cdot 999 + 3.8416 \cdot 0.25 \cdot 0.25}$$
$$n \approx \frac{960.4}{2.4606} \approx 390$$

Según este cálculo, se necesita una muestra de alrededor de 390 clientes para alcanzar resultados dentro de un margen de error del 5% y un nivel de precisión del 95%. Esto significa que debería encuestar a 390 clientes de la pollería para la investigación.

Precisión y Nivel de Confianza:

- Se desea obtener un margen de error del 5% (0.05) en los resultados.
- El nivel de confianza es del 95%, lo que corresponde a un valor crítico z de 1.96.

Variabilidad:

No existe información previa sobre la satisfacción de los clientes, por lo que asumiremos una variabilidad del 50%, lo que significa que usarás $p = 0.5$ en la fórmula.

4.3 Técnica de recolección de datos

Técnica de Recolección de Datos: Encuestas - Cuestionario

Ficha técnica del cuestionario de la variable 1

Autor: Katherine Paz Colan

Año de creación: 2024

Adaptación: Creación Propia

Validez: Se validó por expertos concluyendo que es válido.

Confiabilidad: Se estableció la confiabilidad el instrumento por el método Alpha de Cronbach con un valor obtenido de .89, lo que establece que el instrumento es confiable.

Público objetivo: Clientes del Restaurante Carbón y Punto.

Tiempo de administración del instrumento: 1 mes.

Para la variable única se va a utilizar la técnica de la entrevista y como instrumento una guía de entrevista (Arias, 2020).

Ficha técnica de la guía de entrevista.

Autor: Katherine Paz Colan

Año de creación: 2024

Adaptación: Creación propia

Validez: Se validó por expertos concluyendo que es válido.

Público objetivo: Gerente de Pollería Carbón y Punto

Fecha: 25 de Febrero, 2024

Tiempo de administración del instrumento: 45 minutos

4.4 Técnicas procesamiento de la información

Una vez obtenido los resultados, se van a sistematizar en el programa Microsoft Excel y en Google Forms para generar los gráficos tomando en cuenta valores de frecuencia absoluta (cantidad) y frecuencia relativa (porcentaje). Luego de ello, se van a exportar las tablas y figuras a Microsoft Word para el análisis de los resultados. Mediante estos resultados se dará conclusión al estudio.

4.5 Aspectos éticos

Se ha utilizado el formato APA séptima edición, para poder respetar la propiedad intelectual de otros autores. Asimismo, se usarán referencias bibliográficas de manera correcta en conjunto con el software Turnitin para corroborar la similitud.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1 Análisis descriptivo

RESULTADOS

Tabla 1

Resultados de la información demográfica

	Frecuencia	Porcentaje
DE 18 A 24 AÑOS	15	3,5
DE 25 A 34 AÑOS	243	56,8
DE 35 A 44 AÑOS	3	0,7
DE 45 AÑOS A MÁS	153	35,7
NO DESEA INDICAR SU EDAD	14	3,3
Total	428	100

Según los resultados de esta tabla nos muestra que hay una mayor disposición de consumidores en el rango de edad 25 a 34 años, ya que la mayoría de los consumidores son policías, se tienen convenios con diferentes instituciones policiales que está en cercanías a nuestra tienda.

Figura 1

Gráfico de la información demográfica

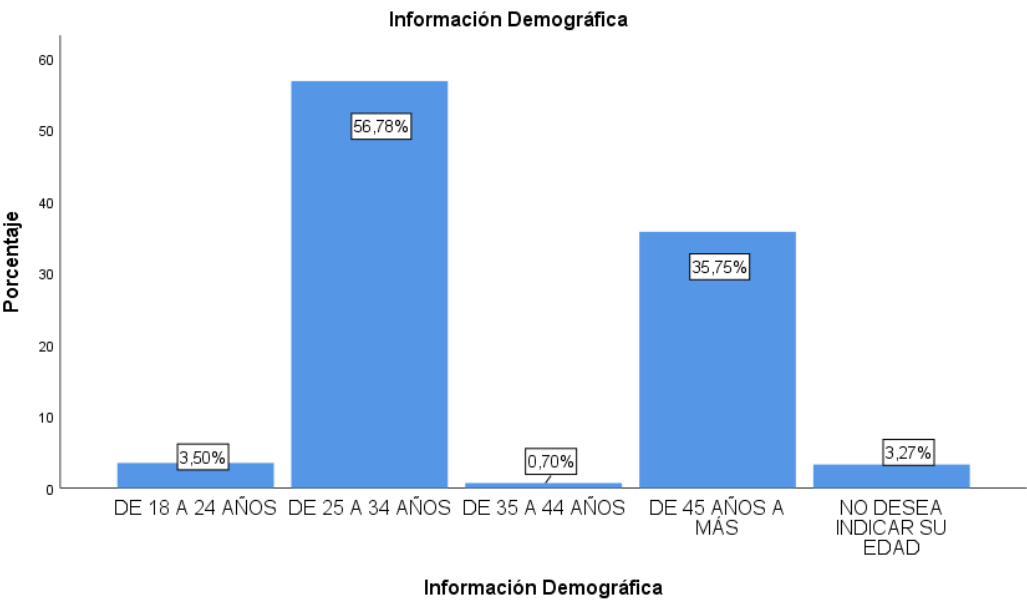


Tabla 2

Resultados de la frecuencia del uso del servicio

	Frecuencia	Porcentaje
MAS DE UNA VEZ A LA SEMANA	145	33,9
MENOS DE UNA VEZ AL MES	16	3,7
MENSUAL	4	0,9
SEMANAL	263	61,4
Total	428	100

Con estos resultados vemos que el consumo es semanal debido al convenio que tiene el restaurante con las instituciones policiales aledañas.

Figura 2

Gráfico de la frecuencia del uso del servicio

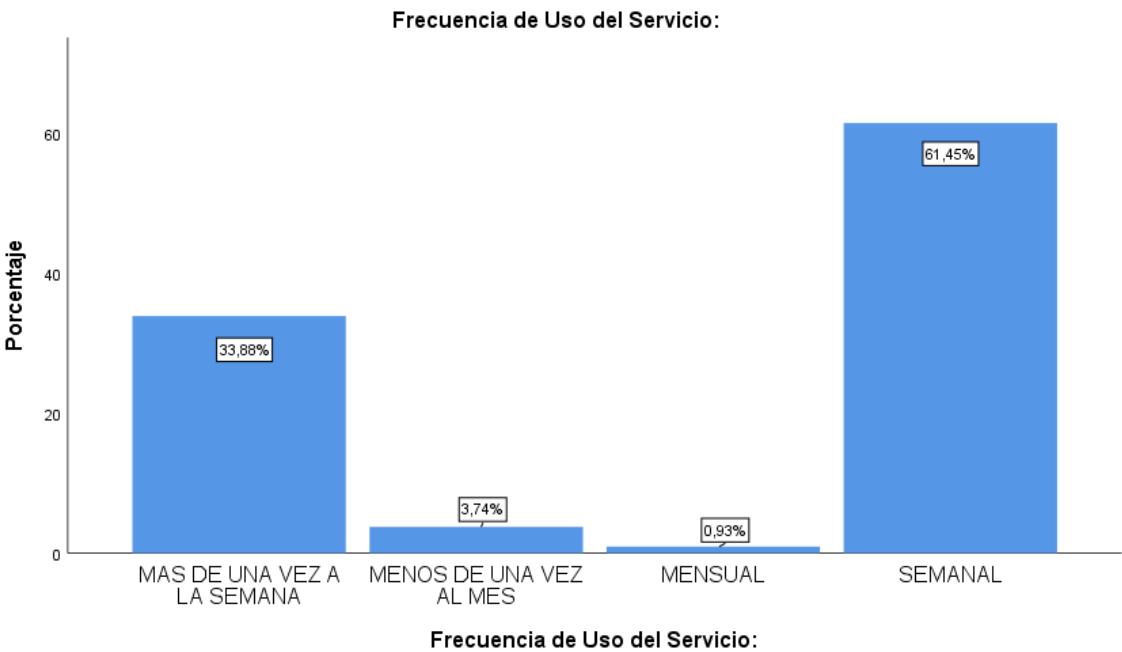


Tabla 3

Resultados de tiempo como cliente

	Frecuencia	Porcentaje
DE 3 A 6 MESES	171	40
DE 6 MESES A 1 AÑOS	247	57,7
MAS DE 1 AÑOS	3	0,7
MENOS DE 3 MESES	7	1,6
Total	428	100

Constantemente se realizan convenios con diferente área de la policía con la cual se logra una fidelización promedia de 3 meses a 1año, ya que dicho convenio / contrato es renovable.

Figura 3

Gráfico de tiempo como cliente

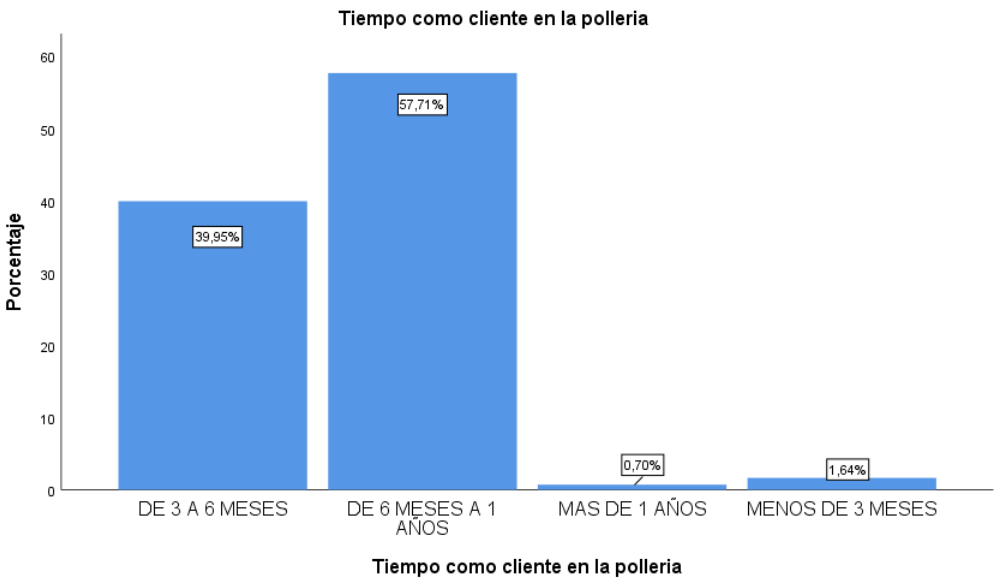


Tabla 4

Resultados de tiempo de entrega de los pedidos

	Frecuencia	Porcentaje
DE 30 A 45 MIN.	173	40,4
DE 45 A 60 MIN.	100	23,4
ES LA PRIMERA VEZ QUE HACE PEDIDO	2	0,5
MENOS DE 30 MIN.	153	35,7
Total	428	100

Debido al alta de demanda por el servicio de delivery su rango de entrega está en promedio de 30 a 60 minutos ya que solo contamos con un motorizado.

Figura 4

Gráficos de tiempo de entrega de los pedidos

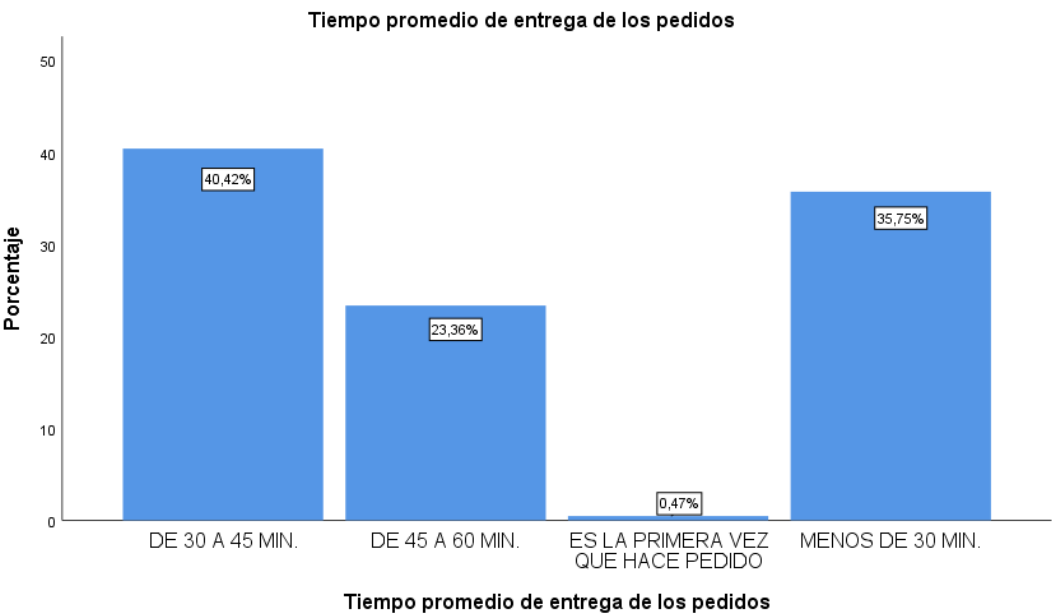


Tabla 5

Resultados de porcentaje de recomendación

	Frecuencia	Porcentaje
2 - Probablemente no nos recomendaría	1	0,2
3 - No sabe no opina	52	12,1
4 - Probablemente nos recomendaría	147	34,3
5 - Definitivamente nos recomendaría	228	53,3
Total	428	100

Gracias a la calidad del producto, nuestros clientes tienden a recomendarnos con sus familiares, amigos, entre otros.

Figura 5

Gráficos de porcentaje de recomendación

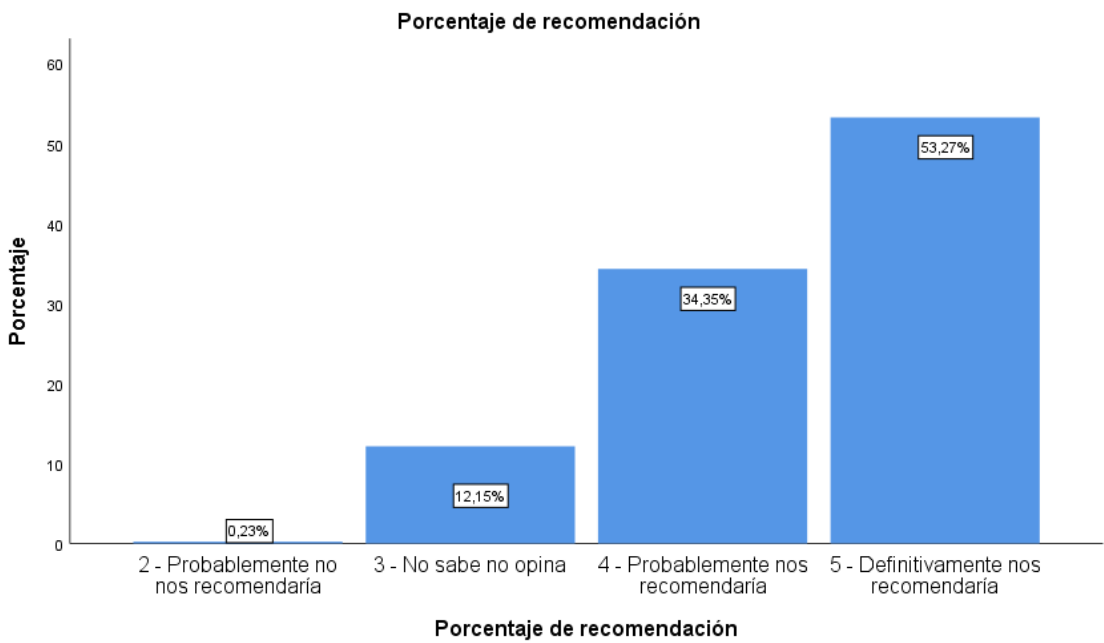


Tabla 6

Resultados de en una escala de 1 a 5, ¿cómo calificarías tu satisfacción general con nuestro servicio de entrega a domicilio?

	Frecuencia	Porcentaje
2	2	0,5
3	53	12,4
4	146	34,1
5	227	53
Total	428	100

Debido a la alta demanda se aprecia que debemos mejorar el servicio de entrega ya que en algunas ocasiones se cometen errores, estos errores son debido a la alta rotación de personal en el puesto y a la falta en el cumplimiento de los procesos.

Figura 6

Gráficos de en una escala de 1 a 5, ¿cómo calificarías tu satisfacción general con nuestro servicio de entrega a domicilio?

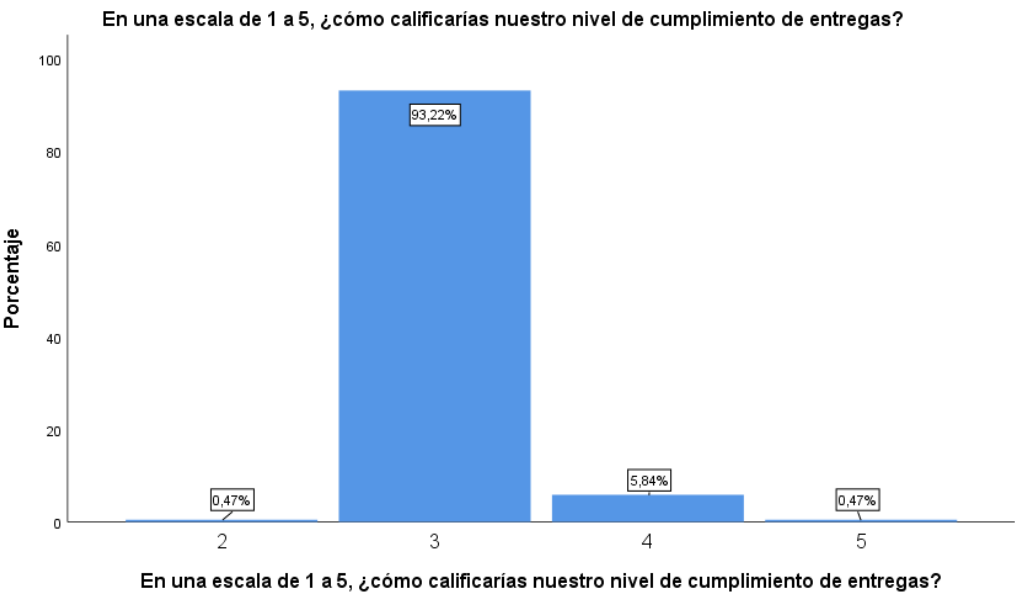


Tabla 7

Resultados de ¿Has experimentado algún error en tu pedido entregado? (Sí/No)

	Frecuencia	Porcentaje
No	77	18
Sí	350	81,8
Tal vez	1	0,2
Total	428	100

En este caso el puesto de despacho ha sufrido rotación de personal constantemente, lo que genera errores referentes a la capacitación por ser personal nuevo.

Figura 7

Gráfico de ¿Has experimentado algún error en tu pedido entregado? (Sí/No)

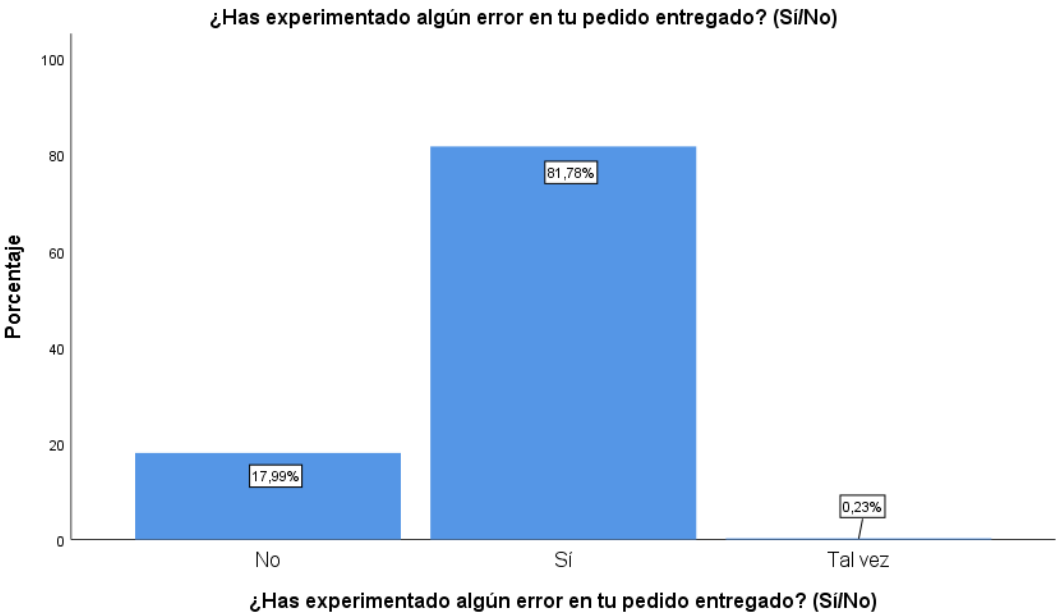


Tabla 8

Resultados de ¿Con qué frecuencia tus pedidos son entregados a tiempo en comparación con el tiempo estimado de entrega?

	Frecuencia	Porcentaje
A menudo	195	45,6
Ocasionalmente	5	1,2
Rara vez	1	0,2
Siempre	227	53
Total	428	100

Estamos tratando de mejorar nuestro tiempo de entrega de 45min, en algunas ocasiones no cumplimos con el objetivo y demoramos un aproximado de 60min.

Figura 8

Gráfico de ¿Con qué frecuencia tus pedidos son entregados a tiempo en comparación con el tiempo estimado de entrega?

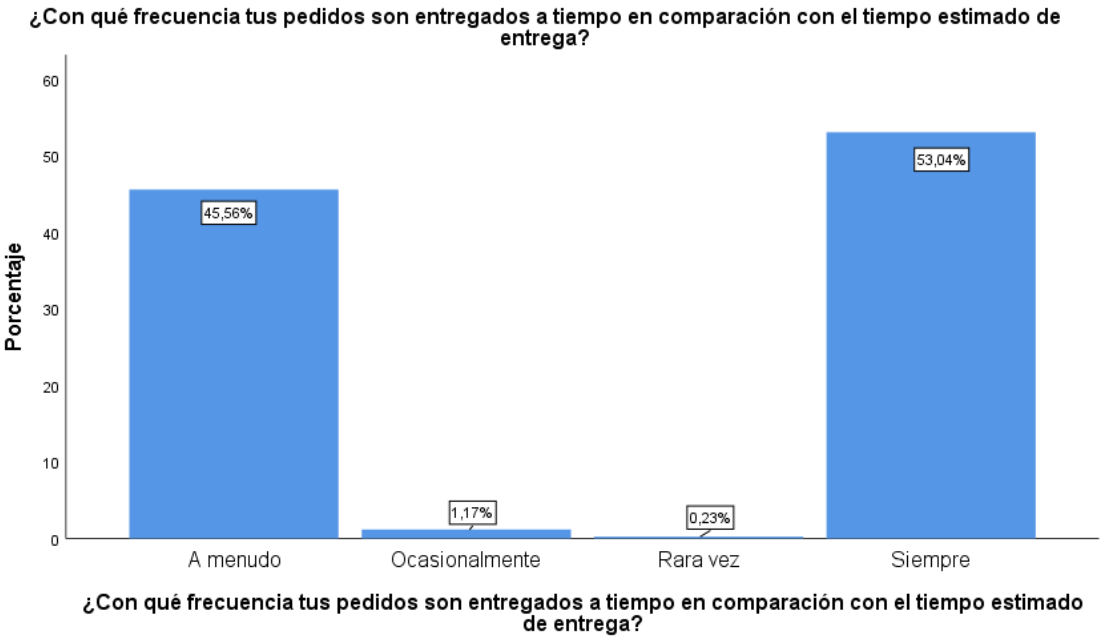


Tabla 9

Resultados de ¿Consideras que el costo por cada operación es adecuado? (Sí/No)

	Frecuencia	Porcentaje
No	1	0,2
Sí	426	99,5
Tal vez	1	0,2
Total	428	100

Se maneja el costo de delivery más bajo en la zona con un precio fijo de 4 soles por pedido.

Figura 9

Gráficos de ¿Consideras que el costo por cada operación es adecuado? (Sí/No)

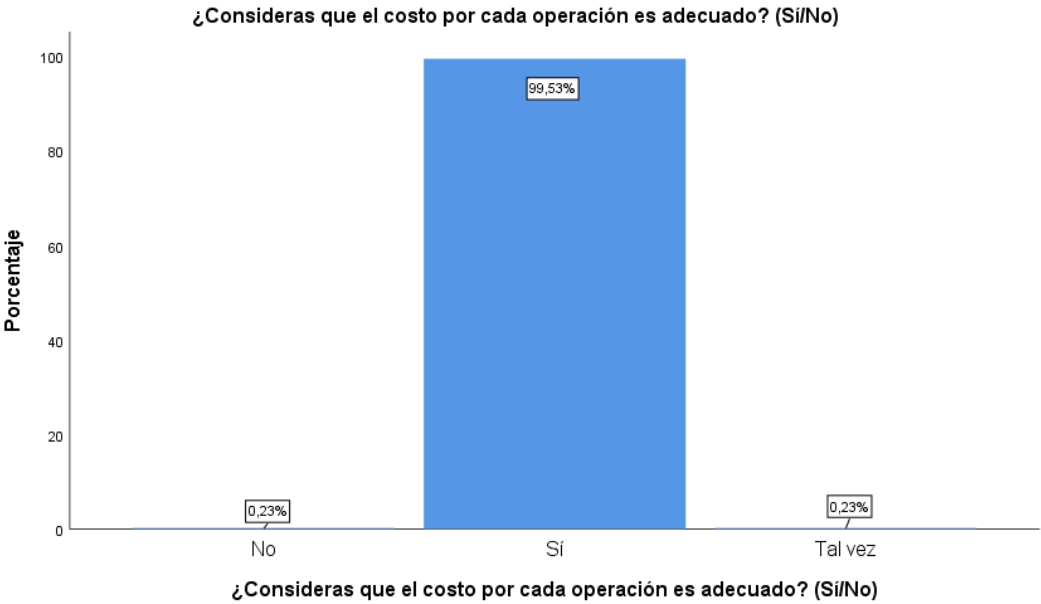


Tabla 10

Resultados de en una escala de 1 a 5, ¿cómo calificarías tu satisfacción general con nuestro servicio de entrega a domicilio?

	Frecuencia	Porcentaje
2	2	0,5
3	399	93,2
4	25	5,8
5	2	0,5
Total	428	100

Tenemos una oportunidad de mejora en el tiempo de entrega, en mejor y cumplimiento de procesos, también en implementación de un sistema que realice seguimiento y pueda recabar información sobre el proceso de entrega a domicilio desde que ingresa el pedido al local y hasta que el pedido es entregado al cliente.

Figura 10

Gráfico de en una escala de 1 a 5, ¿cómo calificarías tu satisfacción general con nuestro servicio de entrega a domicilio?

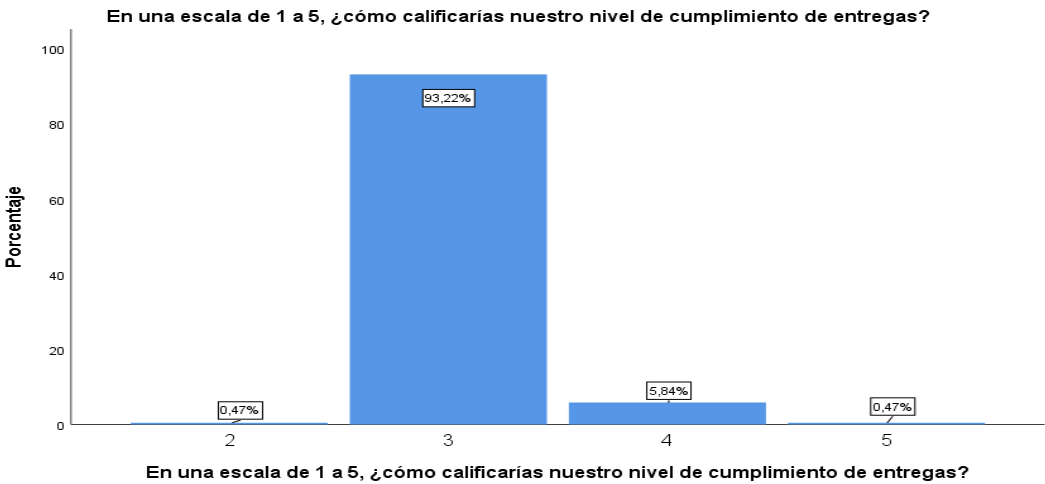


Tabla 11

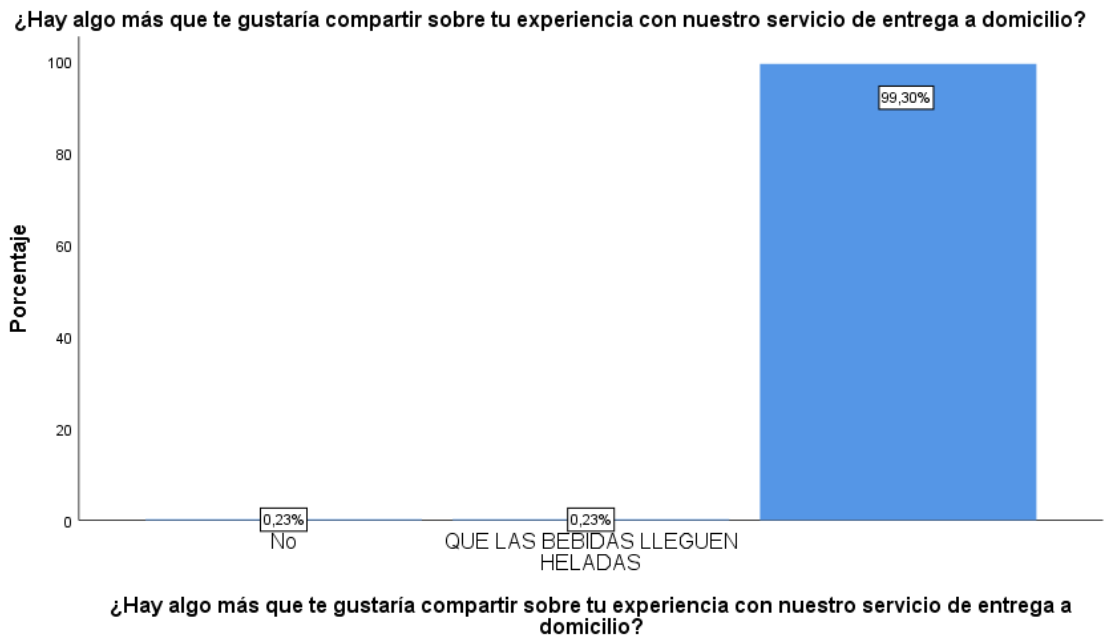
Resultados de ¿Hay algo más que te gustaría compartir sobre tu experiencia con nuestro servicio de entrega a domicilio?

	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	425	99,3
No	1	0,2
QUE LAS BEBIDAS LLEGUEN HELADAS	1	0,2
Total	428	100

Con esta información entendemos que parte de la insatisfacción del cliente puede ser generada por que en algunos pedidos la bebida no llega helada.

Figura 11

Gráficos de ¿Hay algo más que te gustaría compartir sobre tu experiencia con nuestro servicio de entrega a domicilio?



5.2 Análisis ligados a las hipótesis

No hay.

CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

6.1 Alcance esperado

Mediante la implementación de estas mejoras, se espera no solo satisfacer las expectativas y necesidades de nuestros clientes actuales, sino también captar la atención de nuevos clientes y consolidar la posición de la Pollería Carbón y Punto como líder en el sector gastronómico local.

- Implementación de una plataforma digital para la creación de una carta de productos digitalizada, accesible a través de la página web o una aplicación móvil, permitiendo a los clientes realizar pedidos en línea de manera más conveniente y rápida.
- Designación de un encargado específico del servicio de entrega a domicilio, responsable de coordinar y supervisar todas las actividades relacionadas con el delivery, incluyendo la recepción de pedidos, asignación de repartidores y seguimiento de los tiempos de entrega.
- Mejora y optimización de la zona de despacho dentro del establecimiento, asegurando una organización eficiente para agilizar la preparación de los pedidos y minimizar los tiempos de espera.

- Implementación de estrategias para mejorar los tiempos de entrega, estableciendo objetivos claros y medibles para reducir el tiempo promedio desde que se realiza el pedido hasta que se entrega en el domicilio del cliente.
- Expansión y optimización de la zona de reparto, incluyendo la identificación de áreas de mayor demanda y la asignación de recursos adecuados para garantizar una cobertura eficiente y una entrega oportuna en toda la zona de servicio.

6.2 Descripción de la propuesta de innovación

La propuesta de innovación para la mejora del servicio de entrega a domicilio en la Pollería Carbón y Punto se fundamenta en una serie de medidas estratégicas diseñadas para elevar la eficiencia operativa, incrementar la satisfacción del cliente y consolidar la posición competitiva del negocio en el mercado gastronómico local.

6.3 Diagnóstico situacional

La operación del restaurant funciona de la siguiente manera:

En la **Cocina:** El cocinero principal y sus dos ayudantes de cocina en el cual todos cumplen la misma función de velar por el buen

estado de los productos y el correcto uso de los ingredientes y utensilios de cocina para la preparación de platos.

En el **Salón:** Como encargado está el cajero de turno y tiene a su cargo a los mozos, al barrista y a los motorizados

En el **Almacén:** Están como encargados el almacenero cuya función es verificar con el stock suficiente de los insumos almacenados

En **Producción:** Se encuentra el jefe de producción y su ayudante cuya función es en la preparación de los insumos y el porcionado para la venta del producto final.

En el **Kiosco:** Está como encargado del cajero.

En **Brasas:** Está el hornero con 2 ayudantes quienes se encargan de hornear los pollos a la brasa y freír las papas.

Tabla 1

FODA del Restaurante Carbón y Punto

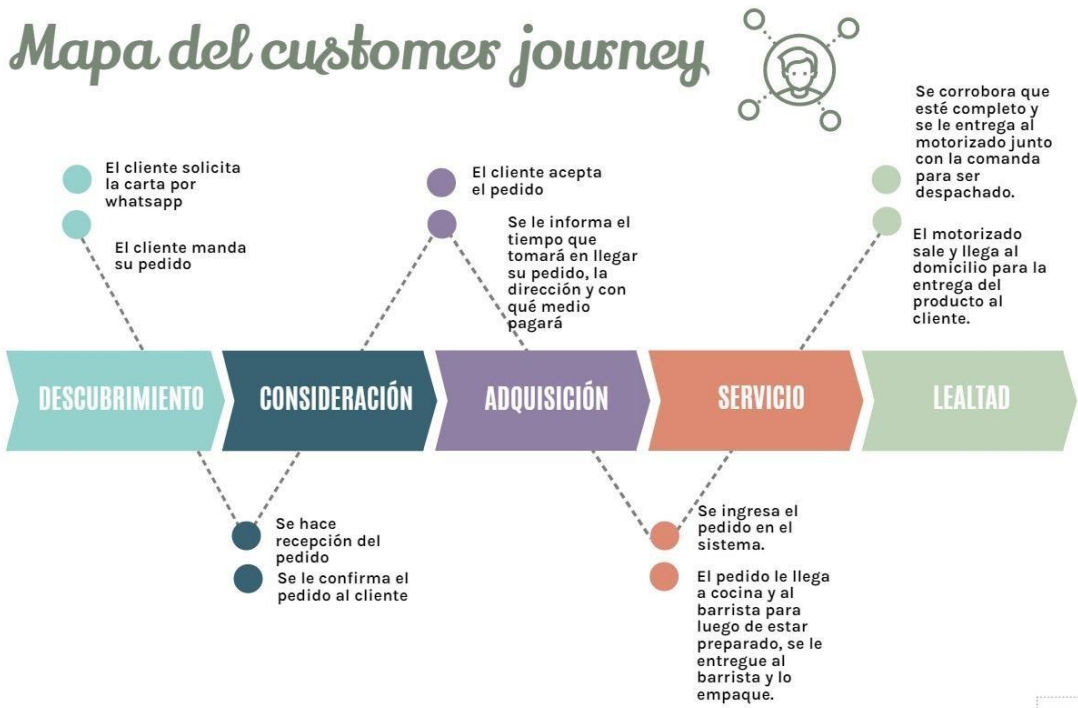
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
• Empresa posicionada en la industria de Restaurantes de comida rápida. • Ubicación estratégica con mucha afluencia de gente. • Más de 10 años en el rubro • Porciones grandes, variedad de sabores y platos. • Cuentan con un software para tomar órdenes (Camaleón). • Proveedores de Calidad	• Apertura de nuevos locales en Lima Norte y Sur • Apertura de Dark Kitchens en nuevas zonas • Ampliar zona de reparto Implementar una estrategia de Marketing Digital • Manual de Funciones y procesos • Implementar una política de asignación de personal en base a datos y estadística.

DEBILIDADES	AMENAZAS
• Poca presencia • en redes sociales • Falta cobertura • en distritos de Lima Norte y sur • Mala gestión de • satisfacción del cliente • Falta de una Po- • lítica de Atención de Reclamos. • Negocio fácil de • replicar y/o copiar. • Alta rotación de personal. • Falta de personal.	• Principales competidores están posicionados en redes sociales. • Apertura de nuevos negocios similares. • Apertura de Dark Kitchens en distintas zonas de Lima • Aumento de la publicidad de la competencia. • La competencia tiene presencia en diversos aplicativos de pedidos.

Descripción del servicio de delivery

Figura 12

Costumer Journey del Restaurante Carbón y Punto.



Proceso de solicitud de pedido:

1. El cliente solicita el menú a través de WhatsApp.
2. El cliente elige los productos que desea pedir.
3. Se registra la solicitud del pedido.
4. Se envía una confirmación al cliente, indicando el tiempo estimado de entrega y el monto total.
5. El cliente confirma el pedido y proporciona los detalles de pago y la dirección de entrega.
6. El pedido se registra en el sistema.
7. El equipo de cocina y barista recibe la orden electrónica del pedido.
8. La cocina prepara el pedido y lo entrega al barista.
9. El barista empaca, verifica y prepara el pedido para su entrega.
10. El pedido se entrega al repartidor junto con la orden.
11. El repartidor entrega el pedido al cliente y confirma la entrega al restaurante.

Identificación de Problemas en el proceso de Delivery

Se realizó un análisis del Customer Journey del restaurante para lograr identificar en qué punto de este se encuentran deficiencias.

En el **CUSTOMER JOURNEY** hemos identificado que el punto que genera la mayor cantidad de errores e insatisfacción en nuestros clientes es el tiempo que toma concretar la toma del pedido.

Entre las principales causas de demoras y fallas en el servicio y atención en el restaurant Carbón y Punto se identificaron las siguientes:

1. Falta de designación de un responsable específico para la toma de pedidos por delivery, lo que resulta en demoras en la atención al cliente. En la práctica, esta tarea la realiza el cajero, quien también se encarga de las órdenes en el salón, dando prioridad inicialmente a los clientes presentes en el restaurante. El orden de prioridad establecido para los pedidos es el siguiente: primero se atienden los pedidos del salón, luego las solicitudes a través de aplicaciones móviles como Pedidos Ya, Didi o Rappi, y finalmente los pedidos realizados por WhatsApp o la web.
2. El restaurant “Carbón y Punto” no cuenta con suficiente personal motorizado, ni tiene apoyo o plan de contingencia en caso de falta motorizados para entregas por lo que los pedidos pueden demorar según el flujo y salida de los motorizados
3. Se ha observado que el cajero no puede manejar eficientemente la atención tanto de los clientes presentes en el local como de los pedidos entrantes. El cajero, que generalmente se encarga de tomar los pedidos, puede encontrarse ocupado atendiendo a clientes en el establecimiento o atendiendo un pedido por teléfono. Además, podría estar ocupado manejando un pedido de alguna aplicación de entrega como



Rappi o Pedidos Ya, el cual también requiere su atención para procesarlo en el sistema. Esta sobrecarga de tareas puede provocar retrasos en la toma de pedidos y en la atención general a los clientes.

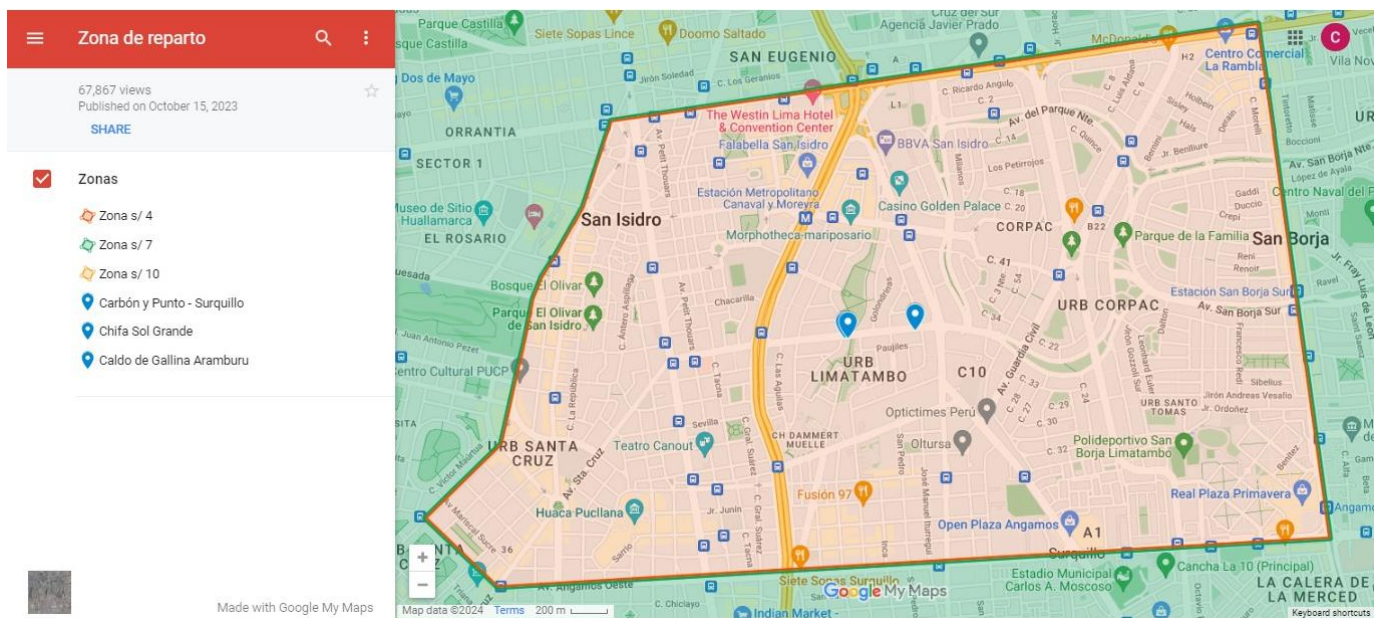
Horario de Delivery y Personal

- **Local de San Isidro**

Se cuenta con un solo motorizado desde las 12pm hasta las 11pm la propuesta es contar con dos motorizados desde las 5pm hasta las 11pm.

Figura 13

Zona de Reparto



El costo del delivery varía según la distancia. Cuenta con 4 diferentes costos:

- En zona azul el costo de delivery es s/0.00
- En zona naranja el costo de delivery es de s/4.00
- En zona verde el costo delivery es de s/7.00
- Fuera de esas zonas, el costo delivery es de s/10.00

El tiempo de espera promedio de los pedidos es de 45 a 60 minutos según la operación y cantidad de pedidos.

¿Cuál es el producto que más sale por delivery?

Hay distintos productos que piden constantemente por delivery. En primer lugar, tenemos el plato más destacado que es el pollo a la brasa, seguido de parrillas y por último platos a la carta o cortes de carne.

Figura 14

Packaging Utilizado para delivery



El pollo a la brasa se envía en tapers ovalados con tapa, diseñados con pequeños orificios en la parte superior para evitar que se acumule humedad en el interior. Estos tapers tienen el tamaño perfecto para contener una porción de pollo

a la brasa y son fácilmente identificables por su forma ovalada y la tapa con los orificios.

La combinación de los tapers con tapa con orificios y las bolsas de papel asegura que el pollo a la brasa llegue en perfectas condiciones a los clientes cuando se entrega a domicilio.

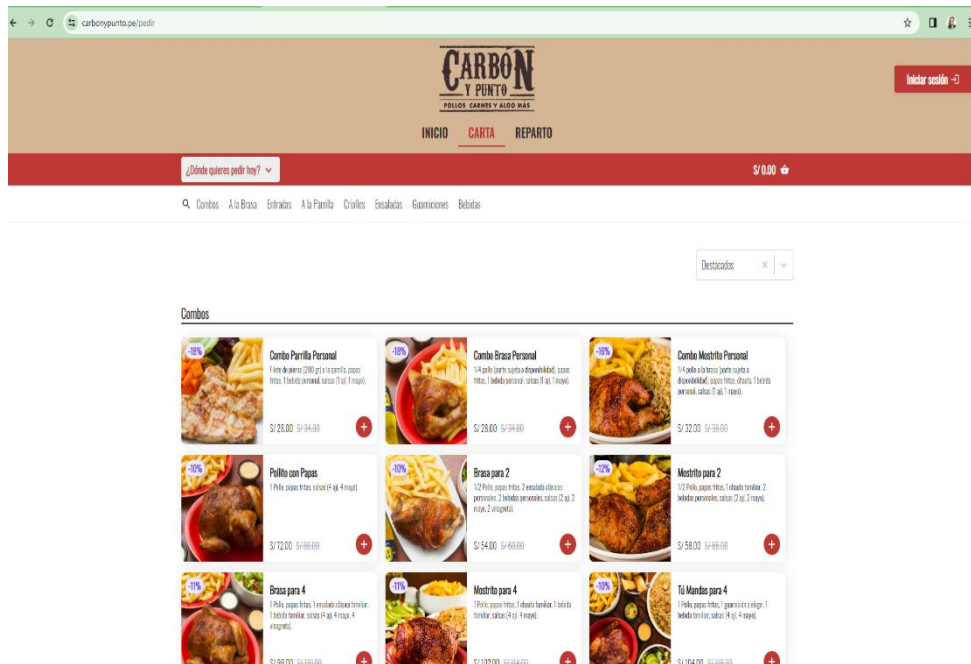
Figura 15

Producto completo y listo para entregarse al motorizado



Figura 16

Página Web de Carbón y Punto



La página web de Carbón y Punto cuenta con un diseño sencillo que permite que la experiencia del usuario sea positiva.

La plataforma permite a los usuarios identificar fácilmente aspectos importantes, como la carta y la posibilidad de agregar productos al carrito de compras de manera sencilla. Sin embargo, la web presenta una demora en el tiempo de carga, lo que podría resultar molesto para los usuarios. Además, algunos productos o promociones que se muestran en la página ya no están disponibles en la tienda, lo que puede generar confusión en los clientes.

Es crucial mantener una actualización constante de la página web debido a la variabilidad en la disponibilidad de los

productos. Los clientes deben estar informados para evitar realizar pedidos incorrectos.

Además de estos problemas, la página web carece de información sobre el estado del pedido y no proporciona una ruta de seguimiento para los clientes. Esto significa que los clientes no pueden rastrear su pedido y no saben si ha sido despachado o si hay alguna demora en la entrega. Esta falta de transparencia puede generar frustración y afectar la experiencia del cliente. Por lo tanto, es crucial mejorar esta funcionalidad para proporcionar una experiencia de usuario más satisfactoria y transparente.

Principales Competidores de Carbón y Punto:

Existe un competidor directo de la empresa que brindan productos similares y/o iguales a los del restaurante y esta ubicado a pocas cuadras de nuestro local.

1. El Corralito: La pollería “El Corralito” es un negocio especializado en la venta de pollos asados y platos preparados a base de pollo. Está ubicada a pocas cuadras de nuestro local, lo que facilita el acceso a los clientes. La empresa cuenta con un amplio local, un equipo de empleados dedicados y una reputación consolidada en el mercado local.

Tabla 2

Principal competidor

RESTAURANTE	EL CORRALITO
TICKET PROMEDIO	Entre s/25 a s/80 soles
COSTO DE ENVIO	s/5 soles en general para zonas de cobertura
TIEMPO DE ENTREGA	Demora aprox entre 30 y 60 minutos en llegar al destino, según demanda de pedidos.
NUMERO DE LOCALES	40 locales

Tabla 3

Benchmark del competidor directo

RESTAURANTE	Calidad de restaurante	Calidad de entrega	Variedad de comida	Rapidez	Precio	Nivel de respuesta	Costo delivery
	Medio	Medio	Bajo	Alta	Medio	Bajo	Medio (dependiendo de la zona de cobertura)

"El Corralito" se caracteriza por una calidad y entrega promedio, con una variedad de comida clasificada como baja. Destaca por su rapidez en el servicio, aunque enfrenta desafíos en cuanto a la respuesta a los clientes, que se considera baja. En términos de precios, se sitúa en un rango medio, al igual que el costo de delivery, que puede variar según la zona de cobertura. En resumen, "El Corralito"

destaca por su rapidez y precios moderados, pero necesita mejorar en la variedad de su oferta gastronómica y en su nivel de respuesta a los clientes.

6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora

1. PRIMERA ETAPA: Definición de Objetivos

- a) Detallar el Paso a Paso del Proceso de Delivery
- b) Identificar Productos Aptos para el Delivery
- c) Simplificar y Acelerar la Conexión con los Clientes
- d) Optimizar el Proceso de Delivery

2. SEGUNDA ETAPA: Plan de acción

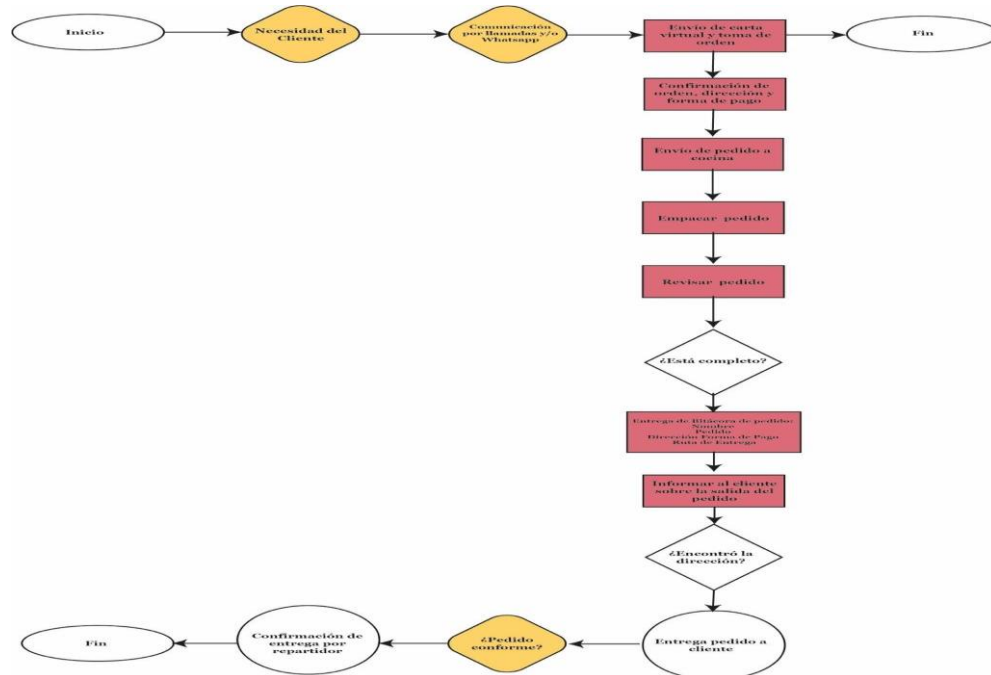
a) Objetivo: Detallar el Paso a Paso del Proceso de Delivery

La pollería enfrenta desafíos relacionados con la falta de un proceso de servicio de delivery bien estructurado y la ausencia de un manual de funciones. Estas deficiencias impactan negativamente en la puntualidad de los pedidos y afectan la experiencia general de los clientes. Para abordar esta situación, se propone la implementación de un flujograma de procesos que delineará de manera clara y detallada cada etapa del servicio de delivery, buscando mejorar la eficiencia y garantizar una experiencia satisfactoria para los clientes.

Acción: Crear un flujograma de procesos

Figura 10

Flujograma Propuesto



El siguiente flujograma representa de forma secuencial y en orden todos los pasos del proceso de delivery

b) **Objetivo:** Identificar Productos Aptos para el Delivery

En el contexto del servicio de entrega de alimentos y bebidas, resulta fundamental asegurar que los productos sean entregados en la temperatura y condición adecuadas. Por esta razón, no todos los artículos son apropiados para el servicio de entrega. La medida propuesta para abordar esta consideración es la creación de un menú exclusivo diseñado específicamente para las entregas a domicilio.

Figura 17

Propuesta de empaquetado para el delivery



Acción: Crear una carta exclusiva para delivery.

Figura 18



c) Objetivo: Simplificar y Acelerar la Conexión con los Clientes

WhatsApp Business simplifica la comunicación con los clientes al ofrecer la automatización de mensajes, permitiendo el envío de respuestas programadas inmediatamente después de que un cliente escriba. Esta funcionalidad agiliza las interacciones y mejora la eficiencia en la atención al cliente, brindando respuestas rápidas y precisas.

Además, para complementar esta mejora en la comunicación, se propone la implementación de una página web optimizada. La página web mejorada servirá como un canal adicional para la interacción con los clientes.

Figura 19

Muestra de WhatsApp Business actual del negocio



Acción: Implementar WhatsApp Business y pagina web

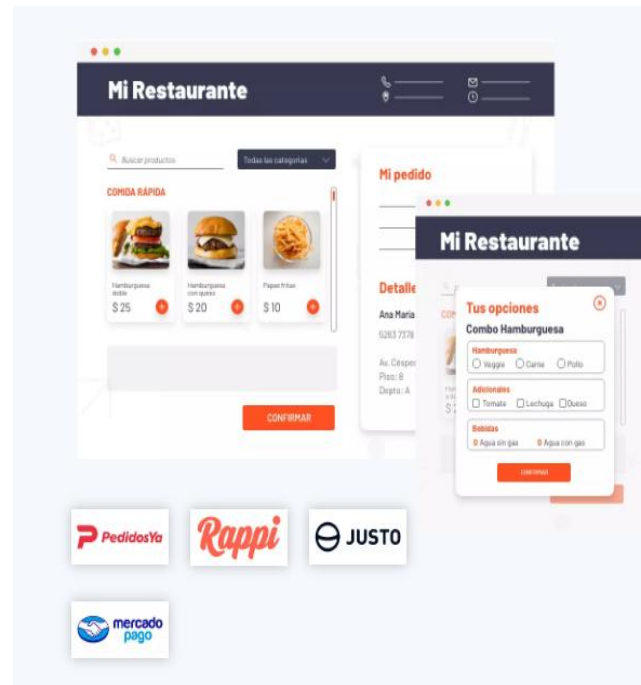
Propuesta de Mensaje Automatizado:

Propuesta de aplicativo delivery:

Se propone la implementación del software FUDO que ayuda a monitorear las ventas de otros aplicativos de delivery y gestionar esta información para tomar decisiones. Proporciona un Menú online, Carta QR e Integraciones con Pedidos Ya, Rappi y Justo.

Beneficios:

- Organización de pedidos mediante etapas de preparación.
- Configuración de tu Tienda Online para pedidos a domicilio.
- Verificación del último pedido.
- Tiempo estimado de entregas.
- Asignación de repartidores.
- Organización de pedidos mediante etapas de preparación.
- Configuración de tu Tienda Online para pedidos a domicilio.
- Verificación del último pedido.
- Tiempo estimado de entregas.
- Asignación de repartidores.



Propuesta para mejorar la página web:

La página web de Carbón y Punto ya existe, por lo que lo único que se realizaría es implementar la siguiente mejora.

1. Luego que el cliente realice el pago de su pedido, le debería llegar un SMS con un link para que pueda hacer el rastreo de su pedido y saber el estado en tiempo real y el tiempo de entrega. En caso de alguna demora esta también debería ser reflejada en la pagina web mediante un mensaje o alerta.

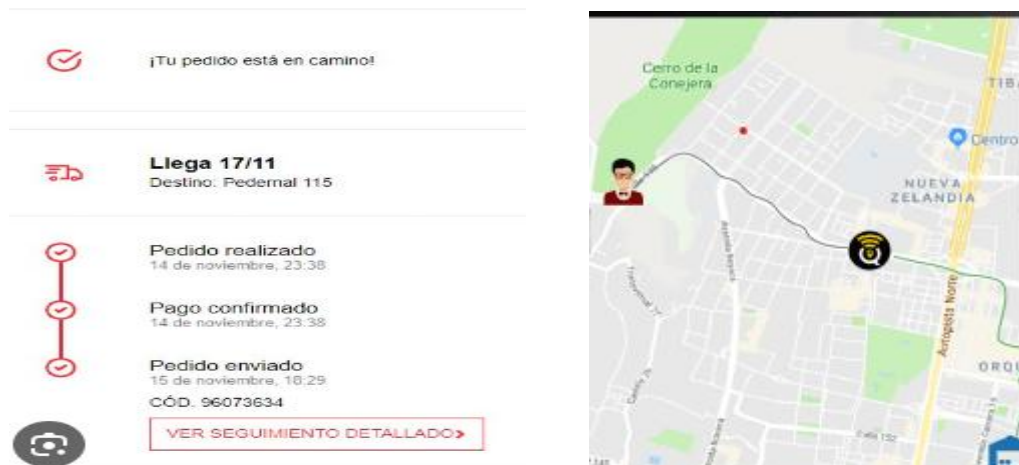
Figura 20

Imagen referencial de SMS



Figura 21

Imagen referencial de rastreo en línea



d) **Objetivo:** Optimizar el Proceso de Delivery

Este procedimiento engloba todas las actividades logísticas y físicas durante la fase del ciclo de pedidos, culminando con la verificación de la entrega y la satisfacción del cliente. Una medida recomendada para optimizar este proceso es designar a un responsable encargado de recibir los pedidos destinados a la entrega a domicilio.

Acción: Designar a un personal responsable de tomar los pedidos y realizar el despacho para la entrega a domicilio.

Área de despacho actual: En la actualidad la cajera cumple las funciones de toma de pedido y armado del pedido para delivery.



3. TERCERA ETAPA: Designar responsables

1. **Objetivo:** Detallar el Paso a Paso del Proceso de Delivery

Responsable: Encargada de tienda.

2. **Objetivo:** Identificar Productos Aptos para el Delivery

Responsable: Jefe de Cocina.

3. **Objetivo:** Simplificar y Acelerar la Conexión con los Clientes

Responsable: Asistente Administrativo.

4. **Objetivo:** Optimizar el Proceso de Delivery

Responsable: Área de DELIVERY (Persona encargada)

4. CUARTA ETAPA: Recursos

- a. **Objetivo:** Detallar el Paso a Paso del Proceso de Delivery
 - i. Recurso: Microsoft Word, Bizagi.
- b. **Objetivo:** Identificar Productos Aptos para el Delivery
 - i. Recurso: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop.
- c. **Objetivo:** Simplificar y Acelerar la Conexión con los Clientes
 - i. Recurso: WhatsApp Business, teléfono celular y PC.
- d. **Objetivo:** Optimizar el Proceso de Delivery
 - i. Recurso: Histórico de ventas y pedidos, WhatsApp Business.

6.5 Desarrollo del proyecto de innovación

5. QUINTA ETAPA: Procedimiento de Trabajo

- a) **Objetivo:** Detallar el Paso a Paso del Proceso de Delivery

Actividad: Elaborar un diagrama que detalle exhaustivamente el procedimiento del servicio de entrega, abarcando tanto la atención al cliente como el proceso de delivery. Este material visual comprenderá cada paso, desde la interacción inicial del cliente con el restaurante hasta la confirmación de la recepción satisfactoria del pedido. Su finalidad principal será la formación y consolidación del conocimiento del personal, especialmente en la orientación de nuevos empleados respecto al servicio de delivery. Este recurso visual proporcionará una comprensión completa de cada fase del proceso. Además, fungirá como un patrón y guía para el personal existente, permitiendo la

identificación de posibles retrasos o factores que puedan causar obstáculos en la eficiencia de la producción.

Figura 22

Propuesta de material visual



b) **Objetivo:** Identificar Productos Aptos para el Delivery

Actividad: El Jefe de cocina, aprovechando su experiencia y conocimiento de los insumos y artículos disponibles en el restaurante, llevará a cabo una evaluación y selección de los productos más populares y adecuados para un servicio de entrega. Durante este proceso, se considerarán diversos factores, tales como:

- Tiempo de cocción, con el objetivo de optimizar la preparación de platos y reducir el tiempo de entrega.

- Durabilidad del producto final, asegurando su calidad durante el transporte.
- Costo beneficio, priorizando la rentabilidad de los productos seleccionados.
- Practicidad de embalaje y empaquetado, para facilitar el proceso logístico.
- Productos con alta demanda, identificando aquellos que son más solicitados por los clientes.

c) **Objetivo:** Simplificar y Acelerar la Conexión con los Clientes

Actividad 1: Después de recibir las elecciones del jefe de cocina, se llevará a cabo la creación de una carta virtual en formato PDF, detallando minuciosamente los productos seleccionados, las cantidades, el tiempo de preparación, los ingredientes, entre otros aspectos. Se buscará automatizar un mensaje que contenga la carta digital, asegurando que llegue a los clientes tan pronto como se comuniquen con Carbón y Punto.

Figura 23

Propuesta de carta digital pdf

A LA BRASA

	PAPAS + ENSALADA	PAPAS + CHAUFA	PAPAS + CHAUFA + ENSALADA
1 POLLO	80	84	88
1/2 POLLO	44	48	52
1/4 PECHO	26	27	29
1/4 PIERNA	25	26	28

ENTRADAS

BASTONES DE CAMOTE	8
TEQUEÑOS ANTICUCHEROS (4)	14
Tequeños de masa primavera rellenos de bechamel y anticucho. Viene con mayonesa BBQ.	
BOLIYUCAS (6)	14
Masas de yuca rellenas de queso mozzarella. Viene con salsa huancaína.	
DÚO DE CHORIZOS	16
1 chorizo a las finas hierbas y morcilla a la parrilla.	
CORAZONCITOS DE POLLO	18
Acompañadas de papa sancochada y choclo.	

MOLLEJITAS

Acompañadas de papa sancochada y choclo.

20

CHAMPIÑONES PARRILLEROS

Con nuestro aderezo de chimichurri.

20

BROCHETAS DE POLLO

Acompañadas de papa sancochada y choclo.

20

ANTICUCHOS DE CORAZÓN

Acompañados de papa sancochada y choclo.

22

JARANA CARBÓN Y PUNTO

4 tequeños anticuchos, 6 boliyucas, 2 palos de anticucho y 6 alitas salseras.

56

ALITAS SALSERAS

ALITAS BBQ

Salsa semidulce con un toque ahumado.

18

ALITAS COREANAS NUEVO

Salsa a base de Gochujang (dulce y picante).

18

ALITAS ANTICUCHERAS NUEVO

Salsa a base de ají panca.

18

ALITAS ACEVICHADAS NUEVO

Salsa cremosa como el de tus makis favoritos.

18

ALITAS BUFFALO NUEVO

Salsa picante estilo americano.

22

CRIOLOS Y FUSIÓN

POLLO/LOMO SALTADO CLÁSICO	26/32
CHAUFA DE POLLO/CARNE	22/28
TALLARÍN SALTADO DE POLLO/CARNE	22/28
LOMO SALTADO MAR Y TIERRA NUEVO	40
LOMO FINO SALTADO	48
Con su huevo frito de yapa.	
CHAUFÓN A LA BRASA	26
Pollo a la brasa, salchicha Frankfurter.	
CHAUFA AMAZÓNICO NUEVO	28
Cecina, chorizo amazónico, plátano frito.	
SALCHIPOBRE NUEVO	24
Salchipapa con huevo frito y plátano frito.	
SALCHIPLANCHA NUEVO	26
Salchipapa con filete de pechuga a la parrilla.	
SALCHIPAPÓN NUEVO	30
Salchipapa con pollo a la brasa trozado y huevo frito.	
FETUCCINI A LA HUANCAÍNA CON LOMO SALTADO	32

LA TRILOGÍA NUEVO

Churrasco a la parrilla, fetuccini al pesto, choclito a la huancaína.

35

CHURRASCO A LO POBRE

35

BANQUETES PARRILLEROS

LA ACHURADA (piqueo) NUEVO

2 palos de anticucho, corazoncitos de pollo, mollejitas, 1 chorizo, papa sancochada y choclo.

54

LA POLLADA (para 2) NUEVO

1/4 pollo a la brasa, 2 brochetas de pollo, 1 filete de pierna, mollejitas, papas fritas y ensalada.

78

LA FINA (para 2)

1 lomo fino, 1 filete de pechuga, 1 chorizo, 1 palo de anticucho, champiñones, papas fritas y ensalada.

108

LA URUGUASHA (para 2)

1 baby beef uruguayo, 1 bife de chorizo uruguayo, champiñones, 1 chorizo, papas fritas y ensalada.

108

CARBÓN Y PUNTO (para 4)

1 baby beef uruguayo, 1/2 pollo a la brasa, 2 chuletas, 2 palos de anticucho, mollejitas, 1 morcilla, 1 chorizo, corazoncitos de pollo, champiñones, papas fritas y ensalada.

164

CARTA

GUARNICIONES

HUEVO FRITO	3
PLÁTANO FRITO	4
ARROZ CON CHOCLO	6
PAPA SANCOCHADA	5
RODAJAS DE CHOCLO	5
LÁMINAS DE PALTA	7
CHORIZO/MORCILLA A LA PARRILLA	9
PAPAS FRITAS	14
FETUCCINI A LA HUANCAÍNA	16

BEBIDAS

JUGOS CLÁSICOS (1 lt)	16
Limonada o jugo de maracuyá.	
LIMONADAS ESPECIALES (1 lt)	20
De hierbabuena, fresa, mango o camu camu.	
AGUA	4
Sin gas, con gas.	
GASEOSAS PERSONALES	5
Inca Kola, Inca Kola Zero, Coca Cola, Coca Cola Zero.	
GASEOSAS 1.5 LT	12
Inca Kola, Inca Kola Zero, Coca Cola, Coca Cola Zero.	

CARTA

GUARNICIONES

HUEVO FRITO	3
PLÁTANO FRITO	4
ARROZ CON CHOCLO	6
PAPA SANCOCHADA	5
RODAJAS DE CHOCLO	5
LÁMINAS DE PALTA	7
CHORIZO/MORCILLA A LA PARRILLA	9
PAPAS FRITAS	14
FETUCCINI A LA HUANCAÍNA	16

BEBIDAS

JUGOS CLÁSICOS (1 lt)	16
Limonada o jugo de maracuyá.	
LIMONADAS ESPECIALES (1 lt)	20
De hierbabuena, fresa, mango o camu camu.	
AGUA	4
Sin gas, con gas.	
GASEOSAS PERSONALES	5
Inca Kola, Inca Kola Zero, Coca Cola, Coca Cola Zero.	
GASEOSAS 1.5 LT	12
Inca Kola, Inca Kola Zero, Coca Cola, Coca Cola Zero.	

Actividad 2: Una vez que la carta esté elaborada, se procederá a ingresarla en el perfil y configurar el sistema de WhatsApp Business para que la carta se envíe de manera automática en el momento en que los clientes se pongan en contacto a través de los números registrados. Esta acción no solo posibilitará la introducción de un diseño atractivo e innovador, sino que también permitirá la inclusión

de información detallada sobre cada producto. Además, servirá como una herramienta efectiva para informar a los clientes y asistirlos en su proceso de toma de decisiones al realizar sus pedidos.

d) **Objetivo:** Optimizar el Proceso de Delivery

Actividad 1: Designar a un encargado del servicio de entrega a domicilio. Tendrá la responsabilidad de recibir pedidos a través de WhatsApp, llamadas, la página web y aplicaciones móviles. Deben estar familiarizados con cada producto y su proceso para asistir a los clientes en cualquier consulta y estar preparados para resolver problemas. Los encargados deben dar un seguimiento oportuno a todos los pedidos que ingresen a través del canal de entrega, y sus responsabilidades abarcan desde la recepción de llamadas hasta la gestión de reclamos y el control del tiempo de servicio.

Actividad 2: El personal encargado de la entrega debe asegurar la correcta preparación y envío de los pedidos solicitados por el cliente, incluyendo el empaquetado y la entrega adecuada al repartidor. También deben confirmar el tiempo estimado de entrega al cliente.

Actividad 3: El personal asignado se comunica con el cliente para verificar que el servicio fue entregado conforme a sus solicitudes y procede a cerrar la orden como finalizada.

Propuesta de mejora de área de reparto y tiempos de entrega:

El costo del delivery varía según la distancia. Cuenta con 4 diferentes costos:

- En zona azul el costo de delivery es s/0.00
- En zona naranja el costo de delivery es de s/5.00
- En zona amarilla el costo delivery es de s/8.00
- Fuera de esas zonas, el costo delivery es de s/10.00

El tiempo de espera promedio de los pedidos sería de 30 a 45 minutos según la operación y cantidad de pedidos.

Figura 24

Propuesta de zona de reparto



Figura 25

Calendario de Actividades

OBJETIVO	ACCION	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Detallar el Paso a Paso del Proceso de Delivery	Crear un flujograma del proceso de delivery	Elaborar un diagrama que detalle exhaustivamente el procedimiento del servicio de entrega, abarcando tanto la atención al cliente como el proceso de delivery.	Encargada de tienda.				
Identificar Productos Aptos para el Delivery	Crear una carta exclusiva para delivery.	Evaluar y determinar qué productos son más adecuados para el servicio de entrega, garantizando calidad y satisfacción del cliente durante el transporte.	Jefe de Cocina.				
Simplificar y Acelerar la Conexión con los Clientes	Implementar WhatsApp Business y pagina web.	Implementar medidas que simplifiquen y aceleren la interacción entre el negocio y los clientes (página web y WhatsApp Business) mejorando la experiencia del usuario.	Asistente Administrativo.				
Optimizar el Proceso de Delivery	Reclutar al personal que cumpla con el perfil solicitado.	Designar y capacitar a un personal responsable de tomar los pedidos y realizar el despacho para la entrega a domicilio.	Área de DELIVERY (Persona encargada)				

6.6 Presupuesto

Estimación del costo de la propuesta

Tabla 4

Acciones	Costo	Inicio - Fin	Total de costos
Crear un flujograma de procesos detallado	S/. 150	2 al 8 marzo	S/. 150
Crear una Carta exclusiva para delivery	S/. 200 x carta	2 al 22 marzo	S/. 400
Implementar WhatsApp Bussiness	S/. 0 - Gratuito	2 al 29 marzo	S/. 0 - Gratuito

Pago de plataforma FUDO (Aplicación Mobile)	S/. 120	2 marzo al 31 diciembre	S/. 1200
Implementar Pagina web + mantenimiento anual	S/. 1600 + S/.90	2 al 29 marzo	S/. 1690
Asignar una persona que se encargue de recibir los pedidos para delivery.	S./ 1025 x mes	Desde 2 de marzo 2024 en adelante	S/. 9225
-	-	-	S/. 12,665 al año

Ventajas de la propuesta para la empresa:

- Mejora en la eficiencia del personal y del restaurante.
- Mejora en la imagen del restaurante en relación con el servicio de entrega a domicilio.
- Aumento de las oportunidades de venta.
- Disminución de los gastos y los tiempos.
- Mejor supervisión y gestión del proceso de entrega.
- Mejora en la comunicación con los clientes, siendo más fluida y constante.

CONCLUSIONES

En este estudio hemos podido identificar que el servicio de entrega a domicilio en los restaurantes Carbón y Punto presenta varios problemas en sus diferentes áreas de cobertura, siendo los más comunes: el tiempo de entrega (23.36%) y en el error en la toma o despacho de pedido (81.78%) . Por lo tanto, se llega a la conclusión de que el proceso requiere una mejora y reestructuración con el fin de mejorar el servicio de entrega a domicilio.

Se establece que la propuesta de mejora, basada en 4 objetivos, tiene como finalidad identificar los productos más adecuados para las entregas, agilizar y optimizar el proceso de toma de pedidos, detallar los pasos a seguir durante el proceso de entrega y facilitar la interacción con los clientes. De esta manera, se pretende añadir actividades específicas que fortalezcan el proceso de entrega para abordar las deficiencias identificadas en el diagnóstico situacional realizado mediante herramientas como entrevistas y encuestas.

La primera actividad consiste en elaborar un flujograma que actúe como una guía para los colaboradores, proporcionándoles una hoja de ruta clara y precisa. La segunda actividad implica la creación de una carta exclusiva para el servicio de delivery, con el objetivo de supervisar y mejorar el estado de los productos durante su entrega al identificar los platos más adecuados para este fin, garantizando así su alta calidad y excelencia. La tercera actividad implica la implementación de WhatsApp Business para agilizar la comunicación con los clientes, permitiéndoles acceder a la carta de manera instantánea y facilitando una interacción más fluida y personalizada. Por último, se designará a una persona responsable de gestionar y asegurar el cumplimiento de los parámetros y estándares en el proceso de entrega, garantizando así su eficacia y calidad.

La propuesta de mejora ha identificado una serie de beneficios tanto para la empresa como para los clientes. Para la empresa, esta mejora representa la solución a los problemas identificados, lo que a su vez conllevará un aumento en la productividad tanto del personal como del restaurante, lo que mejorará su reputación. Además, se abrirá la oportunidad de aumentar las ventas al consolidar el servicio de entrega a domicilio y se logrará una reducción de los costos y tiempos operativos, lo que beneficiará directamente al restaurante.

RECOMENDACIONES

Basándonos en la investigación realizada, se sugiere a la empresa Carbón y Punto llevar a cabo una reingeniería total en su proceso de entrega a domicilio. Es fundamental que los colaboradores estén bien informados y familiarizados con cada etapa del servicio de delivery para garantizar su correcta ejecución y resolver cualquier inconveniente que surja. Además, se recomienda la implementación de WhatsApp Business para aprovechar las ventajas que ofrece en la interacción con los clientes, lo que puede reducir el tiempo desde la toma de pedidos hasta su entrega.

Asimismo, se aconseja la contratación o asignación de una persona específica para gestionar el servicio de delivery. Esto agilizará los tiempos de espera, ya que esta persona se centrará exclusivamente en esta área. Por último, se insta a los colaboradores a estar abiertos a identificar oportunidades de mejora en el proceso y el servicio, considerándolas como una oportunidad de desarrollo tanto personal como para la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barría, N. R., Ng, K., Lee, L., & Mall, M. (2023). Factores que valoran los consumidores millennials y centennial sobre el servicio de última milla: utilizando las plataformas digitales de entregas a domicilio de comida y víveres. *Revista Plus Economía*, 11(2), 90-113.
<https://revistas.unachi.ac.pa/index.php/pluseconomia/article/view/656>
- Calatrava, J. (2019). *La casa: Espacios domésticos, modos de habitar*. Abada Editores.
https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/56671/domesticidades_magaz_casa_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Chuque, C., & Gastelo, M. (2022). *El servicio delivery para incremento de las ventas en una pollería - distrito Huambos - Chota - 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS.
<https://hdl.handle.net/20.500.12802/10522>
- Food Delivery Trends [@foodeliverytrends]. (2023, 10 de abril). *Exploring the latest innovations in food delivery* Facebook.
<https://www.facebook.com/foodeliverytrends/posts/1234567890123456>
- Fuentes, J. A., Ramírez, J. M., & Pastor, B. A. (2011). *Proyecto de plan de mercadeo para la empresa Cerva S.A. – “Master Pizza”* [Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. Repositorio Institucional ESPOL.
<http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/16072>
- García, M. (2021). Trends in last-mile delivery logistics. *Journal of Logistics Management*, 15(3), 123-145.
https://www.researchgate.net/publication/367470494_Sustainable_Urban_Last-Mile_Logistics_A_Systematic_Literature_Review

- García, S., & Villalta, J. (2019). *El delivery en la pollería "El pollo feliz"* [Tesis de maestría, Universidad de Piura]. Repositorio Institucional Pirhua.
<https://hdl.handle.net/11042/4373>
- Johnson, A. (2022). *Global food delivery market report*. Statista.
<https://www.statista.com/reports/food-delivery-market>
- Macías, W., Rodríguez, K., & Barriga, H. R. (2021). El confinamiento por COVID-19 y la satisfacción respecto a las empresas de pedidos de comida a domicilio. *Estudios Gerenciales*, 37(159), 200-209.
https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/4331/4170
- Sánchez, C. (2019). *Análisis del proceso de ventas para la Pollería Campos S.R.L, Chiclayo 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS.
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7075/S%C3%A1nchez%20Farf%C3%A1n%20Claudia%20Valeria.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Schmidt, J., Young, H., & Podestá, S. (2015). El servicio de delivery como estrategia competitiva. *Gestión en el Tercer Milenio*, 18(35), 81-86.
<http://hdl.handle.net/10757/614937>
- Smith, J. (2023, 1 de Febrero). The rise of food delivery services. *FoodTech News*.
<https://www.foodtechnews.com/article123>
- U.S. Department of Commerce. (2021). *Food delivery industry report*. U.S. Government Printing Office.
<https://www.usitc.gov/publications/332/pub5192.pdf>

ANEXOS

Similarity Report

PAPER NAME	AUTHOR
KMPC.docx	KATHERINE MARLENE PAZ COLAN
WORD COUNT	CHARACTER COUNT
14502 Words	79313 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
98 Pages	8.0MB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Mar 8, 2024 9:33 PM GMT-5	Mar 8, 2024 9:35 PM GMT-5

13% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 10% Internet database
 - Crossref database
 - 8% Submitted Works database
- 2% Publications database
 - Crossref Posted Content database

Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material



Firma del autor



Huella



Firma del asesor



Huella

MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA PARA UNA PROPUESTA DE MEJORA CON DOS VARIABLES

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA “APLICACIÓN DE EVALUACIÓN DE OPORTUNIDADES PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ENTREGA A DOMICILIO EN LA POLLERÍA CARBÓN Y PUNTO, EN SURQUILLO DURANTE EL AÑO 2023”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	V. INDEPENDIENTE
¿La propuesta de implementación de la aplicación de evaluación de oportunidades para mejorar el servicio de entrega a domicilio en la Pollería Carbón y Punto, en Surquillo durante el año 2023?	Proponer la implementación de la aplicación de evaluación de oportunidades para mejorar el servicio de entrega a domicilio en la Pollería Carbón y Punto, en Surquillo durante el año 2023	1) Se espera que la implementación de la aplicación de evaluación de oportunidades para mejorar en el servicio de entrega a domicilio en la Pollería Carbón y Punto tenga un impacto positivo en la eficiencia de la entrega y, en consecuencia, en la satisfacción del cliente.	- Primera etapa Eficiencia en la Operación de Entrega. - Segunda etapa Satisfacción del Cliente. Precisión de los Pedidos.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	V. DEPENDIENTE

1) ¿Cuál es el diagnóstico situacional del servicio de entrega a domicilio de consumidores de la pollería Carbón y Punto? 2) ¿La propuesta de implementación de la evaluación de oportunidades mejorará el servicio de entrega a domicilio de consumidores de la pollería Carbón y Punto? 3) ¿La relación costo-beneficio de la propuesta de implementación de la evaluación de oportunidades mejorará el servicio de entrega a domicilio de consumidores de la pollería Carbón y Punto?	1) Elaborar un diagnóstico situacional del servicio de entrega a domicilio de consumidores de la pollería Carbón y Punto. 2) Proponer la implementación de la evaluación de oportunidades mejorará el servicio de entrega a domicilio de consumidores de la pollería Carbón y Punto. 3) Elaborar la relación costo-beneficio de la propuesta de implementación de la evaluación de oportunidades mejorará el servicio de entrega a domicilio de consumidores de la pollería Carbón y Punto.	1) Si se identifican y abordan los factores que causan ineficiencia en la entrega a domicilio, entonces se mejorará la eficiencia en la operación de entrega. 2) Si se implementan estrategias de optimización, entonces la satisfacción del cliente con el servicio de entrega aumentará. 3) Se espera mejorar el costo beneficio mediante la evaluación de oportunidades.	• Eficiencia en la Operación de Entrega. • Satisfacción del Cliente. • Mejorar márgenes de costo beneficio.
---	--	--	---

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES PARA UN DISEÑO EXPERIMENTAL PROPIAMENTE DICHO

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES		
Servicio de Entrega a Domicilio	El autor Romain Cadario (2019) define el Servicio de Entrega a Domicilio Como influyen los diferentes factores en las decisiones de los consumidores al pedir comida a domicilio, y propone algunas estrategias para promover hábitos alimenticios más saludables. Por un lado, ofrece comodidad, variedad y personalización; por otro lado, puede generar sobreconsumo, desperdicio y contaminación.	Esta variable de Servicio de Entrega a Domicilio será medida con un experimento.	1) Pre-test. - Se medirá la Servicio de Entrega a Domicilio antes del experimento para demostrar que está mal.	- Tiempo promedio de entrega en minutos.	Información demográfica	Menos de 18 18-24 25-34 35-44 45-54 No desea indicar su edad
				- Porcentaje de clientes que recomendarían el servicio de entrega a otros		Menos de una vez al mes Mensual Semanal Más de una vez a la semana o más.
			2) Experimento. - Se hará el experimento (la implementación de la Evaluación de oportunidades)	- Encuestas de satisfacción de clientes (puntuación promedio).		Menos de 3 meses 3-6 meses 6 meses - 1 año Más de 1 año
				- Número de errores en los pedidos entregados.	EXPERIENCIA DE ENTREGA A DOMICILIO	Menos de 30 minutos 30-45 minutos 45-60 minutos No aplica

				- Tasa de entregas a tiempo en relación con el tiempo estimado de entrega.	Definitivamente recomendaría (5) Probablemente recomendaría (4) Neutral (3) Probablemente no recomendaría (2) Definitivamente no recomendaría (1)
				- Costo por cada operación.	En una escala de 1 a 5, ¿cómo calificarías tu satisfacción general con nuestro servicio de entrega a domicilio?
					¿Has experimentado algún error en tu pedido entregado? (Sí/No)
Evaluación de oportunidades	El autor Robert D. Hisrich (2017) define a la Evaluación de oportunidades como un conjunto de cinco criterios: la creación de valor, la rareza, la imitabilidad, la organización y la sostenibilidad Hisrich recomienda que estos criterios se evalúen	Esta variable de Evaluación de oportunidades será medida con un experimento.	3) Post-test. - Se medirá la Servicio de Entrega a Domicilio después del experimento para demostrar que ahora está bien y el experimento dio resultado	- Nivel de cumplimiento de entregas.	¿Con qué frecuencia tus pedidos son entregados a tiempo en comparación con el tiempo estimado de entrega?
					¿Consideras que el costo por cada operación es adecuado? (Sí/No)

	tanto desde una perspectiva interna como externa y se utilicen para determinar el potencial y el riesgo de las oportunidades identificadas.					En una escala de 1 a 5, ¿cómo calificarías nuestro nivel de cumplimiento de entregas?
					COMENTARIOS ADICIONALES	¿Hay algo más que te gustaría compartir sobre tu experiencia con nuestro servicio de entrega a domicilio?

Cuestionario:

Sección 1: Información Demográfica

1. Edad:

- Menos de 18
- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- No desea indicar su edad.

2. Frecuencia de Uso del Servicio:

- Menos de una vez al mes
- Mensual
- Semanal
- Más de una vez a la semana o más.

3. Tiempo como Cliente:

- Menos de 3 meses
- 3-6 meses
- 6 meses - 1 año
- Más de 1 año

Sección 2: Experiencia de Entrega a Domicilio

4. Tiempo Promedio de Entrega:

5. Menos de 30 minutos
6. 30-45 minutos
7. 45-60 minutos
8. No aplica

5. Porcentaje de Recomendación:

- Definitivamente recomendaría (5)
- Probablemente recomendaría (4)
- Neutral (3)
- Probablemente no recomendaría (2)
- Definitivamente no recomendaría (1)

6. Encuesta de Satisfacción:

- En una escala de 1 a 5, ¿cómo calificarías tu satisfacción general con nuestro servicio de entrega a domicilio?
- Definitivamente recomendaría (5)
- Probablemente recomendaría (4)
- Neutral (3)
- Probablemente no recomendaría (2)
- Definitivamente no recomendaría (1)

7. Errores en Pedidos:

- ¿Has experimentado algún error en tu pedido entregado? (Sí/No)
- Si la respuesta es sí, por favor, proporciona detalles.

8. Tasa de Entregas a Tiempo:

¿Con qué frecuencia tus pedidos son entregados a tiempo en comparación con el tiempo estimado de entrega?

- Siempre
- A menudo
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

9. Costo por Operación:

- ¿Consideras que el costo por cada operación es adecuado? (Sí/No)
- Si la respuesta es no, por favor, proporciona detalles.

10. Nivel de Cumplimiento de Entregas:

- En una escala de 1 a 5, ¿cómo calificarías nuestro nivel de cumplimiento de entregas?
- Definitivamente recomendaría (5)
- Probablemente recomendaría (4)
- Neutral (3)
- Probablemente no recomendaría (2)
- Definitivamente no recomendaría (1)

Sección 3: Comentarios Adicionales

1. Comentarios Abiertos:

- ¿Hay algo más que te gustaría compartir sobre tu experiencia con nuestro servicio de entrega a domicilio?