



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

Cadena de suministro para mejorar el servicio al cliente del  
restaurante “A lo Pobre Fast Food & Fusión”, Sullana 2022.

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

Licenciada en Administración de Empresas

**AUTORA:**

Azabache Cardoza, Karol Dariana ([orcid.org/0000-0003-1405-1397](https://orcid.org/0000-0003-1405-1397))

**ASESOR:**

Dr. Castillo Palacios, Freddy William ([orcid.org/0000-0001-5815-6559](https://orcid.org/0000-0001-5815-6559))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**PIURA – PERÚ**

**2023**

## **Dedicatoria**

Dedicado con mucho amor a mi pequeño hijo Alvaro Uriel, a mi padre Ricardo por siempre confiar en mí y brindarme todo su apoyo desde el primer día que empecé la universidad y a mis abuelitos José y Catalina por darme la fuerza necesaria para no dejar atrás mis sueños.

## **Agradecimiento**

En primer lugar a Dios por brindarme salud, fuerza y sabiduría para tomar buenas decisiones a lo largo de la vida universitaria, a mi padre por su apoyo en todo momento y a mi asesor de tesis el Dr. Castillo Palacios Freddy por su paciencia y enseñanzas.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, CASTILLO PALACIOS FREDDY WILLIAM, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Cadena de suministro para mejorar el servicio al cliente del restaurante "A lo Pobre Fast Food & Fusión", Sullana 2022.", cuyo autor es AZABACHE CARDOZA KAROL DARIANA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

PIURA, 12 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CASTILLO PALACIOS FREDDY WILLIAM DNI: 02842237 ORCID: 0000-0001-5815-6559	Firmado electrónicamente por: FWCASTILLOP el 12- 07-2023 19:45:08

Código documento Trilce: TRI - 0587841





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, AZABACHE CARDOZA KAROL DARIANA estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Cadena de suministro para mejorar el servicio al cliente del restaurante "A lo Pobre Fast Food & Fusión", Sullana 2022.", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
KAROL DARIANA AZABACHE CARDOZA DNI: 75327690 ORCID: 0000-0003-1405-1397	Firmado electrónicamente por: KAZABACHE el 12-07- 2023 17:00:15

Código documento Trilce: TRI - 0587840



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Caratula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor	iv
Declaratoria de Originalidad del Autor/ Autores	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización	14
3.3. Población, muestra y muestreo	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5. Procedimientos	17
3.6. Método de análisis de datos	17
IV. RESULTADOS	19
4.1. Informe de aplicación de cuestionario	19
4.2. Informe de aplicación de la guía de entrevista	27
V. DISCUSIÓN	33
VI. CONCLUSIONES	44
VII. RECOMENDACIONES	46
REFERENCIAS	
ANEXOS	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Proceso de Abastecimiento de insumos del Restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión .....	19
Tabla 2 Organización de los procesos productivos en el Restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión .....	20
Tabla 3 Acciones para facilitar la distribución de los productos en el restaurante A lo Pobre.....	22
Tabla 4 Interacción y trato del personal de atención con los cliente del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.....	23
Tabla 5 Fases del proceso para adaptarse a los cambios en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión .....	25
Tabla 6 Respuesta al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión. ....	26

## RESUMEN

El objetivo principal de la investigación fue diseñar estrategias con respecto a la cadena de suministro para la mejora del servicio al cliente en el restaurante A lo pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022. Se empleó una metodología aplicada, de enfoque mixto y diseño no experimental, transversal descriptivo. La población fue desconocida para la variable servicio al cliente sin embargo se empleó la fórmula correspondiente con un margen de error del 7% dando como resultado 196 clientes por otro lado en la variable cadena de suministro se tomaron en cuenta todos los trabajadores. En cuanto a los instrumentos de recolección de datos se utilizó el cuestionario y la guía de entrevista. Mostrando resultados que el 85.7% de los trabajadores indican que se logra cubrir las expectativas de los clientes a través de los platillos además que 35% de los clientes se muestran indecisos con la entrega de los productos a tiempo debido a la falta de comunicación y organización en la elaboración de inventarios por parte de ambas áreas por lo tanto se considera diseñar y desarrollar estrategias para mejorar el proceso de la cadena de suministro en el restaurante.

Palabras Clave: Cadena de suministro, estrategia y productos.

## **ABSTRACT**

The main objective of the research was to design strategies regarding the supply chain to improve customer service in the restaurant A lo pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022. An applied methodology, mixed approach and non-experimental design was used. , descriptive cross section. The population was unknown for the customer service variable, however, the corresponding formula was used with a margin of error of 7%, resulting in 196 customers, on the other hand, in the supply chain variable, all workers were taken into account. Regarding the data collection instruments, the questionnaire and the interview guide were used. Showing results that 85.7% of the workers indicate that it is possible to meet the expectations of the clients through the dishes, as well as that 35% of the clients are undecided with the delivery of the products on time due to the lack of communication and organization In the preparation of inventories by both areas, therefore, it is considered to design and develop strategies to improve the supply chain process in the restaurant.

Keywords: Supply chain, strategy and products.

## I. INTRODUCCIÓN

El Mundo es cambiante, la post pandemia afectó el sistema económico y financiero de nuestro país dejándolo inestable y con una brecha amplia de diferenciación, por otro lado las tendencias y hábitos de los consumidores también influyen en la parte del proceso para la realización de un bien o servicio, según Campos (2020) la cadena de suministro debe ser dinámica y adaptable a los cambios y demandas, así mismo GRM – Global Research Marketing (2021) el 86% cambio los hábitos de compras por canal online a diferencia de años anteriores, 11% al ritmo de siempre y el 3% menos que antes.

Además de ser un proceso el cual está relacionado con las compras, desarrollo, operaciones, distribución y finanzas que se asocian al servicio que se le brinda al cliente y asegurar su satisfacción Díaz (2017) define que la cadena de suministro debe estar gestionada según a las necesidades de los clientes de acuerdo a las capacidades de la empresa. Álvarez et al. (2020) afirman que en los países de China, México y Polonia los salarios están incrementando debido a la extensión geográfica de la cadena de suministro siendo refinados con la intensificación de elementos como tecnología y digitalización. En este caso las TIC'S (tecnologías de información y comunicaciones) las cuales presentan apoyo en la reducción de costos y el favorecimiento de flujo de bienes de tal modo la disminución del tiempo y los diversos canales sean eficaces.

Según un estudio de America Management Association, las compras realizadas por clientes leales conforma un 65% del volumen de ventas, esto quiere decir que si se logra cubrir las expectativas a los clientes en cuanto a servicio y calidad se tendrá ese porcentaje asegurado, para que esto sea posible se debe de tener presente estrategias en cuanto a cadena de suministro. Las empresas peruanas presentan un 2.90 de índice de madurez con respecto a la cadena de suministro es decir presenta un rango de madurez en desarrollo. Solo el 34% de las organizaciones reconocen tener un modelo avanzado con lo que respecta al sector de consumo masivo y

retail, en otros sectores como manufactura aún se encuentran en desarrollo (Pardo 2021).

Perú aún no presenta cambios en lo que respecta a competitividad presentando desventajas de empresas extranjeras lo cual corre un riesgo extremo en ser reemplazadas. Según IPSOS (2019) los índices de competitividad influyen en la gestión de inventarios y la eficacia en función a la demanda. Perú presenta un índice de 4.4. de 10 puntos, indicando que se encuentra en un nivel bajo de eficiencia en cuanto a cadena de suministro. Así mismo Banda et al. (2022) asegura que las pequeñas y medias empresas a nivel mundial representan la mayor parte del mercado además de pertenecer al 85% de nuevos puestos de trabajo, en la India las mypes aportan al crecimiento económico y social al igual que en la China, Alemania, Japón, Rusia y Brasil.

La presente investigación plantea dar respuesta al siguiente problema general: ¿De qué manera orienta la cadena de suministro a la mejora del servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022? Así mismo teniendo en cuenta los objetivos específicos: (a) ¿Cómo se lleva a cabo el abastecimiento de los insumos para brindar un mejor servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022?, (b) ¿Cómo se organizan los procesos productivos para mejorar el servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food, Sullana 2022?, (c) ¿Qué acciones emplean para facilitar la distribución de los productos y brindar un servicio eficiente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022?, (d) ¿Qué estrategias de debe de incorporar para brindar seguridad en el servicio del Restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022?, (e) ¿Cómo se realiza el proceso adaptabilidad para satisfacer la necesidad del cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022?, (f) ¿De qué manera se evalúa la respuesta del consumidor en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022?.

Ante las dificultades y debilidades presentadas en diversas investigaciones en el rubro, se presenta como justificación práctica la elaboración de un plan de mejorar el cual contenga estrategias eficaces que

fortalezcan significativamente los procesos con respecto a la cadena de suministro del restaurante así mismo incrementa la comunicación entre colaboradores y personas externas como proveedores de tal manera se brinde un servicio adecuado para los comensales en consecuencia a esto se percibirá mayor aceptación en el mercado.

Relacionando la justificación económica de la investigación, al realizar las estrategias elaboradas y mejorar puntos críticos dentro de los procesos productivos se evitará desaprovechar recursos económicos en el manejo de los mismos y brindando un mejor uso por otro lado estos incrementarán debido al aumento de ventas, fidelización de clientes e integrando nuevos comensales. Por último presenta una justificación metodológica con la finalidad de constatar el uso de estrategias y principios con respecto a la cadena de suministro y lograr ser utilizadas en empresas del mismo rubro.

Siendo así el objetivo general Diseñar estrategias con respecto a la cadena de suministro para la mejora del servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022. Y los objetivos específicos: (a) Definir el proceso de abastecimiento de insumos para brindar un mejor servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión 2022, (b) Identificar la organización de los procesos productivos para la mejora del servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022, (c) Determinar las acciones que se realizan para facilitar la distribución de los productos y brindar un servicio eficiente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, (d) Definir las estrategias que se deben de incorporar para brindar seguridad en el servicio en el restaurante A lo pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022, (e) Determinar las fases del proceso para adaptarse a los cambios y lograr satisfacer las necesidades en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022 y finalmente (f) Establecer una evaluación para percibir la respuesta al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

Saltos & Pérez (2020) en su investigación *Análisis y propuesta de mejoramiento de proceso en la empresa “Restaurante la Cañita”* en Carapungo sector del norte de Quito en el país de Ecuador, debido a que no se presenta gestión técnica con respecto a procesos teniendo como finalidad adicionar conocimientos en los procesos productivos de alimentos así mismo genere un cambio positivo además de presentar un diseño cualitativo de tipo transversal, empleando métodos: deductivo, para organizar las matrices, sintético para analizar los hallazgos y evaluar la capacidad y proponer métodos y finalmente analítico para identificar las capacidades y analizarlas independientemente. Con la finalidad de incorporar una propuesta innovadora de procesos en el restaurante la Cañita además de aportar conocimientos a emprendedores y generar cambios en sus empresas y aprovechar el turismo del sector.

En la ciudad de Manizales – Colombia, Ochoa (2020) en su investigación *Análisis de la cadena de suministro en el proceso de producción de café seco bajo el modelo SCOR, y su contribución al mejoramiento de la competitividad: estudio de caso Finca La Alicia, Santuario, Risalda* teniendo como finalidad analizar la empresa con el modelo SCOR del mismo modo la producción del café seco y su cadena de suministro y de qué manera contribuye en su competitividad, enfocado en la caficultura permitiendo así dar origen a nuevas herramientas, mecanismos y técnicas que puedan ser utilizadas en este ámbito. Presentando una metodología con enfoque mixto tanto cuantitativo y cualitativo además de emplear una temporalidad transaccional.

Además en la ciudad de Girardot – Colombia Lombo et al. (2019) en su investigación *Cadena de valor del proceso de compras a partir de la experiencia del restaurante Lombo Grill House en Girardot* teniendo como finalidad presentar una proposición de nuevos procesos de la cadena de valor teniendo en cuenta las compras del restaurante Lombo Grill House de acuerdo a los resultados de la tesis se elaboró una propuesta en base a la lista de compras, proveedores y análisis FODA con la finalidad de controlar

los costos y procesos además de presentar una metodología cualitativa debido a su análisis de tipo descriptiva de campo la cual su población es el total de colaboradores de cocina, administrativos entre otros aplicándoles una entrevista para establecer la optimizar los procesos productivos.

Así mismo en Colombia García (2018) en su investigación denominada: *Mejorar el macroproceso de la logística de despacho mediante el análisis, el diseño y la implementación de herramienta para el control de inventarios y la mejorar de servicio al cliente* teniendo como necesidad el análisis, la mejora y acompañamiento de los procesos de manera eficiente y optima de la compañía Sueño y Diversión encargada a la elaboración y venta de prendas de vestir. El objetivo de la tesis es abordar el macroproceso de logística de la organización con la finalidad de mejorar los métodos que realizan además de administrar la logística con respecto a los pedidos de tal manera que gestione inventarios adecuados y del mismo modo mantener la disponibilidad del producto y buscar los métodos adecuados y disminuir los tiempos mejorando en la productividad. Finalmente se empleó una metodología a cada etapa primero el diagnóstico de la empresa, segundo el esquema de procesos en tercer lugar diseñar y documentar procesos, luego caracterización de macroprocesos y por último implementar procesos y técnicas.

En Medellín – Colombia, Jaramillo (2017) en su investigación *Desarrollo del plan de proyecto de la cadena de suministro en el negocio café del Grupo Nutresa, para la producción de mezclas de café en el mercado asiático, a partir de la metodología del PMI* teniendo como objetivo la presentación de un modelo de producto en Malasia e incorporar el negocio del café en mercados Asiáticos generando un efecto positivo a la cadena de valor. Presentando dicha investigación un enfoque cualitativo, recolectando datos a través de un cuestionario también fue exploratorio y la observación en modelos existentes con la finalidad de evidenciar ventajas y desventajas durante el proceso, dicha metodología incorporó herramientas para el desarrollo del proyecto, alternativas o realizar un modelo operativo que se desarrolle legalmente y lograr la aceptación en otros países.

Pesantes (2020) presentó la *Propuesta para mejorar la gestión de la cadena de abastecimiento de servicios de un supermercado* teniendo objetivo elaborar una propuesta para el mejoramiento de la gestión de abastecimiento de compras en la categoría de servicio en un supermercado considerando compras estratégicas entre otras. Estableciendo una metodología por etapas empezando por una entrevista realizada a jefes y gerentes en segundo lugar se realizó un diagnóstico de la situación e identificando los puntos débiles, en la tercera fase del proceso se llevó a cabo priorizar el proceso y proyectos y finalmente la propuesta de mejora.

Así mismo Tarrillo (2019) en la investigación *Gestión de la cadena de suministros para incrementar la productividad en la empresa dulcería Manjar Real* teniendo como objetivo principal determinar la gestión de la cadena de suministro para el incremento de competitividad en la empresa, empleando una metodología de tipo aplicada y brindando solución a situaciones reales basadas en la investigación y con diseño no experimental ya que será transformado algún dato hallado. Llegando a la conclusión que se evidencia la ausencia de capacitación, inducción y el defectuoso almacenamiento de materias lo cual origina el deterioro de producto.

Y finalmente Rojas (2019) en su investigación denominada: *Sistema de gestión logístico para la satisfacción de los clientes de la ferretería El Tambo EIRL* presentando como objetivo identificar como influye el sistema de gestión y logística con respecto a del cliente en la empresa, empleando herramientas para brindar resultados en el cumplimiento de pedidos, control y procedimientos. En lo metodológico se empleó un tipo de investigación aplicada con un nivel correlacional permitiendo llegar a integrar el sistema de gestión logística viéndose reflejada en los resultados hacia los clientes del mismo modo confirmaron que un buen desarrollo del sistema de gestión se relaciona directamente con la satisfacción, si se gestiona de la manera correcta se verá reflejado en el servicio así mismo superar el número de visitantes.

Además se presenta la investigación de Quispe (2017) *Cadena de suministro y la calidad de servicio de la empresa Barret & BUR S.A.C Periodo*

2015 al 2016 teniendo como objetivo el análisis de la cadena de suministro y la calidad del servicio en la empresa Barret & BUR S.A.C con la finalidad de brindar una mejora a los clientes y potenciar sus ventas. Presentando una metodología de diseño no experimental y de tipo descriptiva y transversal para describir ambas variables de estudio como lo son: cadena de suministro y el nivel de servicio. Obteniendo como resultado de la investigación que la demora de entrega es de una hora aproximadamente y los costos han incrementado en un 23% por lo consiguiente el 60% de proveedores se encuentran insatisfechos.

Bautista & Ramírez (2021) en su investigación *Marketing logístico para orientar la gestión comercial del restaurant "Donde Pako's", Piura – 2021* teniendo como propósito conocer la importancia del marketing logístico con la finalidad de orientar la gestión comercial de dicho restaurante, con lo que respecta a la metodología se realizó de enfoque mixto utilizando tres instrumentos para la recolección de información, dos de ellos cualitativo y uno cuantitativo, de tipo aplicada y de nivel no experimental, aplicando a 384 clientes. Llegando a la conclusión en base a los resultados ofrecer una mejora con respecto a la gestión comercial en base a una propuesta disruptiva.

Así mismo Barrientos (2020) en su investigación titulada *Gestión administrativa para orientar la cadena de suministro de la mensajería Full Services Regional E.I.R.L – Piura 2019* la cual tiene como objetivo principal plantear estrategias con respecto a la gestión administrativa del mismo modo orientar la cadena de suministros de la organización, empleando una metodología con diseño no experimental, de modo transversal y descriptivo así mismo como instrumento se llevó a cabo un cuestionario a los trabajadores y guía de entrevista, llegando a la conclusión que se presenta una restricción en la planificación de la empresa y falta de compromiso y comunicación.

De este modo Almestar (2017) en su investigación denominada: *Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las mypes del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino – Piura, año 2017* siendo el propósito determinar las características competitivas, considerando que el

rubro de pollerías endicha urbanización. Su metodología fue de tipo descriptiva con un nivel cuantitativo y con diseño no experimental. Planteando las 64 encuestas y llegando a la conclusión que la fortaleza mayor es la infraestructura.

También Ruesta & Silupú (2019) en su investigación denominada: *La calidad de los productos culinarios del restaurante Don Parce y su influencia en la fidelización del cliente en Piura Metropolitana, 2019* teniendo como finalidad identificar los platillos dirigidos a brindar una respuesta a los comensales y los canales de consumo para brindar un producto acorde a los comensales sin poner excepción a la calidad, complementos y procesos. Siendo de tipo descriptivo, diseño no experimental – transversal y obteniendo resultados que existe una relación entre calidad y fidelización al cliente en el restaurante Don Parce basada en el modelo SERVQUAL obteniendo como resultado que presenta un relación entre la calidad y fidelización y no existe un rechazo con respecto a la hipótesis.

Finalmente Castillo (2019) en su investigación denominada: *Análisis y propuesta de mejora de la cadena de suministro de banano orgánico de las provincias de Morropón y Sullana*, presentando el objetivo principal que es dar a conocer el proceso de la cadena de suministro del banano orgánico de productores de dichas provincias y brindar propuestas para la mejora en base a las fases de la cadena, presentando una metodología con enfoque cualitativo para la recopilación de datos permitiendo identificar las fases y quienes intervienen en dicha cadena además de emplear un enfoque cuantitativo para comparar los resultados y analizar la eficiencia, costos y rentabilidad y por último uso de herramientas como entrevistas, cuestionarios y juicio a expertos.

Así mismo la cadena de suministro Tejada et al. (2022) consideran que es la encargada de controlar, planificar e implementar el flujo de materia y productos terminados además del flujo de información desde su origen hasta su destino, cubriendo las necesidades de los clientes y generando costos mínimos en su producción. En la cual están involucrados clientes y

proveedores y dentro del flujo de este: compras, producción, almacenes, distribución y finalmente ventas.

De tal manera que se ha considerado el abastecimiento un proceso importante en la empresa debido a la labor logística para adquirir bienes o servicios para una adecuada producción en conjunto a ella relacionando a proveedores Mortara & Tabone (2020). Granillo y Gonzales (2021) definen que los proveedores son fundamentales en el modelo operativo lo cual permite incrementar la competitividad en las empresas, pueden administrar el total o parte de las operaciones ya sea dentro o fuera de la compañía además influye la innovación y el servicio al cliente lo cual motivan el éxito en la cadena de suministro. Por otro lado Ocampo y Prada (2018) definen que las alianzas estratégicas entre proveedores y fabricantes tienen un impacto en la red de valor, la colaboración impacta positivamente buscando la reducción de costos, aumento de agilidad, adaptabilidad y alineamiento para la satisfacción de cliente.

Por lo tanto el sistema de compra es el proceso de aprovisionamiento de insumos, repuestos y materiales en una cantidad necesaria, precio conveniente y suministrar de manera interrumpida y finalmente la planeación de que manera se llevará a cabo dichos procesos, establecer tiempos y asignar al personal idóneo lo define Esucomex (2017). Así mismo se manifiesta que enfoca en el abastecimiento de las necesidades de la empresa: insumos materiales es decir saber quién, cuándo y cómo se realizará la compra lo cual generará la mejora de la economía y ganancia a la organización sin bien es cierto las empresas son diferentes y sus necesidades ya se por el tamaño o la situación geográfica (Huamán 2017). De tal manera que la planeación dentro del abastecimiento de la organización incluye diversas actividades que componen este proceso: las compras, transporte, almacenamiento y gestión de inventarios los cuales afectan a la capacidad de respuesta en la eficiencia de la cadena de suministro afirma Galviz y Martinez (2021).

De igual manera la dimensión de producción Arrascue (2022) define que es el proceso en el cual se planifica las actividades con respecto al

producto así como también las actividades con respecto al diseño e ingeniería del producto de este modo se ve involucrado la calidad para lograr el éxito a largo plazo vinculada con el incremento de rentabilidad y productividad además de la control y gestión Cochachi (2018) argumenta que es un proceso en el cual se organiza, planea, dirige y coordina los administradores o gerentes de una empresa. Por otra parte la calidad es considerada como un referente a la competitividad y además de relacionarse con los costos, teniendo como objetivo la satisfacción del cliente, desempeño de procesos y la garantía generando así la fidelidad y confianza por otro lado controlar los productos defectuosos y evidenciar la deficiencia lo definen (Herrera et al. 2018).

Así mismo el control de la producción en la empresa, antes de iniciar las operaciones se debe de medir las acciones a realizar para que en el proceso se identifiquen las fallas y corregirlas de esto se encarga el control teniendo un nivel estratégico, táctico y operativo, mientras mayor sea el tamaño de la organización más riguroso será el control y se deben asignar funciones así lo determina Vilcarromero (2017) finalmente la toma de decisiones está relacionado con lo económico además de adquirir de recursos y de qué manera será administrados para ello la persona encargada lo hará dependiendo a la prioridad de estos y las consecuencias que repercutirá así mismo el volumen a producir, recursos a utilizar y que generen el mayor beneficio a la organización.'

Como tercer dimensión se analizará la distribución según Cardona et al. (2019) definen como la logística de salida además de ser una fase encargada de gestionar las actividades relacionadas con el movimiento de productos terminados desde el fin de fabricación a manos del consumidor. Incorporando factores que logren medir la eficiencia de ello, el transporte es una función principal la cual se basa en el movimiento del producto de un lugar a otro hasta llegar al cliente, formado por elementos: infraestructura, vehículo, empresa de servicio y estén relacionados entre sí estas exigencias pueden variar dependiendo a que rubro está relacionada la empresa lo define (Toro 2019). El plazo de entrega también se le conoce como plazo de

aprovisionamiento es el que transcurre desde el momento que se solicita el producto hasta que se recibe lo afirma (Gutierrez 2018).

Como último indicador se presenta el empaque en el cual se distribuido el producto teniendo como función principal protegerlo de estímulos externos dañinos y este pueda conservar sus características de tal manera que logre satisfacer al consumidor, considerando emplear huella ecológica y tener empaques con menos efecto contaminante afirma (Andrade et al. 2018) de este modo Perú presenta la ley N° 30884 la cual regula el plástico de un solo uso y los recipientes descartables, el uso de productos plásticos innecesarios es decir aquellos que no son reciclables o presentan riesgos para la salud pública y/o ambiental argumenta el Ministerio del Ambiente a partir del Sistema Nacional de Información Ambiental.

Como segunda variable se encuentra servicio al cliente Murillo (2018) argumenta que es un procedimiento el cual se encargar de establecer relación con el consumidor y disponer de herramientas al iniciar una relación comercial y atender las necesidades del cliente generando así que este regrese a la empresa con frecuencia e intención de compra. Además se considera como un conjunto de estrategias que desarrolla una organización para encaminar al mercado, es por ello que se considera como indicadores a: seguridad Hernández (2017) define que esta dimensión permite que el cliente presente sus problemas considerando con certeza que serán resueltos lo mejor posible además que incluye consigo credibilidad, integridad y honestidad, la seguridad es importante ya que los clientes optan por la capacidad de la empresa que serán guiados por los reconocimiento, prestigio, certificados por un bien o servicio que brindará.

De tal manera que la interacción como indicador tiene la finalidad de brindar mejoras en calidad del servicio no solo es necesario que las interacciones sean eficientes, por lo contrario para lograr este acierto competitivo se debe de identificar características de los consumidores más rentables de la organización además la confianza Ho (2021) forma parte de la relación del consumidor con la organización, siendo factor importante de ambas partes el cual permite una fidelización además de captar nuevos y

actuales cliente Burbano et al. (2018). Por otro lado la comunicación se compone desde la imagen corporativa hasta las promociones y ofertas llevando un proceso, por lo tanto será que los consumidores conozcan de la organización y construir confianza en el producto o servicio así mismo en el momento de interactuar con el cliente al momento de consumir dentro o fuera del establecimiento bríndale la información necesaria de los producto, precios y la características que lo relacionan (Fundación Nakint 2017).

La adaptabilidad es un proceso importante dentro del servicio al cliente, las tendencias hacen que las organizaciones se vean en la obligación de generar un cambio es por ello que Yokiris (2018) define que el ser humano debe de modificar ciertos comportamientos a procesos nuevos con la finalidad de desarrollar la capacidad para acomodarse de forma eficiente y realizar funciones sin ver afectadas las actividades de la organización además Barreto et al. (2019) argumenta que la empresa tenga esta habilidad de adaptarse depende mucho de las decisiones que se realizarán para esto es importante la investigación y búsqueda de nuevas alternativas y mecanismos de solución. Considerando importante evaluar los indicadores de Tecnología lo cual Márquez (2021) argumenta que el cliente ya sea indirectamente o no se ve involucrado con la tecnología y en conjunto se puede llegar a lograr una fusión y generar un proceso creativo para su beneficio, organizando fases que permiten obtener una solución o mejora para la organización. Por otro lado permite modificar constantemente según las tendencias para alcanzar el progreso, ya que en la actualidad el capital y la manos de obra sino también por el conocimiento que se obtiene a través de ella.

Así mismo la información que se obtendrá como resultado de las indagaciones a través de recursos tecnológicos para optimización de los procesos esto conlleva a la continuidad en sus labores Rodriguez et al. (2021) considera que para obtener eficacia en las tareas planificadas se debe obtener previamente el conocimiento para ser ejecutadas tales como rutinas organizativas, cambio de horarios o forma en la que se realizarán los trabajos, cambios en la forma de gestionar la información y finalmente los recursos humanos Arias (2021) el personal que protagonizará el cambio y se adapte

al mismo, siendo un mecanismo clave para la empresa por otro lado se debe de conocer al personal que se encuentra laborando y evidenciar si soportan todas las operaciones, descubrir las características de las personas y de este modo fortalecer los equipos de trabajo según las capacidades.

Finalmente la capacidad de respuesta Neyra (2018) define como la capacidad de respuesta que se le brinda a los clientes, la disposición a entregar un buen servicio, mantenerse informado y planteando mejoras en ello implica el tiempo que se emplea en proporcionar un pedido además la acceso hacia los clientes y la disponibilidad para poder cumplir con lo asignado. Como primer indicador se encuentra la rapidez Díaz et al. (2021) argumenta que se debe de encontrar un equilibrio entre la rapidez y la calidad en primer lugar se debe de entender al cliente e implementar acciones de mejora con diferentes canales de comunicación e identificar cuáles son y por qué los eligen.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

##### **3.1.1. Tipo de Investigación**

El proyecto presenta una investigación de tipo aplicada teniendo como finalidad resolver un problema en específico en este caso del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión en la provincia de Sullana, el enfoque es mixto debido a que los datos obtenidos en las encuestas serán analizados por métodos cuantitativo a diferencia de los que se obtendrán en la entrevista con métodos cualitativos (Schwarz 2017).

##### **3.1.2. Diseño de investigación**

La investigación tiene un diseño no experimental, transversal descriptivo. Cabezas et al. (2019) consideran que una investigación es no experimental cuando no se modifica ninguna variable de la investigación además transversal por que la medición de datos se lleva a cabo en un momento y finalmente descriptiva porque se limita la información la cual debe ser verídica, precisa y sistemática haciendo inferencias entorno al fenómeno (Guevara 2022).

#### **3.2. Variables y operacionalización**

##### **3.2.1. Cadena de Suministro**

Díaz (2017) argumenta que es una actividad en la cual se complementan diferentes disciplinas en el área de la empresa desde las compras de insumos hasta después de la venta, teniendo como función principal que el cliente tenga un producto de calidad en el tiempo y lugar adecuado por lo tanto siempre estará en función al cliente y a las capacidades de la empresa. Se debe de aplicar como un modelo de gestión y planeación con el fin de generar ventajas competitivas y diferenciación en el mercado.

### **3.2.2. Servicio al cliente**

Murillo (2018) se entiende como el proceso el cual se encarga de presentar relación con el consumidor al disponer herramientas con la finalidad de satisfacer necesidades o requerimiento de las persona ante un producto o servicio. De tal manera la empresa debe atender dichas necesidades y procurar que regresen con frecuencia e intención de compra.

De Pablos (2018) argumenta que existen diversos elementos que generan satisfacción en el cliente y comprometen diversos aspectos, entre los más significativos se encuentran: cortesía y amabilidad, dedicación y tiempo oportuno a cada cliente, eficacia en la resolución de conflictos, disposición para la resolución de conflictos entre otros.

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

#### **3.3.1. Población**

Sucasaire (2022) argumenta que la población dentro de una investigación es el conjunto de elementos en los cuales se analizarán las variables además de conocer ciertas características de la realidad en relación a las mismas. En la presente investigación se tomó como población a todo el personal que labora en el restaurante A Lo pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.

- Cadena de Suministro: se evaluará al personal de la empresa, todas las áreas sin excepción.
- Servicio al cliente: la población es desconocida por lo tanto se aplicará la formula correspondiente para haya el número de personas a analizar.

### 3.3.2. Muestra

La población es desconocida, para hallar la muestra se aplicó la fórmula indicada con un margen de error del 7%. Dando como resultado 196 personas a encuestar Arias (2016) define que la finalidad de emplear una muestra es ahorrar tiempo y recursos además de obtener un estudio de calidad, siempre y cuando se conserven las características de la población.

## 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 3.4.1. Técnicas

- a. **Encuesta:** Cisneros et al. (2022) consideran que es la técnica más utilizada en las investigaciones la cual consiste que un entrevistador asiste con un cuestionario estructurado correctamente para aplicarlo ante una población puede ser online o presencial. En la investigación se encuestó al personal de la organización sin excepción alguna además a los clientes de la empresa para tener conocimiento de ambas partes involucradas.
- b. **La entrevista:** manifiestan que es la actividad que se realiza de manera presencial entre dos a más personas, la consiste en que un entrevistador de manera oral extrae información de las otras personas del mismo modo intercambian opiniones sobre un tema en específico (Useche et al. 2019).

### 3.4.2. Instrumentos

- a. **Cuestionario:** Castro (2019) define que es un conjunto de preguntas con el fin de alcanzar un propósito y cumplir los objetivos de la investigación, es un plan formal para reunir información de la unidad de análisis. Por lo tanto se realizó diversas preguntas de acorde al tema dependiendo de cada indicador de las variables a estudiar.

**b. Guía de entrevista:** considera que es un instrumento fundamental para llevar a cabo la entrevista de manera correcta, en el cual se incluirán los elementos a investigar. Anticipadamente se le hará conocer al entrevistado para tenerlo presente durante el proceso ya sea en su totalidad o algunos puntos también el objetivo de la investigación (Tejero 2021).

### **3.5. Procedimientos**

Para poder llevar a cabo la investigación y la aplicación del cuestionario, se coordinó con el administrador del restaurante para tener acceso con el personal de ambos turnos en un horario adecuado y no se interrumpa sus labores. La encuesta se realizó de manera presencial para poder dialogar con los trabajadores considerando que son pocos los miembros de la empresa, además de acordar la fecha y hora a realizarse y comunicales anticipadamente por otro lado la encuesta para analizar el servicio al cliente se llevó a cabo de manera virtual a través de google forms.

De mismo modo con la guía de entrevista que nos servirá de apoyo para la formulación de preguntas a la persona encargada de la empresa que se elaborarán de acuerdo a los indicadores de cada dimensión con la finalidad de conocer en qué situación se encuentra e incorporar datos que no se verán reflejados en la encuesta.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Para procesar los datos obtenidos en las encuestas realizadas se empleará el programa EPSS con la finalidad de exportar los datos obtenidos y generar las gráficas para analizar los resultados en base a los objetivos. Del mismo modo con los datos obtenidos en la entrevista utilizando los métodos cualitativos para realizar un resumen de la entrevista.

### **3.7. Aspectos éticos**

La presente investigación se llevó a cabo de acuerdo a los aspectos éticos regidos para este tipo trabajos respetando la integridad de terceros que hayan sido participe de la investigación así mismo de manera independiente y de cualquier ámbito religioso, político o cualquier otra índole. Así mismo se realizó de manera original teniendo como guía otros proyectos pero respetando su autoría y la confiabilidad con los datos de la empresa analizada según el CÓDIGO DE ETICA DE LA UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO N° 0126-2017/UCV.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Informe de aplicación de cuestionario

#### Cadena de Suministro

**Objetivo Específico 1:** Definir el proceso de abastecimiento de insumos para brindar un mejor servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión 2022.

**Tabla 1**

Proceso de Abastecimiento de insumos del Restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.

Ítems	Alternativas promedio										Total	
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indeciso		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo			
	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	F	%
-Considera que los proveedores de la empresa presentan los estándares adecuados en lo que respecta a calidad y responsabilidad.	1	14.3%	5	71.4%	1	14.3%	0	0%	0	0%	7	100%
-Ud. considera que el sistema de compras del restaurante presenta procedimientos que aseguran el suministro del local	1	14.3%	5	71.4%	1	14.3%	0	0%	0	0%	7	100%
- Considera que el flujo de actividades dentro del proceso de compras es adecuado	1	12.5%	6	87.5%	0	0%	0	0%	0	0%	7	100%
-Considera Ud. que el plan de abastecimiento de la empresa logra cumplir la producción esperada	2	28.6%	5	71.4%	0	0%	0	0%	0	0%	7	100%

*Nota: Cuestionario aplicado a trabajadores del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.*

De acuerdo a la Tabla 1 se evidencia que el 71.4% de los trabajadores está de acuerdo que los proveedores cumplen con los estándares adecuados con respecto a calidad y responsabilidad además el 71.4% considera que el sistema de compras presenta procedimiento que aseguran el suministro del local así mismo el 87.5%

de trabajadores está de acuerdo que el flujo de actividades dentro del proceso es el adecuado y finalmente el 71.4% cree conveniente que el plan de abastecimiento logra cubrir la producción esperada.

Ante estas respuestas se interpreta que el proceso de abastecimiento de insumos del restaurante se realiza correctamente, desde los productos que brindan calidad por parte de los proveedores, procesos, actividades para poder cubrir la producción esperada de la empresa y lograr satisfacer a los clientes.

**Objetivo Especifico 2:** Identificar la organización de los procesos productivos para mejorar el servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.

**Tabla 2**

Organización de los procesos productivos en el Restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.

Ítems	Alternativas promedio										Total	
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indeciso		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo			
	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	F	%
-Los insumos presentan las cualidades necesarias para la preparación de los platillos que ofrecen.	4	57.1%	3	42.9%	0	0%	0	0%	0	0%	7	100%
-Ud. considera que a través de los platillos se logra cubrir las expectativas de los consumidores.	6	87.5%	1	12.5%	0	0%	0	0%	0	0%	7	100%
- Se realiza un proceso de verificación para garantizar la inocuidad en cada platillo	2	28.6%	3	42.9%	2	28.6%	0	0%	0	0%	7	100%

- Considera que es o debe ser partícipe de decisiones internas que sean de interés general en la organización.	0	0%	6	85.7%	1	14.3%	0	0%	0	0%	7	100%
--	---	----	---	-------	---	-------	---	----	---	----	---	------

---

*Nota: Cuestionario aplicado a trabajadores del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.*

De acuerdo la Tabla 2, el 57.1% de los trabajadores está totalmente de acuerdo que los insumos presentan las cualidades necesarias para la preparación de los platillos, así mismo el 87.5% de estos asegura que se logra cubrir las expectativas de los clientes a través de los platillos sin embargo solo el 28.6% está totalmente de acuerdo que se logre realizar un proceso de verificación de los platos antes de ser entregados a los clientes y finalmente el 85.7% de los trabajadores considera que debe ser participe en las decisiones internas y solo el 14.3% se muestra indeciso en esta opción.

Ante los resultados con respecto a los procesos productivos del restaurante se muestra afirmación con el cumplimiento de estos procesos en la producción sin embargo cierta parte de los trabajadores no están totalmente de acuerdo en algunos puntos considerando que son los del área de atención al cliente.

**Objetivo Especifico 3:** Determinar las acciones que se realizan para facilitar la distribución de los productos y brindar un servicio eficiente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.

**Tabla 3**

Acciones que se realizan para facilitar la distribución de los productos en el restaurante A lo Pobre.

Ítems	Alternativas promedio										Total	
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indeciso		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo			
	f	%	F	%	F	%	f	%	f	%	F	%
- Considera que los proveedores transportan de manera eficaz los insumos.	1	14.3%	6	85.7%	0	0%	0	0%	0	0%	7	100%
-En el restaurante se realizan proyecciones de tiempo con respecto a la preparación de cada platillo.	0	0%	4	57.1%	3	42.9%	0	0%	0	0%	7	100%
- Cuando se emplea el sistema delivery, el envase y empaquetado presentan las condiciones adecuadas para llegar en óptimas condiciones al cliente.	6	85.7%	1	14.3%	0	0%	0	0%	0	0%	7	100%

*Nota: Cuestionario aplicado a trabajadores del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.*

En la Tabla 3 se evidencia que el 85.7% de los colaboradores del restaurante está de acuerdo que el transporte de los proveedores se realiza correctamente además el 42.9% se muestra indeciso con el tiempo de proyecciones de la preparación de cada platillo sin embargo el 57.1% si está de acuerdo que se realizan dichas proyecciones, finalmente el 85.7% está totalmente de acuerdo que el empaque presenta la condiciones adecuadas para llegar en óptimas condiciones cuando se emplea el sistema delivery.

De acuerdo a lo que indican los resultados se realizan acciones que sirven de apoyo para facilitar la distribución de los productos como proyección de tiempos en cada platillo, la llegada de productos por parte

de proveedores y con respecto al sistema delivery emplear el empaque adecuado.

### Servicio al Cliente

**Objetivo Especifico 4:** Definir las estrategias que se deben de incorporar para brindar seguridad en el servicio en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.

**Tabla 4**

Interacción y trato del personal de atención con los cliente del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.

Ítems	Alternativas promedio										Total	
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indeciso		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo			
	f	%	f	%	F	%	F	%	f	%	F	%
-Considera adecuada la manera en la que interactúa el personal de atención al cliente.	131	67%	10	5%	29	15%	6	3%	0	0%	196	100%
-La interacción por redes sociales es dinámica (sorteos, encuestas, promociones).	108	55%	68	35%	10	5%	10	5%	0	0%	196	100%
-Al momento de interactuar con el restaurante, considera que la respuesta es rápida.	39	20%	157	80%	0	0%	0	0%	0	0%	196	100%
-La empresa le transmite confianza a través de su trato.	88	45%	108	55%	0	0%	0	0%	0	0%	196	100%
-La relación a través de redes sociales le genera confianza en el proceso de compra.	69	35%	127	65%	0	0%	0	0%	0	0%	196	100%
-Está de acuerdo con la comunicación que emplean los encargados de atención al cliente.	98	50%	98	50%	0	0%	0	0%	0	0%	196	100%

-La comunicación en el restaurante es la adecuada y logra resolver sus inquietudes.	137	70%	59	30%	0	0%	0	0%	0	0%	196	100%
---	-----	-----	----	-----	---	----	---	----	---	----	-----	------

*Nota: Cuestionario aplicado a los clientes del Restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.*

Como se evidencia en la Tabla 4 el 67% de los consumidores del restaurante están totalmente de acuerdo en la manera que interactúa el personal de atención al permanecer en el local así mismo 65% de los clientes se muestra conforme de la manera en la que interactúa la empresa a través de sus redes sociales como lo es con sorteos, encuestas y promociones además la respuesta se considera rápida por parte del 55% de clientes está de acuerdo con ello, de igual manera con la confianza a través del trato personalizado el 45% está totalmente de acuerdo con ello por lo tanto la relación a través de redes sociales genera confianza a un 65% de clientes que está de acuerdo y finalmente con respecto a la comunicación que existe en el restaurante entre clientes y consumidores el 50% está conforme y el 70% considera que la comunicación es adecuada y logra resolver sus inquietudes.

Teniendo en cuenta los resultados se evidencia que la interacción y trato del personal de atención para con los clientes es buena así mismo la comunicación con ellos que transmite confianza sin embargo no es un su totalidad y poder reforzarlo con estrategias que fortalezcan la seguridad.

**Objetivo Especifico 5:** Determinar las fases del proceso para adaptarse a los cambios y lograr satisfacer las necesidades en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.

**Tabla 5**

Fases del proceso para adaptarse a los cambios en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.

Ítems	Alternativas promedio										Total	
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indeciso		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo			
	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%	F	%
- Considera que la empresa emplea tecnología que ayuda a facilitar su compra a través de POS, medios de pago.	39	80%	157	20%	0	0%	0	0%	0	0%	196	100%
- La empresa innova con tecnología al alcance del rubro gastronómico (sistema de pedidos).	39	20%	157	80%	0	0%	0	0%	0	0%	196	100%
- La empresa brinda información detallada y precisa de sus platillos.	147	75%	29	15%	12	6%	8	4%	0	0%	196	100%
- La información sobre precios y promociones que brinda la empresa a través de sus redes sociales es verídica.	166	85%	20	10%	10	5%	0	0%	0	0%	196	100%
- El personal está capacitado con los recursos tecnológicos de la empresa.	39	20%	157	80%	0	0%	0	0%	0	0%	196	100%
- Los trabajadores se diferencian del personal de la competencia por su trato personalizado.	39	20%	157	80%	0	0%	0	0%	0	0%	196	100%

*Nota: Cuestionario aplicado a los clientes del Restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.*

En la Tabla 5 se evidencia el proceso de compra que presenta el restaurante, el 80% de los clientes está totalmente de acuerdo con la tecnología que emplea el restaurante para realizar los pagos que facilitan sus compras, además que si presenta innovación con su sistema de pedidos un 80% está de acuerdo, así mismo el 75% de clientes considera que la empresa brinda información detallada de sus platillos como lo es precio y sus características. Por otro lado afirman estar totalmente de acuerdo 15% que el personal esta capacitados con los recursos tecnológicos del local y finalmente el 80% de los clientes está de acuerdo que el trato de los trabajadores se diferencia de la competencia.

A través de los resultados se concluye que el restaurante se adapta a los cambios tecnológicos del rubro gastronómico de tal manera que permite satisfacer las necesidades de los clientes y facilitar su proceso de compra y que la permanencia en el local sea agradable y amena.

**Objetivo Especifico 6:** Establecer una evaluación para percibir la respuesta al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión 2022.

**Tabla 6**

Respuesta al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.

Ítems	Alternativas promedio										Total	
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indeciso		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo			
	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%	F	%
- Considera que la atención que brinda la empresa es rápida y cubre sus expectativas.	5	25%	15	75%	0	0%	0	0%	0	0%	196	100%
- Ud. cree que la respuesta a través de redes sociales es inmediata.	10	5%	176	90%	10	5%	0	0%	0	0%	196	100%
- Los productos llegan en el tiempo indicado	20	10%	108	55%	69	35%	0	0%	0	0%	196	100%
-Los platillos encargados llegan adecuadamente	176	90%	20	10%	0	0%	0	0%	0	0%	196	100%
- El tiempo de espera es prudente												

dentro de lo establecido.	10	5%	127	65%	59	30%	0	0%	0	0%	196	100%
---------------------------	----	----	-----	-----	----	-----	---	----	---	----	-----	------

---

*Nota: Cuestionario aplicado a los clientes del Restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.*

En la Tabla 6 se exponen los resultados con respecto a la respuesta que tienen los consumidores ante la atención del restaurante, el 75% de ellos está de acuerdo con la atención que brinda la empresa y cubre sus expectativas por otro lado el 90% está de acuerdo que la respuesta a través de redes es inmediata y un 5% se muestra indeciso además que los productos llegan en el tiempo indicado el 55% está de acuerdo y un 35% se muestra indeciso en esta opción, finalmente que los platillos llegan de manera adecuada el 90% de los clientes afirma que está de acuerdo sin embargo el tiempo de espera establecido un 30% se muestra indeciso y solo el 65% está de acuerdo.

Como se evidencia en esta última tabla la respuesta del restaurante hacia el cliente en algunos puntos es adecuada sin embargo se muestra duda con respecto a la llegada del producto a tiempo además que el tiempo de espera no está dentro de los establecido, es menor del 50% pero se necesita mejorar en dichos aspectos.

#### **4.2. Informe de aplicación de la guía de entrevista**

Para llevar a cabo el informe cualitativo, se recolecto información a través de las respuestas obtenidas mediante una entrevista al administrador del restaurante, el Lic. Miguel Ángel Clendenes Oyola con la finalidad de evaluar e identificar la problemática de la cadena de suministro para mejorar el servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, ubicado en la provincia de Sullana. Las cuales se realizaron de manera amena y describe lo siguiente:

##### **Variable 1: Cadena de Suministro**

Para poder llevar a cabo las actividades de producción se selecciona diversos elementos y factores que brinden un buen resultado, la empresa evalúa a los proveedores por el desempeño realizado con otras entidades, referencias de personas a llegadas del mismo rubro quienes indican la manera de trabajo es por ello que optan por requerir de sus productos, por

otro lado el tema de precios y tiempo de entrega además de tener la oportunidad de contar con un mercado cerca donde se obtienen productos frescos, así mismo el administrador del restaurante considera un factor importante la responsabilidad ya que el cumplimiento a la hora indicada permitirá tener los platillos a tiempo y de tal manera cubrir las necesidades de los consumidores. Ambos factores son esenciales y el resultado de ello es un platillo de buena calidad al tiempo establecido y sobre todo a un precio justo lo que beneficia tanto a la empresa y el consumidor.

Por otro lado la empresa presenta organización al momento de llevar a cabo el sistema de compras, los insumos de cocina es lo principal, los cuales se dividen en pescados y mariscos, carnes, verduras, productos no perecibles (arroz, azúcar, condimentos secos), bebidas como gaseosas y cervezas que presentan diferentes proveedores y finalmente los productos de limpieza que es en menor cantidad que se compra junto a los descartables para el posterior empaquetado del servicio delivery los cuales son ordenados al momento de la compra en el almacén en lugares frescos que eviten deteriorarse o dañarse de la misma manera con los productos que tienen que ser refrigerados. El proceso organización es de inicio a fin hasta el momento de obtener el producto y tener una serie de actividades de apoyo por parte de los trabajadores, la responsabilidad también se ve reflejada en estas, en caso que se omita una actividad puede llegar a deteriorarse o malograr los insumos.

El requerimiento de los productos e insumos para el área de cocina lo realiza el personal encargado de caja en coordinación con el área de cocina de tal manera identificar los productos faltantes o que están por terminarse, es por ello que realiza una vez a la semana con la finalidad de no presentar inconvenientes al momento de la preparación de algún pedido. Por otro lado las bebidas, tragos y productos descartables en los cuales se empaqueta para el servicio delivery. Es en esta actividad es donde existe falta de compromiso y responsabilidad por parte del personal y la incomodidad de los trabajadores ya que el personal de atención recibe quejas por la demora en algunas ocasiones y cocina por la falta de insumos que obvian al realizar el inventario.

La calidad de los productos utilizados se evalúa comprando en pequeñas cantidades los insumos y realizar pruebas en cocina con la finalidad de identificar sabores, texturas y presentación en los platillos, ya que todas las marcas de los productos tienen un sabor diferente. En lo que respecta a la facilidad que brindan los proveedores, lo realizan obsequiando su producto en pequeñas cantidades para garantizar su calidad, lo cual a la empresa le parece factible para obtener confianza en ellos. La calidad es principal ingrediente dentro de un establecimiento de comida, si los insumos presentan dificultades en sus cualidades el resultado del producto no será el mismo por lo tanto será evidenciado por la baja cantidad de ventas o reclamos con el sabor de los platillos.

El sistema de abastecimiento del restaurante conlleva un control los días martes y viernes por parte del administrador, manteniendo un dialogo entre los trabajadores implicados, observando si han cumplido con el requerimiento para poder solicitar los productos faltantes en el almacén y/o área de refrigeración, siendo los colaboradores pieza fundamental en el desempeño del local además involucrándolos en la toma de decisiones por su permanencia y vivencia de las actividades diarias, conocen las necesidades y fortalezas de la organización. Si los colaboradores son considerados para la participación dentro del local los motivará a seguir esforzándose ya que los hacen sentir parte de la familia laboral que se respetan sus aportes además de ser importante por su permanencia ellos conocen mejor los altos y bajos de la organización.

Con respecto al reparto de los proveedores, se llamaba a tienda para realizar el pedido indicando cantidades y marcas requeridas como el arroz, azúcar, harina entre otros abarrotos al por mayor y posteriormente se recogen, de la misma manera para descartables y carnes o caso contrario llegan al local con un costo extra de delivery sin embargo las bebidas como lo es el agua mineral y cervezas llegan el día jueves al local por parte de Backus y por ultimo las gaseosas y productos de limpieza se acude a tiendas mayoristas. Es importante saber seleccionar un proveedor, pues si generará gastos extras que perjudiquen a la empresa será mejor buscar un proveedor

que se adecue a la entrega o se encuentre cerca del local o caso contrario que el costo adicional de la entrega no sea elevado.

Para el empaquetado de los platillos que serán enviados a través del servicio delivery, se evalúa la cantidad que estos contienen para poder comprar envases por onzas ya sea en sólido o líquido, el empaque de las pizzas que son cajas de cartón se hace previo pedido a la ciudad de Lima ya que estas vienen con el logotipo de la empresa, adicionalmente las bolsas de papel para las hamburguesas, siempre entregando una tarjeta de presentación indicando el número de teléfono del local y dirección para una futura compra. Al realizar la compra de los empaques se debe tener en cuenta que no perjudique la salud pública y el ambiente considerando la LEY N° 30884, la cadena de suministro es fundamental para el buen desempeño de las actividades dentro de la empresa, la organización y responsabilidad de los trabajadores conllevan a la mejora de esta de tal manera que se facilitarán los procesos con la finalidad de poder brindar un buen servicio y productos de una buena calidad en el tiempo establecido y satisfacer a los clientes.

## **Variable 2: Servicio al cliente**

Al llegar clientes al local, el personal de atención interactúa con ellos presentándose y saludando de manera amable posteriormente limpiando la mesa y entregando la carta para tomar su pedido por otro lado la atención de manera virtual, se responden los mensajes de manera cordial lo más rápido posible, se envían las cartas en formato PDF y se espera por el pedido adicionalmente se pregunta la forma de pago, dirección exacta y referencia de donde se entregará el pedido. Se debe demostrar seguridad al momento de interactuar con el cliente, recomendarle el plato del día o lo más vendido adicionalmente a ello la amabilidad para que se sienta a gusto y pueda disfrutar de los platillos y un ambiente agradable.

La confianza que demuestran los clientes a la empresa es a través de las reiteradas veces que llegan al local y llaman a reservar para fechas especiales, es importante que se sientan seguros con el servicio además de la comida para poder posicionarse en la mente de los consumidores entre una de las primeras

opciones de restaurante, con respecto al tipo de comunicación entre colaboradores y cliente es eficaz y fluida con la finalidad de generar confianza en ellos y pueda seguir eligiendo a la empresa, el administrador tiene acceso a los canales de comunicación lo cual permite que identifique con rapidez alguna dificultad o controversia que se pueda generar. Es importante que la empresa genere confianza a sus consumidores, por el buen servicio de atención y los productos de calidad que ofrece teniendo en cuenta los diversos factores como lo es tiempo de entrega y presentación.

Con lo que respecta a recursos tecnológicos, logran facilitar la interacción con los clientes, medios de pagos como lo es a través de POS, billeteras digitales como yape o plin y transferencias bancarias así mismo el sistema de pedidos de salón a cocina y los medios de comunicación virtual como Instagram, Facebook y WhatsApp para que los clientes puedan realizar pedidos. Además de adaptarse a los cambios y tendencias que se presenten en el mercado, a través de las redes sociales se logrará estar al ritmo de las empresas competidoras en el rubro gastronómico. Estos medios de pago facilitan la compra ya que desde la comodidad de sus hogares pueden realizar un pedido a través de cualquier red social y poder pagarlo con transferencias o billetera móvil sin tener la necesidad de salir a retirar dinero prologando el tiempo del pedido.

Si los trabajadores están motivados se tendrá a clientes satisfechos, en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión motivan a los trabajadores haciéndolos partícipes de decisiones en conjunto, agasajando el día de sus cumpleaños, considerar sus días de descanso, apoyarlos en cambios de horarios por clases y/o actitudes que los hagan sentir parte de la familia en la organización y de tal manera logren mejorar su desempeño. Finalmente los pedidos presentan diferentes tiempos de entrega dependiendo lo que se haya solicitado considerando eso tendrá un tiempo de espera de 20 minutos aproximadamente y dependiendo la ubicación además se requiere que envíen referencias y este llegue en el menor tiempo posible, se cree conveniente evaluar la aceptación del público dependiendo la edad y sector y ubicación para poder potenciar las estrategias de Marketing.

Se llevará a cabo el análisis del servicio al cliente en el restaurante con la finalidad de constatar si se encuentran conformes con el servicio ofrecido o presenta dificultades así mismo con los platillos. De tal manera ofrecer estrategias que aporten a la mejora de la atención y de esta manera logre mejorar y sobre salir de los competidores.

## V. DISCUSIÓN

En cuanto al *objetivo específico 1* el cual es definir el proceso de abastecimiento de insumos para brindar un mejor servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022, teniendo en cuenta que el abastecimiento es crucial para la organización y la labor logística pues tiene como finalidad obtener bienes adecuados para la producción de la empresa además de alcanzar ventajas competitivas sostenibles, tal como lo indican Mortara & Tabone (2020). Por ello se considera que un diseño adecuado de la cadena de suministro se basa en sus proveedores de tal manera que respondan a las prioridades competitivas de producción, generando así productos de calidad en este caso platillos que logren cautivar el paladar de los consumidores del restaurante tal como lo confirman los resultados de la encuesta aplicada donde el 71.4% de trabajadores están de acuerdo en que existe un plan de abastecimiento que logra cumplir con la producción esperada y poder satisfacer a sus comensales. Sin embargo el 14.3% muestra dudas sobre los estándares del restaurante, como se evidencian los trabajadores desconocen ciertos procesos o actividades dentro de la producción pero reconocen que logran los objetivos propuestos.

En este contexto Ocampo & Prada (2018) afirman que la manera en cómo se gestiona la cadena de abastecimiento se puede reconocer como un valor agregado de la empresa debido a que genera un beneficio a los clientes además considera que la atención debe estar en los proveedores ya que son la base del proceso, de acuerdo a Mortara & Tabone (2020) en su investigación señalan que debe existir una jerarquización de proveedores dependiendo de lo que ofrecen y las cantidades que se van a pedir con la finalidad de poder cumplir los objetivos. En este sentido se debe de tener en cuenta cuales son los platillos pedidos con frecuencia en el establecimiento y tener un orden en los pedidos hacia los proveedores evitando que estos productos se desechen y no tengan un uso adecuado.

Por otro lado se presentan investigaciones que asemejan a la situación del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, tal como afirma Ochoa (2020) en Manizales, Colombia quien analizó *la cadena de suministro en el proceso de producción de café seco bajo el modelo SCOR y contribuir al mejoramiento de la*

*competitividad*, a través del estudio llega a la conclusión que al implementar dicho modelo en la finca La Alicia se produjo mayor conocimiento de los proveedores además de mejorar los flujos de recursos como información y productos de la cadena de suministro además de conocer los flujos de recursos e información. Sin embargo en la investigación de Lombo et al. (2019) Que presentan como finalidad crear una cadena de valor a los procesos con respecto a las compras en el Restaurante Lombo Grill House en Girardot, Colombia en base a la lista de compras, proveedores y un análisis FODA concluyen que todos los aspectos de dirección deben de tener un buen manejo tanto como materia prima, costos, inocuidad y la transformación de los mismos, enfatizando que la comunicación es importante dentro de estos procesos.

Teniendo en cuenta ambas investigaciones tienen como finalidad que el proceso de abastecimiento se adecue a sus objetivos empezando desde proveedores y lograr un buen resultado final así mismo empleando técnicas durante el proceso que logren contribuir con lo antes mencionado además de incorporar el aprovechamiento de la parte financiera y sin dejar de lado la comunicación. Tal como lo indico el administrador del restaurante a Lo Pobre Fast Food y Fusión la principal falencia entre sus trabajadores es la falta de comunicación al momento de realizar inventarios.

Del mismo modo el *objetivo específico 2*, enfocado en Identificar la organización de los procesos productivos para mejorar el servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022, considerando los procesos involucrados durante la preparación de los platillos es decir la transformación de materia prima hasta llegar al cliente final y satisfacer sus necesidades, conlleva desde la preparación hasta el la presentación en cómo se entregará y este último proceso se debe realizar con creatividad, tal como lo afirma Arrascue (2022). Sin embargo Agüero et. al (2022) confirman que los consumidores hoy en día son más exigentes y quieren ser partícipes del proceso por ello se opta por cocinas visibles. Es fundamental analizar este proceso y poder identificar la relación de las personas involucradas como son los cocineros, atención al cliente, administrador y principalmente los proveedores además de los tiempos de preparación de un pedido, la inocuidad del platillo con la finalidad

de evitar inconvenientes, demora en la entrega, productos faltantes en cocina y entre otros sucesos.

A través de la encuesta realizada a los colaboradores se identificó que el 57.1% de ellos están totalmente de acuerdo que los insumos presentan las cualidades necesarias es decir están conformes con la calidad que brindan los proveedores además un 87.5% esta totalmente de acuerdo que logra cubrir las expectativas de los consumidores por lo tanto se lleva una buena coordinación durante los procesos para tener un buen resultado final. Álvarez (2020) agrega que debe de ir de la mano con la comunicación, coordinación y avances tecnológicos. Sin embargo se evidenció que los trabajadores de ambas áreas no tienen conocimiento de los procesos que se realizan en cocina como lo es proceso de verificación de inocuidad y tiempos de preparación considerando que es importante para poder comunicar a los cliente cuanto tiempo es lo que se demora su pedido.

Seguido a ello en las investigaciones que respaldan la postura del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, García (2018) en el estudio del *mejoramiento del macroproceso de la logística de despacho a través del análisis, diseño e implementación de herramienta para el control de inventarios y mejorar el servicio al cliente* concluye que se debe de evaluar y controlar los inventarios con la finalidad de tener un panorama al momento de producir durante un determinado tiempo y evitar tener productos faltante además para mejorar los procesos con respecto al servicio al cliente de que manera se ofrecen los productos con la finalidad de que queden satisfechos de tal manera que mejoró su servicio en un 85% en el mes de diciembre. De la misma manera en la investigación de Jaramillo (2017) denominada *Desarrollo del plan de proyecto sobre la cadena de suministro en el negocio de café del grupo Nutresa para producir mezclas de café en el mercado asiático con la metodología PMI*, llegando a la conclusión que a través de la metodología aplicada con el propósito de integrar conceptos, técnicas realizando mejoras a la estructura además de complementar con el conocimiento técnico como el abastecimiento y producción.

Ambas investigaciones tiene la finalidad de perfeccionar los procesos productivos en las diferentes empresas que han sido estudiadas sin embargo la

primera investigación se empleó el análisis y herramientas y metodología PMI pero teniendo el mismo propósito. En el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión cumplen se ha logrado evidenciar que a través de lo que ofrecen se logra cumplir las exceptivas y los insumos de calidad pero durante los procesos se evidencia la falta de comunicación en ambas áreas dificultando que se lleve a cabo de manera correcta y que el buen sabor y calidad sean perjudicados para dar un buen servicio y producto, tal como lo indicó el administrador del restaurante en la entrevista realizada afirmando que existe falta de compromiso y comunicación de los trabajadores.

En el *objetivo específico 3*, determinar las acciones que se realizan para facilitar la distribución de los productos y brindar un servicio eficiente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, se denomina distribución a la fase que se encarga de gestionar el movimiento de uno o más productos terminados a manos del consumidor teniendo en cuenta que estos lleguen en buenas condiciones tal como lo afirman (Cardona et al. 2019). Del mismo modo FAEDIS (2017) argumenta que se debe de planificar los volúmenes y plazos de entrega así mismo un transporte adecuado con la finalidad de optimizar costos. El traslado de los productos hacia el consumidor final debe de tener diversas características como responsabilidad, puntualidad y limpieza en este caso que es comida debe de llegar en un empaque limpio y dependiendo si la comida es de característica caliente debe de conservar ello hasta el punto final de entrega.

Posteriormente de realizar la encuesta a los trabajadores del local se evidencia que el 85.7% de ellos está totalmente de acuerdo con el empaque que se emplea para que los platillos sean trasladados a través del servicio delivery y llegue en óptimas condiciones al cliente sin embargo el 14.3% están totalmente de acuerdo que los proveedores transportan correctamente los insumos para la preparación. La distribución es evaluada desde los productos que entregan los proveedores, si llegan adecuadamente ya que es un tema de comida y delicado para el bienestar de los consumidores así como también la entrega de estos al servicio delivery.

En las investigaciones analizadas que asemejan a la situación del restaurante tal y como se aprecia en el estudio de Pesantes (2020) *Propuesta*

*para mejorar la gestión de cadena de abastecimiento de servicios de un supermercado* donde concluye que el proceso de aprovisionamiento presenta subprocesos como compras, ejecución y supervisión de los servicios resaltando que compras es el más dificultoso con respecto a la duración y recursos enfatizando también al proceso que distribución, siendo así el 75% de los encuestados manifestaron conocer el proceso y quienes conforman el equipo que lo desarrolla. Por otro lado en la investigación de Tarrillo (2019) *Gestión de la cadena de suministros para incrementar la productividad en la empresa dulcería Manjar Real* donde se realizó un análisis donde destacan las principales operaciones y los procesos de su DOP además de homologar a los proveedores para mejorar la calidad con los insumos, mejoras en el almacén, compra de quipos para la mejora de la productividad. Teniendo como resultado las bajas a productos faltantes a 18% al mes de diciembre, y la productividad mejoró un 17% en gestión a la cadena de suministro.

Dichas investigaciones se basan en los procesos de la producción en las empresas analizadas por lo tanto influye la distribución por parte de sus proveedores, en la primera investigación al analizar el proceso de aprovisionamiento se identificó tres subprocesos los cuales fueron analizados con el fin de lograr los objetivos del investigador sin embargo en la segunda investigación el autor realizó una homologación a los proveedores para poder analizar sus capacidades y los recursos con los que cuenta en fin de poder brindar un mejor servicio. Tal como se asemeja en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, como lo indico el administrador a través de la entrevista que se realizó, antes de seleccionar a un proveedor evalúa ciertos puntos como es responsabilidad, calidad y distribución si las características son atractivas y convenientes en lo económico para él contrata de sus productos.

De igual forma en el objetivo específico 4, definir las estrategias que se deben de incorporar para brindar seguridad en el servicio en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022, se considera que la capacidad que tenga un empresa de poder brindar seguridad es fundamental pues el cliente considera que está en la posibilidad de poder resolver un problema y satisfacer sus necesidades incluyendo la credibilidad, integridad y honestidad tal como lo afirma Hernández (2017). Tal como lo confirma Sánchez & Montoya (2016) que

el nivel que alcance de seguridad la empresa mantendrá la confianza de sus clientes y seguir requiriendo de sus productos o servicios. Al elegir un empresa donde ir a almorzar o cena influyen diversos factores y los principales son la seguridad que brinda tanto como el trato a través de la atención, en su comida que es de calidad y la comodidad que hay al estar ahí además en segunda opción si sus platos son económicos.

En la encuesta que se realizó a los clientes del restaurante se evidenció que el 67% de ellos están totalmente de acuerdo en cómo interactúa el personal de atención además que la empresa transmite confianza a través de su trato el 55% está de acuerdo y finalmente el 70% afirma que la comunicación es adecuada y pueden resolver sus inquietudes. Por lo tanto a través de estas cifras se evidencia que el restaurante transmite seguridad por el trato del personal de atención así mismo el tipo de comunicación y confianza que brinda pues hace que se diferencie de sus competidores.

En las investigaciones que asemejan a la realidad del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, de acuerdo con Rojas (2019) en su estudio *Sistema de gestión logístico para la satisfacción de los clientes de la Ferretería El Tambo EIRL*, presentando una correlación alta y positiva de 0,782 existiendo una relación positiva en ambas variables además se empleó herramientas con el fin de cumplir los pedidos además de controlar los procedimientos realizando un análisis a la ferretería para mejorarlos y poder brindar una mejor atención incluyendo avances tecnológicos, competencia y mayor exigencia para incrementar la eficiencia en los procesos. En la misma línea Quispe (2017) en su investigación *Cadena de Suministros y la calidad de servicio de la empresa Barret & BUR S.A.C* llega a la conclusión que la empresa presentaba dificultades tales como el 23% de incremento de costos en consecuencia el 60% de proveedores insatisfechos, con respecto al servicio además que no brindar soluciones a los inconvenientes y por lo tanto el alejamiento de sus proveedores y bajas ventas lo cual afectaba la parte financiera y una mala imagen de la organización

De acuerdo a lo analizado en ambas empresas se evidencia que en el primer estudio se reforzaron los procesos incorporando avances tecnológicos y

exigencia para poder mejorar el servicio al cliente en el segundo estudio presentaba un estado crítico como la falta de solución de conflictos y se mostró en la bajas ventas y la reputación que al final obtuvo la empresa bajando las ventas considerablemente es por ello que dieron soluciones rápidas y eficaces con lo expuesto anteriormente referente a la seguridad que debe de brindar la empresa es con la misma finalidad para evitar este tipo de situaciones y evitar perder clientes y permanecer en la mente de los consumidores.

Seguido a ello el *objetivo específico 5*, determinar las fases del proceso para adaptarse a los cambios y lograr satisfacer las necesidades en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión. Yokiris (2018) las organizaciones se deben de adecuar a las modificaciones del entorno en el que se desarrollan a tal habilidad se le conoce como adaptabilidad la cual es un proceso en que se involucra lo que rodea y el contexto siempre y cuando sea creativo y con el apoyo de los colaboradores. Tal como lo confirman Barreto et. al (2019) acomodarse a circunstancias o diversas condiciones en un determinado entorno además asociado a la flexibilidad y tolerancia con un objeto en específico. Las tendencias del mercado son cambiantes y deben de adecuarse a los consumidores para poder satisfacer sus necesidades como lo menciona el autor debe ser de manera creativa la cual despierte la atención en ellos y presenten la necesidad de adquirir en este caso el producto y una buena atención a esto suma el ambiente ya que puede variar con las temáticas que estén en tendencia y consigo la música y otros factores.

Para poder evaluar dicha dimensión se le realizó una encuesta a los clientes del restaurante teniendo los siguientes resultados entre los más resaltantes, el 80% de ellos considera que la empresa emplea la tecnología adecuada para poder facilitar su compra a través de POS, billeteras digitales y entre otros medios de pago además el 80% está de acuerdo con la diferenciación del personal a través de su trato lo que hace que se distinga de la competencia. Ambos aspectos mencionados fortalecen actividades durante el proceso con la finalidad de adaptarse a los cambios con el fin de estar a la par con la tendencias del mercado y que los consumidores desean durante la permanencia en el local.

Al tener conocer la realidad del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, lo respaldan las siguientes investigaciones, Bautista & Ramírez (2021) en su estudio *Marketing logístico para orientar la gestión comercial del restaurante “Donde Pako’s” Piura – 2023* en el cual observaron que la forma de trabajo era empírica la cual presentaba un proceso lento en temas administrativos y operativos llegando a la conclusión que en base a esto no se lograba adaptar a los cambios de la cadena de suministro y gestión comercial además de poder satisfacer al cliente además de obteniendo resultado del 3.65 en lo que respecta la determinación comercial basada en buen servicio y comunicación a los clientes. Del mismo modo en la investigación de Barrientos (2020) *Gestión Administrativa para orientar la cadena de suministro de la mensajería Full Services E.I.R.L – Piura 2019* concluye que en la empresa se evidencia la falta de comunicación con respecto a visión y misión además de la falta de políticas de desarrollo para el personal en sus puestos y no presenta relación con los objetivos del área así mismo incomodidad de los trabajadores en el trabajo de equipo lo que retrasa en algunas oportunidades las actividades.

En las investigaciones anteriormente analizadas que respaldan al restaurante en lo que respecta a adaptabilidad en sus procesos para brindar un mejor servicio, en el primer estudio se dio a conocer que los procesos eran empíricos y en la segunda investigación la falta de comunicación entre los trabajadores de acuerdo a los objetivos misión y visión que quería lograr. Al encontrar este tipo de falencias en la empresa no se podrá realizar las actividades de manera eficaz y al tener la necesidad de adaptarse será complicado hasta poder solucionarlo.

Seguido a ello el *objetivo específico 6*, establecer una evaluación para percibir la respuesta al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión. Neyra (2018) afirma que la disposición que tendrá la empresa de poder brindar al cliente, disposición de entrar un servicio o producto en un tiempo establecido y poder cumplir con lo que se requiere así define la capacidad de respuesta. Sin embargo la posición de Mateos (2019) considera que se le debe de brindar un buen trato a cada tipo diferente de cliente a pesar que aparentemente no tenga la razón tratar de empatizar con él. La posibilidad de responder al cliente y poder cubrir su necesidad dentro de un tiempo indicado es importante ya que este será

reflejado a través del buen servicio, organización y planificación al atender al consumidor y el producto final que obtendrá.

Para poder evaluar este aspecto se realizó una entrevista a los consumidores del restaurante teniendo como resultados que un 75% está de acuerdo con la atención que brinda la empresa y cubre sus expectativas sin embargo al realizar el servicio delivery los productos no llegan al tiempo indicado y lo confirman el 35% de los clientes que se muestran indecisos ante este ítem y finalmente el 65% está de acuerdo que el tiempo establecido se encuentra dentro de lo prudente. Al no evaluar los tiempos de preparación en cada platillo se muestran dificultades al brindar los tiempos de esperas en el servicio delivery por otro lado la falta de comunicación al realizar los inventarios juega en contra y se presenta la falta de insumos para la preparación es por ello la incomodidad de algunos clientes y lo hicieron saber en dicha encuesta.

Las investigaciones que asemejan la situación del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Ruesta & Silupu (2019) en su estudio *La calidad de los productos culinario del restaurante Don Parce y su influencia en la fidelización del cliente en Piura Metropolitana, 2019* en el cual se aplicó una metodología para medir la calidad del servicio basaba en el modelo SERVQUAL donde se analizó la frecuencia del consumo de los clientes de tal manera describir la calidad del mismo y el consumo, obteniendo resultados como el 90% de los consumidores consideran que la atención es rápida. Por otro lado en la investigación de Castillo (2019) en su investigación *Análisis y propuesta de mejora de la cadena de suministro de banano orgánico de las provincias de Morropón y Sullana*, la cual busca conocer el estado de las organizaciones e identificar quienes más se involucran en su cadena de suministro y mejorar según las necesidades y problemas que presentando seguido a ello se concluye que los costos de empaque son muy elevados además de los costos logísticos y bajo rendimiento del personal.

En ambas investigaciones se evalúa la cadena de suministro y los procesos productos que presentan con el fin de determinar la problemática y poder mejorar para brindar un buen servicio, al solucionar los inconveniente se podrá trabajar en su totalidad con eficiencia y tener dicha capacidad de respuesta

a los consumidores ya entregues y bien o servicio de tal manera que el cliente quede satisfecho y pueda recomendar el trabajo.

Finalmente el objetivo general de la investigación, diseñar estrategias con respecto a la cadena de suministro para la mejora del servicio al cliente en el restaurante A lo pobre Fast Food y Fusión, Tejada et al. (2022) señalan que la cadena de suministro es un proceso donde se transforma un producto para su futura venta donde se ven involucrado una serie de factores como lo es proveedores, insumos, procesos productivos hasta llegar al consumidor final. Todos los procesos de la cadena de suministro deben ser evaluados cuidadosamente, al realizar un proceso de manera incorrecta el producto puede llevar con dificultades en donde el consumidor no estará conforme con ello y en un futuro no opte por volver a elegirlo.

Para poder evaluar la cadena de suministro del restaurante se evaluó a los trabajadores indicando de esta manera que el flujo de actividades dentro del proceso de compras es adecuado siendo el 87.5% de ellos que estuvo de acuerdo además que se logra cubrir las expectativas de los clientes un 42.9% está de acuerdo y finalmente un 85.7% está totalmente de acuerdo que los productos llegan adecuadamente al cliente. Siendo tres procesos fundamentales en la cadena de suministro, considerando que tienen mayor relevancia para poder identificar que los procesos se realizan correctamente.

En este sentido la investigación de Saltos y Pérez (2020) *Análisis y propuesta de mejoramiento de proceso en la empresa "Restaurante la Cañita"* en la cual se evidenció falencias debido a que se aplicaba la gestión en los procesos lo cual dificultaba mejorar por ello los autores concluyen que en la empresa existe un riesgo bajo en lo que respecta a ineficiencia con el cumplimiento del sistema BPM en los productos y servicios que ofrece por otro lado el estudio de Almestar (2017) *Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las mypes del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino*, el cual concluye que una de las principales ventajas que presentan las pollerías en dicha urbanización son los productos de calidad y los buenos proveedores, sazón y ergonomía de las instalaciones, se diferencian por los productos que ofrecen.

El estudio de ambas empresas se basa en brindar un buen servicio y generalmente evalúan que los productos o servicios logren cubrir la necesidad del cliente y poder satisfacerlo para ello se debe de evaluar rigurosamente la cadena de suministro como se mencionó anteriormente si algo durante el proceso falla será evidenciado en el resultado.

## VI. CONCLUSIONES

1. El abastecimiento de insumos en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión es el idóneo para poder satisfacer las necesidades de los clientes, desde los estándares en lo que respecta a calidad de productos, el sistema de compras con la finalidad de asegurar los suministros sin embargo existe falta de comunicación y compromiso por falta de los trabajadores al realizar los inventarios.
2. En la organización los procesos productivos están dirigidos por el personal de cocina incluyendo al chef y ayudantes así mismo se incorpora las cualidades de los insumos que son consideradas factor fundamental para una buena preparación más adelante la verificación que garantiza la inocuidad de los platillos identificando la existencia de algún producto que pueda perjudicar la comida, finalmente se considera que si se logra cubrir las expectativas de los consumidores a través de los platillos.
3. La distribución juega un papel importante dentro de la cadena de suministro, el producto que en este caso se ofrece son alimentos por ello deben de tener un traslado especial y distinto así mismo se confirma que los proveedores tienen un transporte eficaz por otra parte el restaurante no realiza un proyecto de tiempo en cuanto a las preparaciones sin embargo el personal de atención lo desconoce y finalmente el empaque para trasladar los productos a través del servicio delivery es el adecuado.
4. La seguridad en la empresa A lo Pobre Fast Food y Fusión toma en cuenta este factor de tal manera que interactúa con los clientes a través del personal de atención de manera rápida y logrando resolver sus inquietudes además interactúa por redes sociales realizando sorteos, encuestas y promociones, garantizando confianza y puedan volver a disfrutar de sus servicios y productos.
5. El restaurante evidencia tener la capacidad y facilidad de poder adaptarse los cambios con la finalidad de poder cubrir sus necesidades, empleando tecnología en lo que respecta a pagos y poder facilitar las compras además del sistema de pedidos en el rubro gastronómico del mismo modo

la adaptación de los trabajadores haciendo que se diferencien de sus competidores.

6. La respuesta de los cliente ante el servicio que brinda el restaurante la atención que brinda es rápida de manera presencial y a través de redes sociales sin embargo el servicio delivery demora en el reparto de los productos, no llegan al tiempo indicado y no cumple con el tiempo de espera que establece el local cuando se realiza el pedido.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Se le recomienda al administrador de A lo Pobre Fast Food y Fusión:

1. Realizar reuniones de manera semanal al culminar la jornada de trabajo y poder expresar los inconvenientes durante esa semana de trabajo, los productos que no presentaban stock por lo tanto los platillos que no lograron ser ofrecidos debido a la falta de insumos con la finalidad de brindar un solución rápida y no se siga repitiendo la situación.
2. En las reuniones que se mantengan de manera semanal también se recomienda que el personal de ambas áreas tengan conocimiento de los procesos que se realizan en cocina ya que desconocían que existía un proceso de verificación de inocuidad en caso algún inconveniente con un cliente.
3. Se recomienda realizar una proyección de tiempos en la preparación de cada platillo ya sea marino, criollo o de comida rápida y que el personal de atención tenga conocimiento de cuánto tiempo demorará en salir su pedido y evitar regresar a cocina a preguntar y seguir atendiendo a los demás clientes.
4. La empresa no presenta dificultades en el aspecto de seguridad que brinda a los clientes pero se recomienda potenciar la publicidad a su público objetivo ya que debido a su nuevo ambiente en el cual predomina música de los 80.
5. Identificar los lugares más frecuentes para entrega del servicio delivery e identificar rutas de acceso para poder llegar en menos tiempo al lugar siempre y cuando manteniendo la serenidad ya que se lleva comida y pueda derramarse o llegar en mal estado
6. Implementar estrategias que ayuden a fortalecer la cadena de suministro del restaurante con la finalidad de mejorar y ofrecer un mejor servicio al cliente de tal modo que logre posicionarse en la mente de los consumidores y tengan como una de las primeras opciones de restaurante de comida rápida.

## REFERENCIAS

Acosta, I. A. (2021). *Medición de la capacidad de respuesta en restaurantes mediante el método ServQual*. Digital Publisher .

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8292897.pdf>

Aguero, A. G. (2022). Estudio de la cadena de suministro y su impacto en el servipanorama de restaurantes en Lima . *Cuadernos de economía y administración*, 17.

<http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/compendium/article/view/1066>

Almestar, P. (2017). *Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las mypes del rubro de pollerías en la urbanización Ignacio Merino, Piura - 2017*. Piura.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/2375/COMPETITIVIDAD\\_ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_ALMESTAR\\_ADRIANZEN\\_PATTY\\_ROSALIA.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/2375/COMPETITIVIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_ALMESTAR_ADRIANZEN_PATTY_ROSALIA.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Álvarez, P. B. (2020). *Logística y cadena de suministro Cargo Security*.

<https://bascperu.org/pdf/principales/Revista%20Cargo%20Security%20N%C2%B040.pdf>

Andrade, B. R. (2018). *El empaque como oportunidad para el desarrollo del producto y el consumidor responsable*. Cartegena: Universidad Libre.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6571929>

Arakaki, M. C. (2017). *Guía de investigación en ciencias de la información*.

<https://cdn02.pucp.education/investigacion/2016/06/10152257/guia-investigacion-ciencia-informacion-final1.pdf>

Arias, J. (s.f.). *Adaptabilidad a las tecnologías de información, comunicación y procastinación laboral en el sector público en Arequipa* .

[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2631-27862021000300077&lng=es&nrm=iso](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2631-27862021000300077&lng=es&nrm=iso)

Arias, J. H. (2022). *Metodología de la investigación: El metodo ARIAS para realizar un proyecto de tesis*. Inuidi.

[https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/3109/1/2022\\_Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_El\\_metodo\\_%20ARIAS.pdf](https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/3109/1/2022_Metodologia_de_la_investigacion_El_metodo_%20ARIAS.pdf)

Arnau, L. &. (2021). *La revisión de la literatura científica: pautas, procedimientos y criterios de calidad*. Barcelona.

Arrascue. (2022). *Propuestas de mejora para aumentar el cumplimiento de pedidos usando el programa SCOR en una cooperación*. UPC.

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/273466/CArrascue.pdf>

Balza, V. P. (2022). Prácticas colaborativas en la cadena de suministro. Una revisión conceptual. *SABER, CIENCIA y libertad*, 24.

<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/5882>

Banda, H. G. (2022). Cadena de suministro para pequeñas y medianas empresas de servicios industriales. *Revista Venezolana de Ciencia*, 276. Obtenido de

[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2314-](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2314-)

Barreto, I. G. (2019). *Gestión , adaptabilidad y resiliencia, factores claves en el proceso de reorganización en el medio ambiente empresarial colombiano*. Espacios .

<https://revistaespacios.com/a19v40n06/a19v40n06p02.pdf>

Barrientos, S. (2020). *Gestión administrativa para orientar la cadena de suministro de la Mensajería Full Services Regional E.I.R.L Piura - 2019*. Piura.

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59369/Barrientos\\_FSV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59369/Barrientos_FSV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Bautista, V. &. (2021). *Marketing logístico para orientar la gestión comercial del Restaurante "Donde Pakos" , Piura - 2021*. Piura.

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/89905/Bautista\\_CVMM-Ramirez\\_RAA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/89905/Bautista_CVMM-Ramirez_RAA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Berrones, L. G. (2020). Estudio de los efectos de las condiciones laborales de los conductores de autotransporte en la cadena de suministro México. *Dirección y Organización*, 11.

<https://www.revistadyo.es/DyO/index.php/dyo/article/view/580>

Blancas, F. &. (2022). El papel que juegan las estrategias y la integración de la cadena de suministro en el desempeño financiero. *Métodos cuantitativos para la economía de la empresa*, 438.

<https://www.upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/5906>

Burbano, A. V. (2018). *El marketing relacional y la fidelización del cliente*. Polo del conocimiento.

<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/download/683/837>

Cabezas, E. A. (2018). *Introducción a la investigación científica*.

<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>

Campos, J. (2020). Estrategias y rediseño de las cadenas de suministro. *Spend*.

Cardona, D. e. (2019). *Logística y cadena de suministro*. CECAR.

<https://libros.cecar.edu.co/index.php/CECAR/catalog/book/50>

Castillo, F. (2019). *Análisis y propuesta de mejora de la cadena de suministro de banano orgánico de las provincias de Sullana y Morropón*. Piura.

[https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4734/ING\\_637.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4734/ING_637.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Cisnero, A. G. (2022). *Técnicas e instrumentos para la recolección de datos que apoyan la investigación científica en tiempo de pandemia*. Dominio de las ciencias.

<https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2546>

Damián, C. &. (2021). *Gestión de la cadena de suministro para incrementar las exportaciones de uva de la empresa sociedad agricola San Agustín de Zaña S.A.* Pimentel.

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8594/dami%C3%A1n\\_tcj-vasquez\\_rtp.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8594/dami%C3%A1n_tcj-vasquez_rtp.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

De Pablo, M. (2019). *Atención al cliente y servicio de calidad*. IC Editorial.

[https://books.google.com.pe/books?id=0VcpEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=0VcpEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Díaz, C. (2017). *Gestión de la cadena de abastecimiento*. Fundación universitaria del área andina .

<https://core.ac.uk/download/pdf/326426087.pdf>

Díaz, R. C. (2021). *Rapidez en el servicio, creando una imagen a tus clientes*. Digital Publisher.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8292892.pdf>

Economica, S. (2019). Primer estudio sobre la situación de Supply Chain Management en Perú. *Semana Económica*, 21.

[https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/52E292EE8BBE7C6105257C14005898CF/\\$FILE/encarte\\_Supply\\_Chain\\_Management\\_OK\\_baja.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/52E292EE8BBE7C6105257C14005898CF/$FILE/encarte_Supply_Chain_Management_OK_baja.pdf)

ESUCOMEX . (2017 ). *Función de compras y abastecimientos- Organización de departamento de compras* .

<http://cursos.esucomex.cl/SP-Esucomex-2014/CAX1404/S1/MATERIAL%20DE%20ESTUDIO.pdf>

FAEDIS. (2017). *Gestión de abastecimiento*. Universidad de Nueva Granada.

[http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/ovas/administracion\\_empresas/logistica/unidad\\_2/DM.pdf](http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/ovas/administracion_empresas/logistica/unidad_2/DM.pdf)

Fang, H. F. (2022). Supply chain management: a review and bibliometric analysis. 27.

- [https://mdpi-res.com/d\\_attachment/processes/processes-10-01681/article\\_deploy/processes-10-01681-v3.pdf?version=1665565186](https://mdpi-res.com/d_attachment/processes/processes-10-01681/article_deploy/processes-10-01681-v3.pdf?version=1665565186)
- Flores, M. (2017 ). *Optimización de la entrega de productos para una cadena de abatecimiento* . Sistema de Bibliotecas y Biblioteca Central de la UNMSM .  
[https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/ingenie/flores\\_tm/cap2.pdf](https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/ingenie/flores_tm/cap2.pdf)
- Fontalvo, T. D. (2018). *La productividad y sus factores: incidencia en el mejoramiento organizacional*. Barranquilla.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1692-85632018000100047](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632018000100047)
- Galarza, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciaAmerica*, 5.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Gallardo, E. (2017). *Metodología de la investigación: manual automativo interactivo*. Universidad continental.  
[https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO\\_UC\\_EG\\_MAI\\_UC0584\\_2018.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf)
- Galvis, A. y. (2021). *Modelo de la planeación sostenible en tendero del municipio de mosquera a traves de un esquema* . Ciencia Unisalle.  
[https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1196&context=ing\\_industrial](https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1196&context=ing_industrial)
- García (2018). *Mejorar el macroproceso de logística de despacho mediante el análisis, el diseño y la implementación de herramientas para el control de inventarios y la mejora al servicio al cliente*. Antioquia.  
[https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/12170/1/GarciaBrayan\\_2019\\_MacroprocesoLogisticoAnalisis.pdf](https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/12170/1/GarciaBrayan_2019_MacroprocesoLogisticoAnalisis.pdf)
- Gómez, C. E. (2020). *SupplyChain, evolución desde la década de los 50's*.  
<https://repository.unad.edu.co/jspui/bitstream/10596/18409/1/93237478.pdf>
- Granillo, R. G. (2021). *Selección y evaluación de proveedores de logistica externa en la cadena de suministro: una revisión* . Cuadernos de Gestión.  
<https://ojs.ehu.eus/index.php/CG/article/view/22334>

- Humaju, J. H. (2017). *Desarrollo e implementación de un sistema de información para mejorar los procesos de compras*. Lima.  
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/392>
- Jaramillo, S. (2017). *Desarrollo del plan de proyecto de la cadena de suministro en el negocio del café del grupo Nutresa, para la producción de mezclas de café en el mercado asiático, a partir de la metodología PMI*. Medellín.  
[https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11687/Sandra\\_JaramilloZuluaga\\_2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11687/Sandra_JaramilloZuluaga_2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Lombo, J. G. (2019). *Cadena de valor para restaurante tipo gourmet: Analisis de la cadena de valor del proceso de compras a partir de la experiencia del restaurante Lombo Grill House in Girardot*. Girardot - Colombia.  
<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/6492/MONOGRAFIA%20SEM%20INV.%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mortara & Tabone (2020). Selección de proveedores bajo una estrategia de abastecimiento múltiple en una empresa metalmecánica. *Ingeniería Industrial* N°40. Pa 91-112. Recuperado de:  
[https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria\\_industrial/article/download/4809/4990/](https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria_industrial/article/download/4809/4990/)
- Márquez, J. (2021). *La innovación tecnológica enfocada al servicio al cliente caso de estudio: Restaurantbe Herreros Cali*. Cali: Universidad Libre .  
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/20523/La%20innovaci%C3%B3n%20tecnol%C3%B3gica%20enfocada%20al%20servicio%20al%20cliente.%20Caso%20de%20estudio%20Restaurante%20Herreros%20Cali.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Moncada, A. (2020). *La gestión de seguridad de cadena de suministro*. Escuela de posgrado de las fuerzas colombianas.  
<https://libros.publicacionesfac.com/index.php/libros/catalog/download/32/19/118?inline=1>
- Murillo, L. (2018). *Fundamentos de servicio al cliente* . Fundación universitaria del área andina.

<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3523/93%20FUNDAMENTOS%20DE%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Nantink. (2017). *Como conseguir clientes : estrategia de comunicaci3n*.

[https://emprendimientoymicrofinanzas.com/wp-content/uploads/2018/05/6\\_Estrategia\\_de\\_comunicacion.pdf](https://emprendimientoymicrofinanzas.com/wp-content/uploads/2018/05/6_Estrategia_de_comunicacion.pdf)

Neyra, R. (2017). *La capacidad de respuesta y fidelizaci3n del cliente en la situaci3n financiera Agrobanco agencia Tacna 2017*.

[http://repositorio.unjbg.edu.pe/bitstream/handle/UNJBG/3478/159\\_2018\\_neyra\\_barrionuevo\\_ra\\_espg\\_maestria\\_gestion\\_empresarial.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unjbg.edu.pe/bitstream/handle/UNJBG/3478/159_2018_neyra_barrionuevo_ra_espg_maestria_gestion_empresarial.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ocampo, P. y. (2018). *Orientaci3n a la cadena de suministro y su relaci3n con la gesti3n de proveedores una revisi3n bibliogr3fica*.

[https://www.researchgate.net/publication/322808122\\_Orientacion\\_a\\_la\\_cadena\\_de\\_suministro\\_y\\_su\\_relacion\\_con\\_los\\_proveedores\\_Una\\_revisi3n\\_bibliografica](https://www.researchgate.net/publication/322808122_Orientacion_a_la_cadena_de_suministro_y_su_relacion_con_los_proveedores_Una_revisi3n_bibliografica)

Ochoa, J. (2020). *An3lisis de la cadena de suministro en el proceso de producci3n de caf3 seco bajo el modelo SCOR y su contribuci3n al mejoramiento de la competitividad: Estudio del caso Finca La Alicia, Santuario, Risalda. Manizales - Colombia*.

[https://repositorio.autonoma.edu.co/bitstream/11182/1123/1/An%20C3%A1lisis\\_cadena\\_suministro\\_proceso\\_producci%20C3%B3n\\_caf%20C3%A9\\_sec\\_o\\_bajo\\_modelo\\_SCOR\\_contribuci%20C3%B3n\\_mejoramamiento\\_competitividad.pdf](https://repositorio.autonoma.edu.co/bitstream/11182/1123/1/An%20C3%A1lisis_cadena_suministro_proceso_producci%20C3%B3n_caf%20C3%A9_sec_o_bajo_modelo_SCOR_contribuci%20C3%B3n_mejoramamiento_competitividad.pdf)

Ordoñez, X. &. (2020). *Beneficios y tendencias de la cadena de suministro optimizada. Deloitte*, 9.

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/strategy/2020/beneficios-tendencias-Optimizacion-de-distribucion.pdf>

Pardo, P. (2021). *Madurez de la cadena de suministro del Per3. Estudio Supply Chain Overview*, 28.

[https://www.ey.com/es\\_pe/consulting/madurez-cadena-de-suministro-peru](https://www.ey.com/es_pe/consulting/madurez-cadena-de-suministro-peru)

Pesantes, J. (2020). *Propuesta para mejorar la gesti3n de la cadena de abastecimiento de servicios de un supermercado. Lima*.

- [https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2826/PesantesJulia\\_Tesis\\_maestria\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2826/PesantesJulia_Tesis_maestria_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Quispe, Y. (2017). *Cadena de suministros y la calidad de Servicio de la empresa Barret & BUR S.A.C Periodo 2015 al 2016 Nuevo Chimbote*. Chimbote.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/10212/quispe\\_ry.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/10212/quispe_ry.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rodriguez, A. L. (2021). *El desempeño adaptativo: implicaciones para la gestión de recursos humanos en el sector público 2021* . Azterlanak.  
<https://www.ivap.euskadi.eus/z16-a5app2/eu/t59auUdaWar/t59aMostrarFicheroServlet?R01HNoPortal=true&t59aldRevista=3&t59aTipoEjemplar=R&t59aSeccion=51&t59aContenido=1&t59aCorrelativo=1&t59aVersion=1&t59aNumEjemplar=20>
- Rojas, Y. (2019). *Sistema de gestión logístico para la satisfacción de los clientes de la Ferreteria El Tambo EIRL*. Huancayo.  
[https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7174/3/IV\\_108\\_TI\\_Rojas\\_Mayta\\_2019.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7174/3/IV_108_TI_Rojas_Mayta_2019.pdf)
- Ruesta, P. &. (2019). *La claridad de los productos culinarios del restaurante Don Parce y su influencia en la fidelización del cliente en Piura Metropolitana, 2019*. Piura.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/58838/Ruesta\\_FPPI-Silup%20c3%ba\\_HEL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/58838/Ruesta_FPPI-Silup%20c3%ba_HEL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Saltos, V. (2020). *Análisis y propuesta de mejoramiento de procesos en la empresa "Restaurante la Cañita"*. Quito.  
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7205/1/T3106-MAE-Saltos-Analisis.pdf>
- SINIA. (2019). *Ley N° 30884 regula el consumo de bienes de plástico de un solo uso que generan riesgo para la salud pública y/o el ambiente*.  
<https://sinia.minam.gob.pe/novedades/ley-ndeg-30884-regula-consumo-bienes-plastico-un-solo-uso-que-generan#:~:text=La%20Ley%20N%C2%B0%2030884,p%C3%BAblica%20y%20Fo%20el%20ambiente.>
- Sanchez, A. (015). *Factores que afectan la confianza de los consumidores antioqueños por las compras a través de canales de comercio electrónico* . Medellín: Universidad Nacional de Colombia.

- <https://www.redalyc.org/journal/646/64646279007/html/>
- Stüve, D. V. (2020). Supply chain lanning in the food industry. *Econstor*, 39.
- Sucasaire, J. (2022). *Orientaciones para la selección y el cálculo del tamaño de la muestra en investigación*. Conytec.  
[https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/3096/1/Orientaciones para seleccion y calculo del tama%<sup>c</sup>3%<sup>b</sup>1o de muestra de \\_investigacion.pdf](https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/3096/1/Orientaciones%20para%20seleccion%20y%20calculodel%20tama%C3%B1o%20de%20muestra%20de%20investigacion.pdf)
- Tarrillo, N. (2019). *Gestión de la cadena de suministro para incrementar la productividad en la empresa Dulceria Manjar Real*. Pimentel Perú.  
[https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7288/Tarrillo o%20Flores%20Nelly.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7288/Tarrillo%20Flores%20Nelly.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Tejada, A. P. (2022). *Administración logística para los negocios*. Grupo Compas.  
<http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/778/1/i.pdf>
- Tejero, J. (2021). *Técnicas de investigación cualitativa en ñps ambitos sanitario y socio sanitario*. Cuenca: Colección Estudios.  
<https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/28525/TECNICAS-INVESTIGACION%20LIBRO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Toro, H. (2017). *Distribución y Logística*. Bogota D.C.: Universidad del Área Andina.  
[https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1501/Distribuci%<sup>i</sup>C3%<sup>B</sup>3n%20y%20log%<sup>C</sup>3%<sup>A</sup>Dstica.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1501/Distribuci%C3%B3n%20y%20log%C3%ADstica.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Useche, M. A. (2019). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos*. Gente Nueva.  
[https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/467/88 .%20Tecnicas%20e%20instrumentos%20recolecci%<sup>C</sup>3%<sup>B</sup>3n%20de%20 datos.pdf?sequence=1](https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/467/88.%20Tecnicas%20e%20instrumentos%20recolecci%C3%B3n%20de%20datos.pdf?sequence=1)
- Vilcarrero, R. (2017). *Gestión de la producción*. Lima.  
<https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/908>
- Vinajera, A. M. (2020). Evaluación del desempeño de la cadena de suministro sostenible enfocada en procesos. *Estudios Generales*, 11.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-59232020000300325](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232020000300325)
- Yokiris, A. (2018). *Adaptabilidad y proceso de cambio organizacional*. Universidad Ramirez Lanvidar .

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/43/Guzman-Andrea.pdf>

Zapata, R. H. (2017). *Escala de medición de la percepción gerencial y directiva del entorno empresarial* . Revista de Ciencia Sociales .

## ANEXO 1

### FORMATO PARA LA OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO

#### RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

Título de la investigación: Cadena de suministro para mejorar el servicio al cliente del restaurante “A lo Pobre Fast Food & Fusión”, Sullana 2022.

Investigador principal:

Azabache Cardoza Karol Dariana.

Asesor:

Dr. Castillo Palacios, Freddy William.

#### Propósito del estudio

Saludo, somos investigadores que le invitamos a participar en la investigación: **Cadena de suministro para mejorar el servicio al cliente del restaurante “A lo Pobre Fast Food & Fusión”, Sullana 2022**, cuyo propósito es **Establecer la relación que existe en la cadena de suministro del restaurante A lo pobre fast food y fusión 2022**. Esta investigación es desarrollada por **estudiantes** de la **Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo**, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad (y de ser el caso agregar el permiso de la institución **A lo Pobre Fast Food y Fusión**. Si ha autorizado explícitamente el uso del nombre en anexo 2).

#### Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se le presentará un cuestionario en el que tendrá preguntas generales sobre usted como edad, zona de domicilio, lugar de nacimiento y otros, no es necesario que se anote su nombre, pues cada encuesta tendrá un código; luego se le presentarán preguntas sobre variables específicas de la investigación.
2. El tiempo que tomará responder la encuesta será de aproximadamente **[15]** minutos, si gusta, puede responder ahora o comprometerse a hacerlo en otro momento o lugar, nosotros lo buscaremos.

**Información general:** se le brindará a cada persona, la información para cumplimiento de los principios de ética, se permitirá cualquier interrupción de parte del entrevistado para esclarecer sus dudas.

#### Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

#### Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que **NO** existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

#### Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

#### Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Información específica:** Una vez que se haya terminado de brindar la información general, se debe compartir la información específica sobre la investigación: los datos que se

requerirán, el hecho que se observará, o la acción que se realizará en el cuerpo (medir, examinar) o alguno de los elementos de él (exámenes de sangre, orina, células, tejidos u otro material biológico), haciendo énfasis que los resultados sólo serán utilizados para la investigación, sin identificar a la persona. De desearlo, se puede brindar algún resultado de interés clínico al participante voluntario.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Docente Asesor [**Freddy William Castillo Palacios**] al correo electrónico [fwcastillo@ucvvirtual.edu.pe](mailto:fwcastillo@ucvvirtual.edu.pe) o con el Comité de Ética.

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

*[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas].*

## ANEXO 2:

### AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

#### Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20606505630
A lo pobre fast food y fusión.	
Nombre del Titular o Representante legal: Miguel Angel.	
Nombres y Apellidos: Clendenes Oyola.	DNI: 71238861

#### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (1), autorizo [  ], no autorizo [  ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Cadena de suministro para mejorar el servicio al cliente en el restaurante "A lo pobre fast food y fusión", Sullana 2022.	
Nombre del Programa Académico: Escuela profesional de administración.	
Autor: Nombres y Apellidos Karol Dariana Azabache Cardoza.	DNI: 75327690

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Sullana, 28 de Setiembre.

BUSINESS & INVESTMENT CENTER S.A.C  
265000003  
Miguel Angel Clendenes Oyola  
GERENTE GENERAL

Firma y sello: \_\_\_\_\_  
(Titular o Representante legal de la Institución)

**ANEXO 3:**

**DICTAMEN DEL COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN  
RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-  
UCV**

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Escuela Profesional de Administración, deja constancia que el proyecto de investigación titulado “**Cadena de suministro para mejorar el servicio al cliente del restaurante “A lo Pobre Fast Food & Fusión”**”, presentado por los autores ha sido evaluado, determinándose que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable<sup>1</sup> ( ) observado ( ) desfavorable ( ).

Sullana, Piura 07, de Noviembre de 2022

---

Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya  
**Presidente del Comité de Ética en Investigación**  
**Escuela Profesional de Administración**

C/c

• Sr. Azabache Cardoza Karol Dariana. Investigador principal.

<sup>1</sup> *El dictamen favorable tendrá validez en función a la vigencia del proyecto.*

## ANEXO 4: CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	---	-----------------------

### I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE	:	Azabache Cardoza, Karol Dariana
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Cadena de suministro para mejorar el servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario aplicado a los colaboradores del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	<i>KR-20 kuder Richardson</i> ( ) <i>Alfa de Cronbach.</i> ( x )
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	15/05/2023
1.7. MUESTRA APLICADA	:	07 trabajadores

### II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	<b>0.747</b>
------------------------------------	--------------

### III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítemes iniciales, ítemes mejorados, eliminados, etc.*)

El instrumento del cuestionario para la variable **CADENA DE SUMINISTRO**, alcanzó un coeficiente de confianza **ACEPTABLE**, representada por el 75%, concluyendo que el instrumento es aplicable para la recolección de datos bajo los fines académicos y científicos.



Estudiante:  
DNI : 75327690



FIRMA  
Mg. Félix Fabian Pintado Rodríguez  
LICENCIADO EN ESTADÍSTICA  
COSEPE N° 839

Docente : Félix Fabian Pintado Rodríguez  
DNI: 45246550

## Anexo 5: CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	---	-----------------------

### I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE	:	Azabache Cardoza, Karol Dariana
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Cadena de suministro para mejorar el servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario aplicado a los colaboradores del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	<i>KR-20 kuder Richardson</i> ( ) <i>Alfa de Cronbach.</i> ( x )
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	15/05/2023
1.7. MUESTRA APLICADA	:	20 clientes

### II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	<b>0.804</b>
------------------------------------	--------------

### III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítemes iniciales, ítemes mejorados, eliminados, etc.*)

El instrumento del cuestionario para la variable **SERVICIO AL CLIENTE**, alcanzó un coeficiente de confianza **BUENO**, representado por el 80%, concluyendo que el instrumento es aplicable para la recolección de datos bajo los fines académicos y científicos.



Estudiante:  
DNI : 75327690

  
FICHA  
Mg. Felix Fabian Pintado Rodriguez  
LICENCIADO EN ESTADÍSTICA  
COEPSPE N° 839

Docente : Felix Fabian Pintado Rodriguez  
DNI: 45246550

**ANEXO 6: Matriz de Operacionalización:**

<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
Cadena de suministro	Según Díaz (2017) afirma que es una actividad interdisciplinaria que vincula varias áreas de la empresa desde compras hasta el servicio de ventas.	Banda & Cepeda (2022) afirma Las cadenas de suministro deben gestionarse lo cual implica planificación y organización de recursos en cada fase que la integra	Abastecimiento	Proveedores	Ordinal
				Sistema de compra	
				Planeación	
			Producción	Calidad	
				Control	
				Toma de decisiones	
			Distribución	Transporte	
				Plazo de entrega	
				Empaque	

<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
Servicio al cliente	Según Robayo (2017) afirma que es el conjunto de características que se agrupan para satisfacer una necesidad.	Es el método que utiliza una empresa para estar en contacto con sus clientes según Flores, L (2021)	Seguridad	Interacción	Ordinal
				Confianza	
				Comunicación	
			Adaptabilidad	Tecnología	
				Información	
				Recursos Humanos	
			Capacidad de respuesta	Rapidez	
				Puntualidad	
				Tiempo de espera	

## ANEXO 7 : Matriz de Consistencia

Tema	Problema de la investigación	Objetivos de la investigación	Métodos
<p>Cadena de suministro para mejorar el servicio al cliente del restaurante "A lo Pobre Fastfood &amp; Fusión", Sullana 2022</p>	<p><b>Problema General:</b> ¿De qué manera orienta la cadena de suministro a mejorar el servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast &amp; Fusión, Sullana - 2022?</p> <p><b>Problemas Específicos:</b> ¿Cómo se lleva a cabo el abastecimiento de los insumos para brindar un mejor servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión Sullana, 2022? ¿Cómo se organizan los procesos productivos para mejorar el servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food, Sullana 2022? ¿Qué acciones emplean para facilitar la distribución de los productos y brindar un servicio eficiente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022? ¿Qué estrategias de debe de incorporar para brindar seguridad en el servicio del Restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022? ¿Cómo se realiza el proceso de adaptación para satisfacer la necesidad del cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022? ¿De qué manera se evalúa la respuesta del consumidor en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022?</p>	<p><b>Objetivo General:</b> Diseñar estrategias con respecto a la cadena de suministro para la mejora del servicio al cliente en el restaurante A lo pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b> Definir el proceso de abastecimiento de insumos para brindar un mejor servicio al cliente en el restaurante A lo pobre fast food y fusión 2022. Identificar la organización de los procesos productivos para mejorar el servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022 Determinar las acciones que se realizan para facilitar la distribución de los productos y brindar un servicio eficiente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022. Definir las estrategias que se deben de incorporar para brindar seguridad en el servicio en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022. Determinar las fases del proceso para adaptarse a los cambios y lograr satisfacer las necesidades en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022. Establecer una evaluación para percibir la respuesta al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión 2022.</p>	<p>Diseño de investigación: no experimental.</p> <p>Tipo de investigación: descriptiva.</p> <p>Enfoque: cuantitativo.</p> <p>Población: -Variable Servicio al cliente: Desconocida -Variable Cadena de suministro: trabajadores.</p> <p>Muestra: -Servicio al cliente:196 clientes -Cadena de suministro: 11 trabajadores.</p> <p>Técnica: encuesta y entrevista.</p> <p>Instrumento: Cuestionario y guía de entrevista.</p>

## ANEXO 8: Encuesta a colaboradores



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Fecha: / / N° \_\_\_\_\_

### ENCUESTA A LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA: A LO POBRE FAST FOOD Y FUSIÓN.

Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente encuesta, por lo que se le agradece complete todo el cuestionario el cual tiene un carácter confidencial.

Este cuestionario está destinado a recopilar información que será necesaria como sustento de la investigación " Cadena de suministro para mejorar el servicio al cliente del restaurante "A lo Pobre Fastfood & Fusión", Sullana 2022". Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación. Muchas gracias.

Escala de medición consta:

Totalmente en desacuerdo (1) - En desacuerdo (2) - Indeciso (3) - De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)

<b>VARIABLE: CADENA DE SUMINISTRO</b>		<b>Escala de calificación</b>				
<b>DIMENSIÓN: ABASTECIMIENTO</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
Proveedores	1. Considera que los proveedores de la empresa presentan los estándares adecuados en lo que respecta a calidad y responsabilidad.					
Sistema de compra	2. Ud. considera que el sistema de compras del restaurante presenta procedimientos que aseguran el suministro del local.					
	3. Considera que el flujo de actividades dentro del proceso de compras es adecuado.					
Planeación	4. Considera Ud. que el plan de abastecimiento de la empresa logra cumplir la producción esperada.					
<b>DIMENSIÓN: PRODUCCIÓN</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
Calidad	5. Los insumos presentan las cualidades necesarias para la preparación de los platillos que ofrecen.					
	6. Ud. considera que a través de los platillos se logra cubrir las expectativas de los consumidores.					
Control	7. Se realiza un proceso de verificación para garantizar la inocuidad en cada platillo.					
Toma de decisiones	8. Considera que es o debe ser partícipe de decisiones internas que sean de interés general en la organización.					
<b>DIMENSIÓN: DISTRIBUCIÓN</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
Transporte	9. Considera que los proveedores transportan de manera eficaz los insumos.					
Plazo de entrega	10. En el restaurante se realizan proyecciones de tiempo con respecto a la preparación de cada platillo.					
Empaque	11. Cuando se emplea el sistema delivery, el envase y empaquetado presentan las condiciones adecuadas para llegar en óptimas condiciones al cliente.					
<b>VARIABLE: SERVICIO AL CLIENTE</b>						
<b>DIMENSIÓN: SEGURIDAD</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>



**ANEXO N°9: Encuesta para los consumidores**
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**
**Fecha: / / N° \_\_\_\_\_**
**ENCUESTA A CONSUMIDORES DE LA EMPRESA: A LO POBRE FAST FOOD Y FUSIÓN**

Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente encuesta, por lo que se le agradece complete todo el cuestionario el cual tiene un carácter confidencial.

Este cuestionario está destinado a recopilar información que será necesaria como sustento de la investigación " Cadena de suministro para mejorar el servicio al cliente del restaurante "A lo Pobre Fastfood & Fusión", Sullana 2022".

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación. Muchas gracias.

Escala de medición consta:

Totalmente en desacuerdo (1) - En desacuerdo (2) - Indeciso (3) - De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)

<b>VARIABLE: SERVICIO AL CLIENTE</b>						
<b>DIMENSIÓN: SEGURIDAD</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
Interacción	1. Considera adecuada la manera en la que interactúa el personal de atención al cliente.					
	2. La interacción por redes sociales es dinámica (sorteos, encuestas, promociones).					
	3. Al momento de interactuar con el restaurante, considera que la respuesta es rápida.					
Confianza	4. La empresa le transmite confianza a través de su trato.					
	5. La relación a través de redes sociales le genera confianza en el proceso de compra.					
Comunicación	6. Está de acuerdo con la comunicación que emplean los encargados de atención al cliente.					
	7. La comunicación en el restaurante es la adecuada y logra resolver sus inquietudes.					
<b>DIMENSIÓN: ADAPTABILIDAD</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
Tecnología	8. Considera que la empresa emplea tecnología que ayuda a facilitar su compra a través de POS, medios de pago					
	9. La empresa innova con tecnología al alcance del rubro gastronómico (sistema de pedidos).					
Información	10. La empresa brinda información detallada y precisa de sus platillos.					
	11. La información sobre precios y promociones que brinda la empresa a través de sus redes sociales es verídica.					
RR.HH	12. El personal está capacitado con los recursos tecnológicos de la empresa.					
	13. Los trabajadores se diferencian del personal de la competencia por su trato personalizado.					
<b>DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
Rapidez	14. Considera que la atención que brinda la empresa es rápida y cubre sus expectativas.					
	15. Ud. cree que la respuesta a través de redes sociales es inmediata.					
Puntualidad	16. Los productos llegan en el tiempo indicado					
	17. Los platillos encargados llegan adecuadamente					
Tiempo de Espera	18. El tiempo de espera es prudente dentro de lo establecido.					

## ANEXO 10: Guía de entrevista

### FORMATO DE GUÍA DE ENTREVISTA PARA MEDIR CADENA DE SUMINISTRO PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE DEL RESTAURANTE “A LO POBRE FAST FOOD Y FUSIÓN”, SULLANA 2022



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Fecha: 11/05/2023

Nombre del entrevistado: Miguel Ángel Clendenes Olaya.

Entidad: Administrador del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.

Yo Miguel Ángel Clendenes Olaya con DNI 71238861 en forma voluntaria, SI(X) NO ( ) doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo: Diseñar estrategias con respecto a la cadena de suministro para la mejora del servicio al cliente en el restaurante A lo pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.

Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta entrevista puede enviar al correo: kazabache@ucvvirtual.edu.pe

#### **ASPECTOS GENERAL:**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ENTREVISTADOR (A): Karol Dariana Azabache Cardoza | <input type="checkbox"/> FECHA: 11/05/2023.  |
| <input type="checkbox"/> ENTREVISTADO (A): Miguel Ángel Clendenes Oyola.   | <input type="checkbox"/> TIEMPO: 35 minutos. |
| <input type="checkbox"/> EMPRESA : A Lo Pobre Fast Food y Fusión.          |  |

#### **VARIABLE: CADENA DE SUMINISTRO**

1. Proveedores: ¿De qué manera evalúa a un proveedor? ¿Considera que la responsabilidad es un factor importante? ¿Por qué?
2. Sistema de compras: Cómo se organiza la empresa para realizar el abastecimiento de alimentos, productos de empaque y limpieza?
3. Planeación: ¿Cada qué tiempo se lleva a cabo la planificación para realizar la compras de la empresa?
4. Calidad: ¿Cómo evalúa la calidad de los productos? ¿Qué facilidad le brindan los proveedores?
5. Control: ¿De qué manera se realiza el control con del sistema de abastecimiento del restaurante?
6. Toma de decisiones: ¿Considera a su personal para tomar decisiones de la empresa? ¿Por qué? .
7. Transporte: Con respecto a los proveedores ¿Realizan delivery de sus productos o la compra es de manera presencial?

8. Plazo de entrega: De acuerdo a la pregunta anterior ¿Cuánto tiempo tardan en la entrega de los productos?
9. Empaque: ¿De qué manera se selecciona el empaque para el envío de los productos?

**VARIABLE: SERVICIO AL CLIENTE**

10. Interacción: ¿Cómo interactúa el personal de atención al cliente con los consumidores? Considere la atención en el local y de manera virtual.
11. Confianza: ¿De qué manera demuestra el cliente la confianza hacia ustedes? ¿Por qué considera importante que se sientan seguros?
12. Comunicación: ¿Cuál es su opinión respecto al tipo de comunicación entre sus colaboradores y los clientes? Explique
13. Tecnología: ¿De qué manera facilita los medios tecnológicos a su empresa?
14. Información: ¿Considera Ud. que la empresa se adapta a los cambios y tendencias del mercado? ¿De qué manera lo hace?
15. RR.HH: ¿De qué manera motiva a sus colaboradores a mejorar su desempeño?
16. Rapidez: Por lo general ¿Qué tiempo tardan en entregar un pedido?, ¿Considera que se debería evaluar la aceptación de los clientes ante su servicio?
17. Puntualidad y Tiempo de espera: ¿Qué acciones realizan para poder entregar un pedido de manera puntual?

*Muchas gracias por su participación...*

**ANEXO 11**

:

**MATRIZ DE INSTRUMENTOS –  
CUESTIONARIO COLABORADORES**

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES		INSTRUMENTO A: CUESTIONARIO	
				N° DE ÍTEMS	ÍTEMS
<b>X: CADENA DE SUMINISTRO</b>	X1. Abastecimiento	X1.1	- Proveedores	1	1. Considera que los proveedores de la empresa presentan los estándares adecuados en lo que respecta a calidad y responsabilidad.
		X1.2	- Sistema de Compra	2	2. Ud considera que el sistema de compras del restaurante presenta procedimientos que aseguran el suministro del local.
					3 . Considera que el flujo de actividades dentro del proceso de compras es adecuado.
	X1.3	- Planeación	1	4. Considera Ud. que el plan de abastecimiento de la empresa logra cumplir la producción esperada.	
	X2. Producción	X2.1	- Calidad	2	5. Los insumos presentan las cualidades necesarias para la preparación de los platillos que ofrecen.
		X2.2	Control	1	6. Ud considera que a través de los platillos se logra cubrir las expectativas de los consumidores.
					7. Se realiza un proceso de verificación para garantizar la inocuidad en cada platillo.
	X2.3	- Toma de decisiones	1	8. Considera que es o debe ser partícipe de decisiones internas que sean de interés general en la organización.	
	X3.Distribución	X3.1	- Transporte	1	9. Considera que los proveedores transportan de manera eficaz los insumos.
		X3.2	- Plazo de Entrega	1	10. En el restaurante se realizan proyecciones de tiempo con respecto a la preparación de cada platillo.
		X3.3	- Empaque	1	11. Cuando se emplea el sistema delivery, el envase y empaquetado presentan las condiciones adecuadas para llegar en óptimas condiciones al cliente.

<b>Y. SERVICIO AL CLIENTE</b>	Y1. Seguridad	Y1.1	- Interacción	1	12. La empresa interactúa periódicamente con los consumidores a través de promociones, encuestas y sorteos.
		Y1.2	- Confianza	2	13. Ud. considera que se recibe atentamente a los clientes al ingresar al local.
					14. Se muestra honestidad en cuanto a precios, calidad y presentación de los productos.
	Y1.3	- Comunicación	1	15. La comunicación que se brinda a los clientes es efectiva.	
				16. Se presta atención a las inquietudes de los clientes durante su permanencia en el local.	
	Y2. Adaptabilidad	Y2.1	- Tecnología	1	17. La empresa innova con respecto a tecnología (procesos y herramientas para facilitar el servicio al cliente).
		Y2.2	- Información	1	18. Se brinda la información necesaria y detallada para poder realizar un pedido.
		Y2.3	- Recursos Humanos	2	19. Ud. cree conveniente ser parte de las decisiones que influyen con la mejora de atención al cliente.
	20. Considera que las actividades que realiza durante su jornada involucran el nivel de desempeño.				
	Y3. Capacidad de respuesta	Y3.1	- Rapidez	1	21. Ud. considera que el restaurante soluciona con rapidez cualquier inconveniente con respecto a algún pedido.
		Y3.2	- Puntualidad	2	22. Considera que se cumple con el tiempo establecido con respecto a la entrega.
					23. Al realizar el servicio delivery, Ud. cree que influye la información del cliente con respecto a la puntualidad del pedido (referencias, dirección exacta).
Y3.3	- Tiempo de espera	1	24. Considera que el restaurante logra entregar los pedidos a tiempo.		

**ANEXO 12: MATRIZ DE  
INSTRUMENTOS – CUESTIONARIO  
CLIENTES**

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES		INSTRUMENTO A: CUESTIONARIO	
				N° DE ÍTEMS	ÍTEMS
<b>Y: SERVICIO AL CLIENTE</b>	Y1: Seguridad	Y1.1	- Interacción	3	1. Considera adecuada la manera en la que interactúa el personal de atención al cliente. 2. La interacción por redes sociales es dinámica (sorteos, encuestas, promociones). 3. Al momento de interactuar con el restaurante, considera que la respuesta es rápida.
		Y1.2	- Confianza	2	4. La empresa le transmite confianza a través de su trato. 5. La relación a través de redes sociales le genera confianza en el proceso de compra.
		Y1.3	- Comunicación	2	6. Está de acuerdo con la comunicación que emplean los encargados de atención al cliente. 7. La comunicación en el restaurante es la adecuada y logra resolver sus inquietudes.
	Y2: Adaptabilidad	Y2.1	- Tecnología	2	8. Considera que la empresa emplea tecnología que ayuda a facilitar su compra a través de POS, medios de pago. 9. La empresa innova con tecnología al alcance del rubro gastronómico (sistema de pedidos).
		Y2.2	- Información	2	10. La empresa brinda información detallada y precisa de sus platillos. 11. La información sobre precios y promociones que brinda la empresa a través de sus redes sociales es verídica.
		Y2.3	- Recursos Humanos	2	12. El personal está capacitado con los recursos tecnológicos de la empresa. 13. Los trabajadores se diferencian del personal de la competencia por su trato personalizado.
	Y3:	Y3.1	-Rapidez	2	14. Considera que la atención que brinda la empresa es rápida y cubre sus expectativas.

	Capacidad de Respuesta				15. Ud. cree que la respuesta a través de redes sociales es inmediata.
		Y3.2	-Puntualidad	2	16. Los productos llegan en el tiempo indicado
					17. Los platillos encargados llegan adecuadamente
		Y3.3	- Tiempo de espera	1	18. El tiempo de espera es prudente dentro de lo establecido.

## ANEXO 13: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento aplicado a los clientes del restaurante “A lo pobre Fast Food y Fusión”, Sullana. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Mercedes Renee Palacios de Briceño	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )	Doctor ( X )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( )	Organizacional ( X )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Gestión de organizaciones	
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )	
	Más de 5 años ( x )	
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Validación de cuestionario a cliente
Autora:	Azabache Cardoza Karol Dariana
Procedencia:	Sullana
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	10 a 15 minutos
Ámbito de aplicación:	Sullana

Significación:	1= Totalmente en desacuerdo 2= En desacuerdo 3 = Indeciso 4= De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo
----------------	---

**4. Soporte teórico**

Escala/ÁREA	Subescala (dimensione)	Definición
<b>SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>SEGURIDAD ADAPTABILIDAD</b>	Murillo (2018) argumenta que es un procedimiento el cual se encargar de establecer relación con el consumidor y disponer de herramientas al iniciar una relación comercial y atender las necesidades del cliente generando así que este regrese a la empresa con frecuencia e intención de compra.
	<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	

**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación a usted le presento el cuestionario dirigido a los colaboradores del restaurante “A lo Pobre Fast Food y Fusión” elaborado por Azabache Cardoza Karol Dariana en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.

	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:** Cuestionario de la variable Ventaja Competitiva.

- Primera dimensión: Seguridad.
  - Objetivos de la Dimensión: Definir las estrategias que se deben de incorporar para brindar seguridad en el servicio en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana, 2022.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
<b>INTERACCIÓN</b>	Considera adecuada la manera en la que interactúa el personal de atención al cliente.	4	4	4	
	La interacción por redes sociales es dinámica (sorteos, encuestas, promociones).	2	3	2	

	Al momento de interactuar con el restaurante, considera que la respuesta es rápida.	1	1	2	
<b>CONFIANZA</b>	La empresa le transmite confianza a través de su trato.	1	1	1	
	La relación a través de redes sociales le genera confianza en el proceso de compra.	3	3	3	
<b>COMUNICACIÓN</b>	Está de acuerdo con la comunicación que emplean los encargados de atención al cliente.	3	3	3	
	La comunicación en el restaurante es la adecuada y logra resolver sus inquietudes.	2	2	2	

- Segunda dimensión: Adaptabilidad
- Objetivos de la Dimensión: Determinar las fases del proceso para adaptarse a los cambios y lograr satisfacer las necesidades en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
<b>Tecnología</b>	Considera que la empresa emplea tecnología que ayuda a facilitar su compra a través de POS, medios de pago.	3	1	1	
	La empresa innova con tecnología al alcance del rubro gastronómico (sistema de pedidos).	3	3	3	
<b>Información</b>	La empresa brinda información detallada y precisa de sus platillos.	3	3	3	

	La información sobre precios y promociones que brinda la empresa a través de sus redes sociales es verídica.	3	3	3	
<b>RR.HH</b>	El personal está capacitado con los recursos tecnológicos de la empresa.	3	3	3	
	Los trabajadores se diferencian del personal de la competencia por su trato personalizado.	3	3	3	

- Tercera dimensión: Capacidad de Respuesta.
  - Objetivos de la Dimensión: Establecer una evaluación para percibir la respuesta del cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
<b>Rapidez</b>	Considera que la atención que brinda la empresa es rápida y cubre sus expectativas.	1	3	3	
	Ud. cree que la respuesta a través de redes sociales es inmediata.	3	3	3	
<b>Puntualidad</b>	Los productos llegan en el tiempo indicado	3	3	3	
	.Los platillos encargados llegan adecuadamente	3	3	3	
<b>Tiempo de espera</b>	El tiempo de espera es prudente dentro de lo establecido.	3	3	3	



Firma del evaluador  
DNI 02845588

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## ANEXO 14:

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento aplicado a los clientes del restaurante "A lo pobre Fast Food y Fusión", Sullana. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Groover Valenty Villanueva Butrón		
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )	Doctor	( X )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social	( X )
	Educativa ( )	Organizacional	( X )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Gestión de organizaciones		
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo		
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )		
	Más de 5 años ( x )		
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.		

#### 6. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 7. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Validación de cuestionario a cliente
Autora:	Azabache Cardoza Karol Dariana
Procedencia:	Sullana
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	10 a 15 minutos

Ámbito de aplicación:	Sullana
Significación:	<p>1= Totalmente en desacuerdo</p> <p>2= En desacuerdo</p> <p>3 = Indeciso</p> <p>4= De acuerdo</p> <p>5 = Totalmente de acuerdo</p>

8. **Soporte teórico**

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
SERVICIO AL CLIENTE	SEGURIDAD	Murillo (2018) argumenta que es un procedimiento el cual se encargar de establecer relación con el consumidor y disponer de herramientas al iniciar una relación comercial y atender las necesidades del cliente generando así que este regrese a la empresa con frecuencia e intención de compra.
	ADAPTABILIDAD	
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	

9. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación a usted le presento el cuestionario dirigido a los colaboradores del restaurante "A lo Pobre Fast Food y Fusión" elaborado por Azabache Cardoza Karol Dariana en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.

indicador que está midiendo.	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:** Cuestionario de la variable Ventaja Competitiva.

- Primera dimensión: Seguridad.
  - Objetivos de la Dimensión: Definir las estrategias que se deben de incorporar para brindar seguridad en el servicio en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana, 2022.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
<b>INTERACCIÓN</b>	Considera adecuada la manera en la que interactúa el personal de atención al cliente.	4	4	4	
	La interacción por redes sociales es dinámica (sorteos, encuestas, promociones).	4	4	4	

	Al momento de interactuar con el restaurante, considera que la respuesta es rápida.	4	4	4	
<b>CONFIANZA</b>	La empresa le transmite confianza a través de su trato.	4	4	4	
	La relación a través de redes sociales le genera confianza en el proceso de compra.	4	4	4	
<b>COMUNICACIÓN</b>	Está de acuerdo con la comunicación que emplean los encargados de atención al cliente.	4	4	4	
	La comunicación en el restaurante es la adecuada y logra resolver sus inquietudes.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Adaptabilidad
- Objetivos de la Dimensión: Determinar las fases del proceso para adaptarse a los cambios y lograr satisfacer las necesidades en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
<b>Tecnología</b>	Considera que la empresa emplea tecnología que ayuda a facilitar su compra a través de POS, medios de pago.	4	4	4	
	La empresa innova con tecnología al alcance del rubro gastronómico (sistema de pedidos).	4	4	4	

<b>Información</b>	La empresa brinda información detallada y precisa de sus platillos.	4	4	4	
	La información sobre precios y promociones que brinda la empresa a través de sus redes sociales es verídica.	4	4	4	
<b>RR.HH</b>	El personal está capacitado con los recursos tecnológicos de la empresa.	4	4	4	
	Los trabajadores se diferencian del personal de la competencia por su trato personalizado.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Capacidad de Respuesta.
  - Objetivos de la Dimensión: Establecer una evaluación para percibir la respuesta del cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.

<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observaciones/ Recomendaciones</b>
<b>Rapidez</b>	Considera que la atención que brinda la empresa es rápida y cubre sus expectativas.	4	4	4	
	Ud. cree que la respuesta a través de redes sociales es inmediata.	4	4	4	
<b>Puntualidad</b>	Los productos llegan en el tiempo indicado	4	4	4	
	Los platillos encargados llegan adecuadamente	4	4	4	
<b>Tiempo de espera</b>	El tiempo de espera es prudente dentro de lo establecido.	4	4	4	



Firma del  
evaluador

Dr Groover Valenty Villanueva Butrón

DNI 02842722

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## ANEXO 15:

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento aplicado a los trabajadores del restaurante "A lo pobre Fast Food y Fusión", Sullana. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Cecilia Paula Luisa Gomez Zuñiga.	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( X )	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( )	Organizacional ( X )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Gestión de organizaciones	
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )	
	Más de 5 años ( x )	
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Validación de cuestionario a trabajadores.
Autora:	Azabache Cardoza Karol Dariana
Procedencia:	Sullana
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	10 a 15 minutos

Ámbito de aplicación:	Sullana
Significación:	<p>1= Totalmente en desacuerdo</p> <p>2= En desacuerdo</p> <p>3 = Indeciso</p> <p>4= De acuerdo</p> <p>5 = Totalmente de acuerdo</p>

4. **Soporte teórico**

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
CADENA DE SUMINISTRO	ABASTECIMIENTO PRODUCCIÓN	Tejada et al. (2022) consideran que es la encargada de controlar, planificar e implementar el flujo de materia y productos terminados además del flujo de información desde su origen hasta su destino, cubriendo las necesidades de los clientes y generando costos mínimos en su producción.
	DISTRIBUCIÓN	

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
SERVICIO AL CLIENTE	SEGURIDAD ADAPTABILIDAD	Murillo (2018) argumenta que es un procedimiento el cual se encargar de establecer relación con el consumidor y disponer de herramientas al iniciar una relación comercial y atender las necesidades del cliente generando así que este regrese a la empresa con frecuencia e intención de compra.
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	

5. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación a usted le presento el cuestionario dirigido a los colaboradores del restaurante "A lo Pobre Fast Food y Fusión" elaborado por Azabache Cardoza Karol Dariana en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:** Cuestionario de la variable Ventaja Competitiva.

- Primera dimensión: Abastecimiento.
- Objetivos de la Dimensión: Definir el proceso de abastecimiento de insumos para brindar un mejor servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana, 2022.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
<b>Proveedores</b>	Considera que los proveedores de la empresa presentan los estándares adecuados en lo que respecta a calidad y responsabilidad.	4	4	4	

<b>Sistema de compras</b>	Ud considera que el sistema de compras del restaurante presenta procedimientos que aseguran el suministro del local.	4	4	4	
	Considera que el flujo de actividades dentro del proceso de compras es adecuado.	4	4	4	
<b>Planeación</b>	Considera Ud. que el plan de abastecimiento de la empresa logra cumplir la producción esperada.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Producción.
- Objetivos de la Dimensión: Identificar la organización de los procesos productivos para mejorar el servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana, 2022.

<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observaciones/ Recomendaciones</b>
<b>Calidad</b>	Los insumos presentan las cualidades necesarias para la preparación de los platillos que ofrecen.	4	4	4	
	Ud. considera que a través de los platillos se logra cubrir las expectativas de los consumidores.	4	4	4	
<b>Control</b>	Se realiza un proceso de verificación para garantizar la inocuidad en cada platillo.	4	4	4	
<b>Toma de decisiones</b>	Considera que es o debe ser partícipe de decisiones internas que sean de interés general en la organización.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Distribución
- Objetivos de la Dimensión: Determinar las acciones que se realizan para facilitar la distribución de los productos y brindar un servicio eficiente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana,

2022.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
<b>Transporte</b>	Considera que los proveedores transportan de manera eficaz los insumos.	4	4	4	
<b>Plazo de Entrega</b>	En el restaurante se realizan proyecciones de tiempo con respecto a la preparación de cada platillo.	4	4	4	
<b>Empaque</b>	Cuando se emplea el sistema delivery, el envase y empaquetado presentan las condiciones adecuadas para llegar en óptimas condiciones al cliente.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Seguridad.
- Objetivos de la Dimensión: Definir las estrategias que se deben de incorporar para brindar seguridad en el servicio en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana, 2022.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
<b>INTERACIÓN</b>	La empresa interactúa periódicamente con los consumidores a través de promociones, encuestas y sorteos.	4	4	4	
<b>CONFIANZA</b>	Ud. considera que se recibe atentamente a los clientes al ingresar al local.	4	4	4	
	Se muestra honestidad en cuanto a precios, calidad y presentación de los productos.	4	4	4	
<b>COMUNICACIÓN</b>	La comunicación que se brinda a los clientes es efectiva.	4	4	4	

	Se presta atención a las inquietudes de los clientes durante su permanencia en el local.				
--	--	--	--	--	--

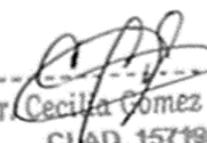
- Quinta dimensión: Adaptabilidad
- lograr satisfacer las necesidades en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
<b>Tecnología</b>	La empresa innova con respecto a tecnología (procesos y herramientas para facilitar el servicio al cliente).	4	4	4	
<b>Información</b>	Se brinda la información necesaria y detallada para poder realizar un pedido.	4	4	4	
<b>RR.HH</b>	Ud. cree conveniente ser parte de las decisiones que influyen con la mejora de atención al cliente.	4	4	4	
	Considera que las actividades que realiza durante su jornada involucran el nivel de desempeño	4	4	4	

- Sexta dimensión: Capacidad de Respuesta.
- Objetivos de la Dimensión: Establecer una evaluación para percibir la respuesta del cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
<b>Rapidez</b>	Ud. considera que el restaurante soluciona con rapidez cualquier inconveniente con respecto a algún pedido.	4	4	4	

<b>Puntualidad</b>	Considera que se cumple con el tiempo establecido con respecto a la entrega.	4	4	4	
	Al realizar el servicio delivery, Ud. cree que influye la información del cliente con respecto a la puntualidad del pedido (referencias, dirección exacta).	4	4	4	
<b>Tiempo de espera</b>	Considera que el restaurante logra entregar los pedidos a tiempo.	4	4	4	



Mgtr. Cecilia Gomez Zuniga  
CIAD. 15719

Firma del evaluador  
DNI 03490490

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:  
Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003)

## ANEXO 16: GUIA DE ENTREVISTA



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Fecha: 11/05/2023

Nombre del entrevistado: Miguel Ángel Clendenes Olaya.

Entidad: Administrador del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.

Yo Miguel Ángel Clendenes Olaya con DNI 71238861 en forma voluntaria, SI(X) NO ( ) doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo: Diseñar estrategias con respecto a la cadena de suministro para la mejora del servicio al cliente en el restaurante A lo pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.

Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta entrevista puede enviar al correo: kazabache@ucvvirtual.edu.pe

### **ASPECTOS GENERAL:**

- ENTREVISTADOR (A): Karol Dariana Azabache Cardoza
- ENTREVISTADO (A): Miguel Ángel Clendenes Oyola.
- EMPRESA : A Lo Pobre Fast Food y Fusión.
- FECHA: 11/05/2023.
- TIEMPO: 35 minutos.

### **VARIABLE: CADENA DE SUMINISTRO**

1. Proveedores: ¿De qué manera evalúa a un proveedor? ¿Considera que la responsabilidad es un factor importante? ¿Por qué?  
-Bueno se evalúa a los proveedores por su desempeño con otras empresas, recibimos referencias de colegas que se dedican al mismo rubro además tenemos la oportunidad de tener un mercado cerca del local donde podemos ir evaluar los insumos y optar por el mejor proveedor además que algunos de ellos nos brindan la facilidad de poder probar sus insumos con la finalidad que confiamos en ellos para poder realizar los platos en el local. Y se considera que la responsabilidad es importante ya que si ellos cumplen a tiempo se puede satisfacer la necesidad de los clientes.
2. Sistema de compras: Cómo se organiza la empresa para realizar el abastecimiento de alimentos, productos de empaque y limpieza?  
- Por lo general la empresa se organiza de la siguiente manera, los productos no perecibles, pescados y carnes, descartables y productos de limpieza, los cuales se piden cada cierto tiempo y algunos son traídos al local con un costo adicional o se recogen en el local comercial para posteriormente ser acomodados en el almacén en las pelchas o caso contrario son refrigerados.
3. Planeación: ¿Cada qué tiempo se lleva a cabo la planificación para realizar la compras de la empresa?

- El personal de caja es el encargado de realizar un requerimiento una vez a la semana de los productos que hacen falta con apoyo del personal del área de cocina también las bebidas, tragos, con la finalidad de evitar inconvenientes al momento de la preparación de un pedido ya que muchas veces lo que se requiere no se encuentra en una bodega y no se llegaría a cumplir con dicho pedido.
4. Calidad: ¿Cómo evalúa la calidad de los productos? ¿Qué facilidad le brindan los proveedores?
    - Por lo general se compra en cantidades pequeñas para poder conocer la calidad, el sabor de los insumos para poder ser utilizados, como las bebidas para observar la preferencia de los consumidores. Con respecto a las facilidades los proveedores ciertas ocasiones nos brindan productos pequeños o en poca cantidad para conocer de ellos y posteriormente realizar el pedido y tener confianza.
  5. Control: ¿De qué manera se realiza el control con del sistema de abastecimiento del restaurante?
    - El control se lleva a cabo los día martes y viernes por mi persona observando las funciones de los trabajadores responsables si han cumplido con lo asignado como lo es con el requerimientos, ciertas veces se hace caso omiso y es donde se presentan los inconvenientes y descontento por el personal de cocina ya que se retrasan en la entrega de los pedidos.
  6. Toma de decisiones: ¿Considera a su personal para tomar decisiones de la empresa? ¿Por qué?.
    - De hecho los trabajadores son pieza fundamental en el desempeño de la empresa y se les involucra en la toma de decisiones ya que ellos permanecen en el local y conocen lo que suceden día a día las fortalezas y debilidades de la empresa y al ser escuchados se sabrá más a fondo las alternativas de solución ante cualquier eventualidad.
  7. Transporte: Con respecto a los proveedores ¿Realizan delivery de sus productos o la compra es de manera presencial?
    - Ciertos proveedores nos brindan la facilidad de poder llamar al local, hacer el pedido según la cantidad o marca que se requiera para poder despachar y ser entregado con el servicio delivery con un costo adicional o caso contrario ir a comprarlo personalmente, en caso de la cerveza y gaseosa el camión repartidor llega los días jueves al local.
  8. Plazo de entrega: De acuerdo a la pregunta anterior ¿Cuánto tiempo tardan en la entrega de los productos?
    - Los pedidos de productos como lo es el arroz azúcar y harina llegan en una hora aproximadamente desde el momento en que se realiza el pedido, las bebidas de un día para otro con lo que respecta a la carne y pescados en algunas oportunidades se va a comprar de manera presencial.
  9. Empaque: ¿De qué manera se selecciona el empaque para el envío de los productos?
    - Con respecto al empaque para realizar el servicio delivery se verifica el contenido del producto en onzas para poder comprar el descartable ya sea para la entrega de alitas, chaufa o algún otro sólido y líquidos como lo es con la chicha morada y/o refresco en el caso de las pizzas las cajas se envían a elaborar a Lima con el logotipo de la empresa incluyendo el número de delivery para captar la atención del consumidor.

#### **VARIABLE: SERVICIO AL CLIENTE**

10. Interacción: ¿Cómo interactúa el personal de atención al cliente con los consumidores? Considere la atención en el local y de manera virtual.

- Bueno la interacción del cliente con consumidor se basa en llegar a la mesa del comensal, saludar presentarse tener una buena comunicación agradable y ofrecerle la carta para que pueda realizar su orden en tanto a lo virtual igual se saluda al consumidor de manera amable y se envía la carta en pdf para que pueda realizar la compra.
11. Confianza: ¿De qué manera demuestra el cliente la confianza hacia ustedes? ¿Por qué considera importante que se sientan seguros?
- Considero que los clientes nos demuestran su confianza por las reiteradas veces que vienen al local, por sus pedidos de delivery, las reservas en fechas especiales que nos tienen presente ante las otras opciones y creo que es importante que se sientan seguros ya que nos permite posicionarnos entre uno de los primeros alternativas al momento de salir en familia o amigos.
12. Comunicación: ¿Cuál es su opinión respecto al tipo de comunicación entre sus colaboradores y los clientes? Explique
- Bueno el tipo de comunicación entre nuestros trabajadores con los clientes es eficaz ya que es importante que se sientan cómodos en la estadía en el local que se brinde esa confianza siempre y cuando con respeto.
13. Tecnología: ¿De qué manera facilita los medios tecnológicos a su empresa?
- La tecnología de hecho si facilita desde la atención por los medios de comunicación que envían los pedidos como lo son las redes sociales las cuales las tenemos activas, los medios de pago que tenemos para los clientes como lo es el POS, yape, plin y transferencia así como también nuestro sistema de pedidos que evita que el personal de atención vaya hasta cocina a dejar el pedido sino en ese transcurso de tiempo atender a otro cliente.
14. Información: ¿Considera Ud. que la empresa se adapta a los cambios y tendencias del mercado? ¿De qué manera lo hace?
- Si, estamos activos con las tendencias en redes sociales las diversas presentaciones de los platos, los cambios y novedades en el rubro de cocina y atención actualmente hemos inaugurado un nuevo ambiente el cual tenemos música en vivo que permite más acogida y atracción y mayor permanencia en el local.
15. RR.HH: ¿De qué manera motiva a sus colaboradores a mejorar su desempeño?
- Como lo dije anteriormente el personal es fundamental, pieza clave a nuestros trabajadores los consideramos como parte de la familia de la empresa, estamos dispuestos a apoyarlos en diversos ámbitos de su vida, hacerlos sentir importantes en fechas especiales ya que si tenemos trabajadores satisfechos nuestros clientes también lo estarán.
16. Rapidez: Por lo general ¿Qué tiempo tardan en entregar un pedido?, ¿Considera que se debería evaluar la aceptación de los clientes ante su servicio?
- Bueno eso depende también de lo que pida el cliente el tiempo varía ya sea una hamburguesa, pizza o ceviche por lo general el tiempo es de 15 minutos que salga del local pero muchas veces tiene que ver las referencias que envía el cliente al momento de reparto, no colocan la dirección exacta o alguna referencia y eso juega en contra al momento de entrega.
17. Puntualidad y Tiempo de espera: ¿Qué acciones realizan para poder entregar un pedido de manera puntual?
- Las acciones que se tienen en cuenta para entregar un pedido es que el personal del delivery esté a disposición, los datos correctos del cliente y monitoriza la ruta a seguir para poder llegar a tiempo con el pedido y sobre todo que llegue en óptimas condiciones.

*Muchas gracias por su participación...*

## ANEXO 17: EVIDENCIAS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

Figura 1: Empresa A lo Pobre Fast Food y Fusión:



Figura 2: Entrevista con el administrador del restaurante



## **ANEXO 18: PROPUESTA**

**Título de la Propuesta:** Estrategias para mejorar la cadena de suministro y brindar un mejor servicio en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022.

### **Introducción**

La cadena de suministro cumple un rol importante dentro del servicio al cliente, la compra y transporte desde los insumos hacia los proveedores se integran en el proceso productivo por lo tanto si al iniciar una de esas acciones no se realiza adecuadamente se verá reflejado en el resultado final que es el platillo en la mesa del consumidor por lo tanto se deben presentar estrategias para salvaguardar la calidad y estado de los productos seguido a ello la manera en que estos serán preparados y presentados. Pero no todo termina ahí, al requerir el servicio delivery los platillos serán trasladados en envases adecuados para poder llegar en estado óptimo al cliente.

Se evidencia en el restaurante la falta de compromiso por parte de los trabajadores al realizar el inventario de los productos, falta de comunicación entre ambas áreas por lo tanto el desconocimiento de los procesos que se realizan en cocina como los procesos de inocuidad, falta de proyecciones de tiempo de preparación de los platillos. A largo plazo estos sucesos perjudican a la empresa, por la mala experiencia de un cliente conlleva a tener una mala imagen por lo tanto no regresará y no recomendará el lugar posteriormente.

### **Descripción Organizacional**

El restaurante “A lo Pobre Fast Food & Fusión” se dedica a la preparación y venta de comida rápida como hamburguesas, pizzas, alitas fusión y parillas además de comida marina y tradicional como ceviches, chicharon de pescado entre otros platillos reconocidos preparados con insumos de muy buena calidad para deleitar paladares de los comensales de la provincia de Sullana, lleva cuatro años en el sector gastronómico adaptándose a los gustos y preferencias de los clientes.

### **Visión**

Consolidarse como el mejor restaurante de comida rápida en la provincia de Sullana y posicionar en la mente del público como la primera opción.

## **Misión**

Ofrecer exquisitos platos de comida rápida y fusión, preparada con insumos de primera calidad a precios accesibles y que cubra las expectativas de los clientes.

## **Objetivos de la propuesta**

El objetivo principal de la propuesta fue:

Diseñar y desarrollar estrategias para mejorar el proceso de la cadena de suministro del restaurante A lo Pobre Fast Food.

Los objetivos específicos de la propuesta:

- (a) Establecer acciones para la elaboración de inventarios en el área de producción del restaurante A lo Pobre Fast Food.
- (b) Identificar acciones para fortalecer la comunicación entre áreas en el áreas del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.
- (c) Establecer proyecciones de tiempo en la preparación de platillos del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.
- (d) Estimar tiempos según la ruta respecto al servicio delivery del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión.

## **Justificación**

La realización de la propuesta se basa en integrar estrategias para mejorar la cadena de suministro y ofrecer un mejor servicio al cliente en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, se relaciona por la falta de comunicación y compromiso para la elaboración de los inventarios, siendo la causante de malos entendidos entre los colaboradores de ambas áreas además de la falta de disponibilidad de platillos debido a la ausencia de insumos por la mala organización.

Por otro lado la ausencia de proyección de tiempos en la preparación de los platillos y la demora en lo que respecta en entregas a través del servicio delivery, al momento de atender a un cliente ya sea de manera virtual o presencial pregunta el trascurso de tiempo que tomará al elaborar dichas proyecciones se tendrá un respuesta rápida a los cliente y sobre todo aproximada.

De tal manera que demuestra que las posibles alternativas de solución para poder brindar una solución a los problemas que afectan a la cadena de suministro del restaurante y evitar perder clientes.

### **Matriz de Evaluación de los Factores Internos**

Tras el estudio de los factores internos del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, obtenidos a través de instrumentos indicando fortalezas y debilidades, detallando lo siguiente:

<b>MEFI</b>			
<b>Valoraciones:</b>			
Peso: 0.0 No importante: 1.0 Absolutamente importante			
Calificación: 1 = Debilidad mayor / 2 = Debilidad menor / 3 = Fuerza menor / 4 = Fuerza mayor			
<b>Factores</b>	<b>Pes.</b>	<b>Cal.</b>	<b>Total</b>
<b>Fortalezas</b>			
Inspira confianza a los consumidores	0.15	3	0.45
Calidad y confiabilidad de los platillos	0.15	4	0.60
Personal capacitado en el área	0.15	3	0.45
Precios accesibles	0.15	4	0.45
Tecnología avanzada	0.10	3	0.30
<b>Debilidades</b>			
Falta de organización en la cadena de suministro	0.10	2	0.20
Duplicidad de actividades	0.10	1	0.10
Demora en la entrega de pedidos	0.10	1	0.10
Falta de comunicación entre áreas	0.10	2	0.20
	1.00	-	2.85

*Elaboración propia*

La matriz interna del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, mostró una puntuación de 2.25 en lo que respecta a las fortalezas de las actividades en el proceso productivo sin embargo la puntuación para las debilidades fue de 0.60, evidenciando que la empresa presenta más fortalezas lo cual ayudan a potenciar las ventas y generando un mayor enfoque a los consumidores.

## Matriz de evaluación de los Factores Externos

De acuerdo a lo analizado en lo que respecta a los factores externos del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, que fueron obtenidos a través de los instrumentos y permitieron explicar dichas oportunidades y amenazas que son las siguientes:

<b>MEFI</b>			
<b>Valoraciones:</b> Peso: 0.0 No importante: 1.0 Absolutamente importante Calificación: 1 = Debilidad mayor / 2 = Debilidad menor / 3 = Fuerza menor / 4 = Fuerza mayor			
<b>Factores</b>	<b>Pes.</b>	<b>Cal.</b>	<b>Total</b>
<b>Oportunidades</b>			
Avances de software y hardware	0.10	4	0.40
Acogida a través de redes sociales	0.20	3	0.60
Acceso a un mercado cerca (turno tarde)	0.15	3	0.45
Acceso a financiamiento	0.10	4	0.40
Tendencia a un restaurante temático	0.05	3	0.15
<b>Amenazas</b>			
Mala reputación por ciertos clientes.	0.10	2	0.20
Mal transporte de insumos.	0.10	1	0.10
El motorizado sufra algún accidente.	0.10	1	0.10
El empaque del servicio delivery llegue en malas condiciones.	0.10	2	0.20
	1.00	-	2.60

*Elaboración Propia*

La matriz externa del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión mostró una puntuación de 2.00 de acuerdo a las oportunidades en cuanto a las actividades durante los procesos sin embargo la puntuación para las debilidades mostró un total de 0.60 evidenciando de esta manera que el restaurante presenta más oportunidades las cuales potencian las ventas.

## Análisis FODA

Se plantearon las siguientes estrategias a través del análisis en cuanto a factores internos y externos identificados en el restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión, Sullana 2022. Detallando lo siguiente:

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	(F1) Inspira confianza a los consumidores (F2) Calidad y confiabilidad de los platillos (F3) Personal capacitado en el área (F4) Precios accesibles (F5) Tecnología avanzada	(D1) Falta de organización de la cadena de suministro (D2) Duplicidad de actividades (D3) Demora en la entrega de pedidos (D4) Falta de comunicación entre áreas.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FO</b>	<b>DO</b>
(O1) Avances de software y hardware (O2) Acogida a través de redes sociales (O3) Acceso a un mercado cerca (turno tarde) (O4) Acceso a financiamiento (O5) Tendencia a un restaurante temático	<b>ESTRATEGIA FO:</b> Implementar el método ABC con la finalidad de fortalecer la elaboración de inventarios. (O1,O2,O3,O4,O5, F1,F2,F3,F4,F5)	<b>ESTRATEGIA DO</b> Realizar reuniones para integrar y confraternizar al personal de ambas áreas. (D1.D2,D3,D4,O1,O2,O3,O4,O5)
<b>AMENAZAS</b>	<b>FA</b>	<b>DA</b>
(A1) Mala reputación por ciertos clientes (A2) Mal transporte de insumos (A3) El motorizado sufra algún accidente (A4) El empaque del servicio delivery llegue en malas condiciones	<b>ESTRATEGIA FA:</b> Realizar el cálculo de tiempo de cada plato y exponerlo con los trabajadores de atención. (A1,A2,A3,A4,F1,F2,F3,F4,F5)	<b>ESTRATEGIA DA:</b> Indicar tiempo de demora de preparación y tramo según ubicación. (D1.D2.D3.D4.A1.A2.A3.A4)

**Estrategia FO:** Implementar el método ABC con la finalidad de fortalecer la elaboración de inventarios.



02. Determinar las falencias durante la gestión de inventarios.																	
03. Organizar una reunión con el personal involucrado.																	
04. Seleccionar los platillos vendido con mayor frecuencia.																	
05. Realizar el método ABC en toma de inventario.																	

*Elaboración Propia*

#### f. Costos

Cód	Detalle	Med	Cant	C.U	C.T
1.1	<b>Materiales</b>				S/33.00
1.1.1	Hojas de trabajo	Uni	50	S/3.50	S/3.50
1.1.2	Lapiceros	Uni	03	S/1.50	S/4.50
1.2	<b>Servicios</b>				S/2675.00
1.2.1	Analista de inventario	Uni	04	S/650.00	S/2600.00
1.2.2	Transporte	Glb	03	S/25.00	S/75.00
<b>Costo de la Estrategia:</b>					<b>S/2708.00</b>

#### g. Viabilidad

El restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión cuenta con los medios financieros y económicos para poder llevar a cabo dicha estrategia, la cual presenta un costo total de S/2708.00 debido a que se requiere de una persona especializada en el tema de inventarios la cual realizará 3 sesiones. De tal manera que pueda ser un plus en la cadena de suministro y evitar inconvenientes con los pedidos hacia los proveedores.

#### h. Mecanismo de control

- Nivel de pedidos cumplidos.
- Nivel de satisfacción al cliente.

**Estrategia DO:** Realizar reuniones para integrar y confraternizar al personal de ambas áreas

**a. Descripción:**

Entre ambas áreas existe la falta de comunicación al momento de realizar los requerimientos en el inventario, no se toma parte de la jornada para verificar la falta de insumos, es por ello que ningún integrante se responsabiliza debido a este inconveniente se ha generado esta estrategia y poder resolver conflictos internos entre el personal y de esta manera realizar sus funciones con responsabilidad y compromiso además de mostrarles la importancia del inventario dentro y fuera de la empresa.

**b. Metas**

- Tener mayor y mejor comunicación al momento de realizar el requerimiento.
- Evitar tener productos e insumos faltantes.
- Preparar los platillos sin inconveniente alguno.

**c. Tácticas**

- Realizar actividades para evitar la resolución de conflictos.
- Incentivar la colaboración y trabajo en equipo.
- Fortalecer la gamificación.

**d. Programa Estratégico**

Para poder llevar a cabo la estrategia de realizar reuniones con la finalidad de integrar al personal, se verá involucrado el administrador del restaurante, todos los colaboradores de ambas áreas y turnos. El día con menor venta que son los días martes son convenientes para llevar a cabo las actividades y dar a conocer a los trabajadores la importancia del puesto que desempeñan y que puedan dialogar de tal manera fortalecer los lazos a través de actividades integradoras.

**e. Cronograma de actividades**

Actividades	Ene-24				Feb- 24				Mar- 24				Abr-24			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>O1.</b> Contratar a una persona que se encargue de cronometrar tiempos.																
<b>O2.</b> Identificar tiempos de la preparación.																
<b>O3.</b> Realizar una tabla con los principales platos.																
<b>O4.</b> Realizar simulación de pedido.																
<b>O5.</b> Evaluar el desempeño.																

*Elaboración Propia*

**f. Costos**

Cód	Detalle	Med	Cant	C.U	C.T
<b>1.1</b>	<b>Materiales</b>				S/6.25
1.1.1	Hojas de trabajo	Uni	25	S/0.07	S/1.75
1.1.2	Lapiceros	Uni	03	S/1.50	S/4.50
<b>1.2</b>	<b>Servicios</b>				S/40.00
1.2.1	Persona para cronometrar.	Uni	01	S/40.00	S/40.00
<b>Costo de la Estrategia:</b>					<b>S/46.25</b>

**g. Viabilidad**

El restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión cuenta con los medios financieros para poder llevar a cabo dicha estrategia, la cual presenta un costo total de S/46.25 debido a que se emplearán actividades que no requieren de mucho recurso económicos.

**h. Mecanismo de control**

- Nivel de entrega de pedidos
- Nivel de rapidez de entrega.

**Estrategia FA:** Realizar el cálculo de tiempo de cada plato y exponerlo con los trabajadores de atención.

**a. Descripción:**

Es sumamente importante analizar qué tiempo demora la preparación de cada platillo con la finalidad de tener el tiempo exacto o aproximando para poder brindar una respuesta a los clientes al momento de espera tanto en el local y con el servicio delivery del mismo modo evitar tener inconvenientes al momento de esperar un pedido.

**b. Metas**

- Cumplir con los pedidos al tiempo indicado.
- Evitar tener malos entendidos con los clientes del servicio delivery

**c. Tácticas**

- Tener los insumos cerca para una preparación rápida.
- Ofrecer productos que su preparación sea inmediata.
- Mantener insumos pre cocidos para su preparación.

**d. Programa Estratégico**

Para poder llevar acabo la estrategia de realizar reuniones con la finalidad de integrar al personal, se verá involucrado el administrador del restaurante, todos los colaboradores de ambas áreas y turnos. El día con menor venta que son los días martes son convenientes para llevar a cabo las actividades y dar a conocer a los trabajadores la importancia del puesto que desempeñan y que puedan dialogar de tal manera fortalecer los lazos a través de actividades integradoras.

### e. Cronograma de actividades

Actividades	Ene-24				Feb- 24				Mar- 24				Abr-24			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
O1. Convocar a los trabajadores a una reunión de manera mensual.	■					■					■					■
O2. Realizar un buzón de sugerencias.		■						■				■			■	
O3. Realizar actividades de integración.	■					■					■					■
O4. Ejecutar una encuesta de satisfacción laboral.				■				■				■			■	
O5. Evaluar el desempeño.				■				■				■				■

*Elaboración Propia*

### f. Costos

Cód	Detalle	Med	Cant	C.U	C.T
1.1	<b>Materiales</b>				S/15.50
1.1.1	Hojas de trabajo	Uni	50	S/0.07	S/3.50
1.1.2	Lapiceros	Uni	08	S/1.50	S/12.00
1.2	<b>Servicios</b>				S/240.00
1.2.1	Break	Uni	08	S/20.00	S/160.00
1.2.2	Transporte	Glb	08	S/10.00	S/80.00
<b>Costo de la Estrategia:</b>					<b>S/255.50</b>

### g. Viabilidad

El restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión cuenta con los medios financieros para poder llevar a cabo dicha estrategia, la cual presenta un costo total de S/255.50 debido a que se emplearán actividades que no requieren de mucho recurso económicos es más dinámico sin embargo si de entregarles un break a los trabajadores luego de la reunión.

### h. Mecanismo de control

- Nivel de trabajo en equipo
- Nivel de atención al cliente
- Nivel de resolución de conflictos.

**Estrategia DA:** Indicar tiempo de demora del pedido y tramo según ubicación.

**a. Descripción:**

Ante el análisis de la respuesta de los clientes debido a la demora de los pedidos se ha considerado especificar al cliente que la demora del pedido en cocina y el tiempo desde el local hacia la dirección indicada son totalmente distintos con la finalidad de evitar inconvenientes.

**b. Metas**

- Poder satisfacer la necesidad del cliente al tiempo indicado.
- Que el servicio delivery sea óptimo.

**c. Tácticas**

- Tomar rutas de acceso a calles principales.
- En hora punta incrementar unos minutos adicionales.
- Que el encargado del servicio delivery este cerca del local.

**d. Programa Estratégico**

Para poder llevar acabo la estrategia de realizar reuniones semanales con el encargado del servicio delivery para poder identificar los distritos o sectores donde se realiza mayor cantidad de pedido y poder identificar rutas de acceso para llegar en menor tiempo a lo indicado en conjunto con el personal de caja que es quien es la encargada de recepcionar los pedidos y poder hacer ese hincapié al momento de la atención.

### e. Cronograma de actividades

Actividades	Ene-24				Feb- 24				Mar- 24				Abr-24			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>O1.</b> Realizar reunión con el encargado del servicio delivery.																
<b>O2.</b> Identificar las zonas de acceso a calles principales																
<b>O3.</b> Indicar a la encargada de pedidos el tiempo de demora.																
<b>O4.</b> Realizar cronograma dependiendo las zonas.																

*Elaboración Propia*

### f. Costos

Cód	Detalle	Med	Cant	C.U	C.T
1.1	<b>Materiales</b>				
1.1.1	Hojas de trabajo	Uni	50	S/0.07	S/3.50
1.1.2	Lapiceros	Uni	03	S/1.50	S/4.50
1.1.3	Folders	Unid	03	S/0.80	S/2.40
<b>Costo de la Estrategia:</b>					S/10.40

### g. Viabilidad

El restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión cuenta con los medios financieros para poder llevar a cabo dicha estrategia, la cual presenta un costo total de S/10.40 debido a que se emplearán actividades que no requieren de mucho recurso económicos es más dinámico.

#### a. Mecanismo de control

- Nivel de entregas en el tiempo indicado.
- Nivel de atención al cliente

## Resumen de Estrategias y sus costos:

<b>Estrategias</b>	<b>C.T</b>
<b>FO</b> Implementar el método ABC con la finalidad de fortalecer la elaboración de inventarios.	S/2708.00
<b>DO</b> Realizar reuniones para integrar y confraternizar al personal de ambas áreas.	S/46.25
<b>FA</b> Realizar el cálculo de tiempo de cada plato y exponerlo con los trabajadores de atención.	S/255.50
<b>DA</b> Indicar tiempo de demora del pedido y tramo según ubicación.	S/10.40

## Evaluación de Costo Beneficio

De acuerdo a la evaluación del beneficio sobre costo se considera tener en cuenta los ingresos menos los egresos del periodo anual 2022 hasta el 2024 del restaurante A lo Pobre Fast Food y Fusión con el fin de corroborar si dispone de los recursos para llevar acabo las estrategias.

## Ingresos y Egresos de la empresa:

<b>Detalle</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Ingresos	S/205 325.00	S/371 049.00	S/401 125.00
Egresos	S/134 120.00	S/242 340.00	S/249 598.00
(Ingr-Egr)	S/71 205.00	S/128 709.00	S/151 527.00