



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**OPTIMIZACIÓN DE LA CADENA SERVICIO DE LA EMPRESA DE
CATERING MAGPE SAC.**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración

AUTOR(ES)

Tinoco Lagos, Cristhian Brandon	0000-0002-6620-906
Luna Alfaro, Angguy Amelly	0000-0001-6911-5226

ASESOR(ES)

Villavicencio Aranibar, Jorge Arturo	0000-0003-4915-8530
--------------------------------------	---------------------

Lima, 14 de noviembre de 2023

Dedicatoria

La presente investigación se lo brindo en primer lugar a Dios, quien guía mi camino día a día iluminándome ante cada dificultad que se me presente fortaleciendo mi fe. A mis padres por todo su apoyo y amor absoluto, atentos por mi desarrollo personal y profesional.

ANGGUY

Empiezo esta dedicatoria brindándole las gracias a nuestro hacedor divino a Dios, por permitirme llevar una vida plena y llena de cosas buenas. Mis padres por la fortaleza del día a día, facultándome las energías necesarias y el respiro inquebrantable que contribuye en mí desarrollo personal y profesional cada día.

CRISTHIAN

Agradecimiento

Empezamos dando las gracias a nuestro señor hacedor del universo Dios por las bendiciones en nuestro día a día, fortaleciendo en nosotros la persistencia, firmeza y perseverancia para poder cumplir nuestros objetivos.

Reconocemos del mismo modo a la UPC (Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas) y su línea docente de nuestra Facultad (Negocios) por ayudarnos y habernos permitido desempeñarnos durante todo el proceso de aprendizaje siendo esta la forma más concreta para poder cumplir y ser profesionales de éxito hacia los retos que tengamos que afrontar en el futuro.

También hacemos presente el agradecimiento a la empresa Magpe SAC, a la Gerencia General a todo el equipo involucrado por permitirnos ser parte del día a día y así fomentar que el trabajo de investigación sea el éxito esperado.

Asimismo, correspondemos a nuestro asesor Jorge Villavicencio quien fue nuestro compañero y guía en la investigación realizada, estando seguros de su integridad y recomendaciones para nuestro desarrollo profesional.

De igual manera, reconocemos a todos los que estuvieron con nosotros día a día, familia amigos por su fuerza para no caer y seguir luchando por los ideales que son los que estamos logrando por su fuerza por su empuje por su empeño y por todo lo que hace que hoy podamos decirlo juntos, ¡lo logramos!

Concluimos, expresando las gracias a todos los próximos lectores de la presente investigación estando seguros de que aportaremos de una manera clara y concisa nuevos conocimientos para sus averiguaciones.

Resumen

El actual trabajo de suficiencia profesional se ha elaborado con el propósito de valorar el impacto de Optimización de la cadena servicio de la empresa de Catering Magpe SAC para implementar los modelos de eficiencia operacional de dicha empresa en la región La Libertad.

La empresa de Catering Magpe SAC enfrenta una falta de coordinación interna en su cadena de servicio, lo que afecta el servicio de calidad ofrecido a sus consumidores. Para abordar esta problemática, se propone la implementación del modelo de mejora continua, que busca mejorar los procesos internos, la coordinación interna y la calidad del servicio. Que son implicancias operativas, administrativas y financieras en la organización. Además, se destacan aspectos relevantes como los económicos, sociales, culturales y políticos para la evaluación de la competencia y el mercado.

La siguiente investigación se ha llevado a cabo con la metodología cualitativa la cual nos brindó perspectivas diversas para procesar la información. Desarrollando el modelo de mejora continua a través de la alternativa de optimización puede ser una solución efectiva, para mejorar la calidad del servicio, reducir costos y diferenciarse de la competencia en una empresa de catering como Magpe SAC.

Palabras clave: Optimización; cadena de servicio; calidad de servicio; eficiencia operacional; mejora continua; competencia y mercado.

Optimization of the service chain of the catering company Magpe sac.

Abstract

The current professional proficiency work has been prepared with the purpose of assessing the impact of Optimization of the service chain of the Catering company Magpe SAC to implement the operational efficiency models of said company in the La Libertad region.

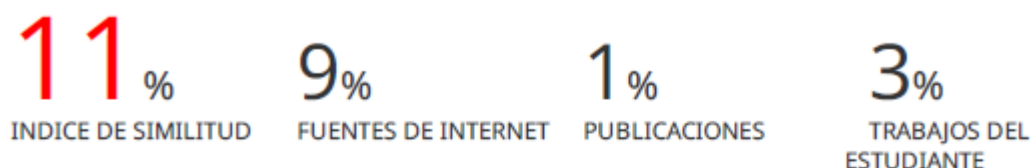
The Catering company Magpe SAC faces a lack of internal coordination in its service chain, which affects the quality service offered to its consumers. To address this problem, the implementation of the continuous improvement model is proposed, which seeks to improve internal processes, internal coordination and service quality. Which are operational, administrative and financial implications in the organization. In addition, relevant aspects such as economic, social, cultural and political aspects are highlighted for the evaluation of competition and the market.

The following research has been carried out with qualitative methodology which provided us with diverse perspectives to process the information. Developing the continuous improvement model through the optimization alternative can be an effective solution to improve service quality, reduce costs and differentiate from the competition in a catering company like Magpe SAC.

Keywords: Optimization; service chain; quality of service; operating efficiency; continuous improvement; competition and market.

u201816774_Tinoco Lagos, Cristhian
 Brandon_OPTIMIZACIÓN DE LA CADENA SERVICIO DE LA
 EMPRESA DE CATERING MAGPE SAC.

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	1 %
2	www.coursehero.com Fuente de Internet	1 %
3	www.scribd.com Fuente de Internet	1 %
4	Submitted to consultoriadeserviciosformativos Trabajo del estudiante	1 %
5	www.sagpya.mecon.gov.ar Fuente de Internet	1 %
6	Submitted to Universidad Estatal a Distancia Trabajo del estudiante	<1 %
7	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
8	www.sateliteinfos.com Fuente de Internet	<1 %

Introducción

En un entorno empresarial altamente competitivo y en constante evolución, la búsqueda de la excelencia y la mejora continua se han convertido en elementos clave para el éxito de las organizaciones. La implementación de un modelo de mejora continua se ha vuelto imprescindible para adaptarse a los cambios del mercado, optimizar los procesos internos y ofrecer productos o servicios de alta calidad, la cadena de servicio y la implementación del método de mejora continua están estrechamente interconectadas, ya que ambos se centran en ofrecer un valor agregado a los clientes y en optimizar los procesos internos de la organización. La cadena de servicio, que abarca desde la identificación de las necesidades del cliente hasta la entrega del producto o servicio final, puede beneficiarse enormemente de la aplicación del método de mejora continua. Al utilizar este enfoque, se pueden identificar y eliminar ineficiencias, reducir costos, mejorar la calidad y agilizar los tiempos de entrega, lo que se traduce en una experiencia positiva para el cliente y en una mayor competitividad en el mercado.

El presente trabajo tiene como objetivo explorar y analizar la importancia de utilizar un modelo de mejora continua en una organización dedicada al rubro de alimentación específicamente a los catering. Se examinarán las claves para implementar este modelo de manera efectiva, así como los beneficios que puede aportar a la empresa Magpe SAC. Además, se abordarán los factores críticos que pueden influir en el éxito de la implementación y se presentarán ejemplos prácticos de cómo se puede aplicar este modelo en la industria.

A lo largo del trabajo, se destacará la necesidad de promover una cultura de mejora continua en la organización, involucrando a todos los miembros del equipo y fomentando su participación activa en la identificación de puntos críticos y soluciones. La cadena de servicio implica la colaboración y coordinación entre diferentes departamentos y funciones de una organización para garantizar una experiencia de servicio coherente y satisfactoria para el cliente. Johnston, R., y Clark, G. (2008). Asimismo, se resaltarán la importancia de asignar suficiente tiempo y recursos para la implementación del modelo, incluyendo la capacitación del personal, la inversión en tecnología y la evaluación constante de los resultados.

En última instancia, se espera que este trabajo proporcione una visión clara y práctica sobre la implementación de un modelo de mejora continua, y que sirva como guía para las organizaciones que deseen alcanzar niveles más altos de excelencia y competitividad en su industria.

Índice

Dedicatoria.....	2
Agradecimiento	3
Resumen.....	4
Abstract.....	5
Introducción	7
Índice	8
Indice de tablas.....	10
Capítulo I Presentación de la situación problemática	11
1.1. Contexto de la organización.....	11
1.1.1. Aspectos relevantes económicos, sociales, culturales y políticos.....	11
1.2. Descripción de la organización	12
1.2.1. Misión	12
1.2.2. Visión.....	12
1.2.3. Principios y valores.....	12
1.2.4. Posicionamiento en el sector.....	12
1.3. Descripción de la situación problemática.....	13
1.3.1. Detalle de la situación problemática abordada- referencia directa e indirecta	13
1.3.2. Identificación de los elementos clave de la situación	14
Capitulo II: Identificación de las alternativas para la situación problemática y discusión. 14	
2.1. Marco teórico – conceptual.....	14
2.1.1. Revisión de antecedentes de investigación relacionados con la situación problemática.....	14
2.1.2. Conceptos clave relacionados con la situación problemática.	16
2.1.3. Identificación y Descripción de la aplicación de las teorías y/o modelos a la organización y situación problemática del estudio.	17
2.1.4. Enfoque metodológico.....	17
2.2. Justificación de la relevancia de la situación problemática.....	18

2.2.1. Información relevante y datos estadísticos que respalden la existencia y relevancia del problema, así como la descripción del proceso utilizado para recopilar los datos necesarios para el análisis de la situación problemática (indicar fuentes).....	18
2.2.2. Análisis de causas, análisis de factores internos y externos y análisis del impacto de la situación problemática en la organización.	19
2.2.3. Explicación, a manera de resumen, de la importancia estratégica de abordar el problema y su relevancia en el logro de objetivos de la organización.....	20
2.3. Alternativas propuestas	20
2.3.1. Enfoque de solución desde el punto de vista del área funcional en la que ocurre la situación problemática.	20
Discusión de la alternativa elegida e implicancias de dicha decisión.	21
3.1. Análisis comparativo de las alternativas identificadas.	21
1.2. Justificación de la alternativa elegida.....	22
3.2.1. Alineación con los objetivos de la organización.....	22
3.2.2. Factibilidad y viabilidad.	22
1.3. Discusión de resultados de la aplicación de la alternativa elegida.....	24
1.4. Implicancias de la decisión en la organización.	25
Conclusiones	26
Recomendaciones	26
Referencias bibliográficas	28

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	12
---------------	----

Capítulo I Presentación de la situación problemática

1.1.Contexto de la organización

Catering Magpe SAC, cuenta con más de 25 años de experiencia en el rubro de alimentación colectiva para campamentos del sector minero. Nos esforzamos por ofrecer a nuestros clientes lo mejor de nuestras prácticas y capacidad a través de nuestros profesionales altamente capacitados.

Nuestro claro objetivo es mejorar algunos puntos en los que están inmersos la cadena de servicio de la empresa en mención para así poder tener un mejor control de todas las áreas involucradas (proveedores, logística, calidad, cocina, recursos humanos, administración), dentro de esta, nos permite abordar con la problemática. En nuestra búsqueda evidenciamos la falta de coordinación interna como primer punto, para implementar el correcto funcionamiento de una cadena de servicio, con lo cual creemos importante identificar los puntos críticos de dicha cadena así trabajar en colaboración con las diferentes áreas abarcadas para mejorar estos procesos. La cadena de servicio es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para satisfacer las necesidades del cliente, por lo que, al implementarla de una manera correcta, se busca garantizar que el cliente reciba un servicio de calidad y en el tiempo pactado. Nuestro estudio ayudará a detectar las carencias internas y externas que se tienen en la empresa buscando articular todas estas teniendo como fin el desarrollo satisfactorio en la relación de la empresa Catering Magpe SAC.

1.1.1. Aspectos relevantes económicos, sociales, culturales y políticos.

Económicos:

Los costos de operación, precios de venta, volumen de ventas, competencia, fluctuaciones del mercado, van de la mano y nos sirven para poder medir y comparar los estudios de mercado de las diferentes empresas que se dedican al mismo rubro; con esto estamos seguros de que se podrá evidenciar, probar y mejorar cualquier tipo de contrato y especificación de proveedores en la búsqueda de un mejor servicio. (MAGPE, Área de Gerencia General, comunicación personal, 15 de agosto)

Culturales:

Magpe SAC predomina la diversidad cultural, las celebraciones y festividades, diversidad y preferencias alimentarias de los colaboradores, la responsabilidad social corporativa factores importantes para tener un impacto positivo en la comunidad. (MAGPE, Área de Gerencia General, comunicación personal, 15 de agosto)

Políticos:

Las regulaciones gubernamentales, cambios en las políticas de la empresa contratista, cambios políticos en el país y los cambios en las relaciones laborales, podrían afectar a la empresa. Los cambios políticos en el país pueden afectar a la empresa de una manera directa, por ejemplo, cambios en las políticas fiscales o laborales podrían afectar su rentabilidad o capacidad para

contratar y retener empleados. (MAGPE, Área de Gerencia General, comunicación personal, 15 de agosto)

1.2.Descripción de la organización

1.2.1. Misión

Brindar un producto y servicio de catering de alta calidad de la manera más eficiente y eficaz, en un marco de mejora continua para el beneficio de nuestros clientes y propios colaboradores.

1.2.2. Visión

Ser una empresa de catering líder a nivel nacional, que ofrece servicios de calidad, excelencia y confianza.

1.2.3. Principios y valores

Integridad: Actuar con honestidad, ética y transparencia en todas las operaciones y relaciones comerciales.

Responsabilidad: Asumir la responsabilidad de las acciones y decisiones de la empresa, tanto hacia los clientes como hacia los empleados, la comunidad y el medio ambiente.

Respeto: Tratar a todas las personas con respeto y dignidad, valorando la diversidad, promoviendo la igualdad de oportunidades y evitando cualquier forma de discriminación (MAGPE, Área de Gerencia General, comunicación personal, 16 de agosto).

1.2.4. Posicionamiento en el sector

El sector de catering en Trujillo (Región La Libertad) es muy competitivo, con una gran cantidad de empresas que ofrecen servicios de alta calidad. Algunas de las empresas más destacadas en el mercado son Catering Trujillo y Eventos, Catering Trujillo, Catering & Eventos Casa de la Abuela, Catering y Eventos Delicias y Catering Magpe SAC. Estas empresas han logrado consolidarse en el mercado gracias a su experiencia, calidad de servicio y precios competitivos.

Además, la demanda de servicios de catering en Trujillo (Región La Libertad) ha aumentado en los últimos años debido al creciente número de eventos sociales, corporativos y empresas privadas y públicas, que requieren los servicios que se realizan en la ciudad. Esto ha permitido que las empresas de catering puedan expandir su oferta de servicios, incluyendo opciones personalizadas para diferentes tipos de eventos. Las empresas de catering en Trujillo tienen un papel importante en el sector económico, ya que ofrecen servicios que son esenciales.

Pérez Cepeda (2023). Los factores críticos o factores de éxito son conceptos determinantes que deben desarrollarse al nivel de excelencia más elevado posible para que una organización tenga éxito en una actividad determinada. Estos factores varían según el tipo de industrias o incluso entre diferentes grupos estratégicos e incluyen factores internos como externos. En la matriz de perfil competitivo, son muy amplios, no se presentan datos específicos y concretos, logrando centrarse en cuestiones internas.

Tabla 1*Matriz de perfil competitivo*

Factores y ponderacion		COMPETIDORES					
Factores criticos para el éxito	Importancia factor en %	Magpe Sac		Catering Trujillo y Eventos		Catering & eventos casa de la abuela	
		puntos	valor	puntos	valor	puntos	valor
Precios	15.00%	3.0	0.45	3.0	0.45	2.0	0.3
Calidad de producto	16.00%	5.0	0.80	4.0	0.64	3.0	0.48
Atencion cliente	15.00%	3.0	0.45	3.0	0.45	3.0	0.45
Fidelizacion cliente	12.00%	3.0	0.36	2.0	0.24	2.0	0.24
Ubicación	10.00%	2.0	0.20	3.0	0.3	2.0	0.2
Sazon culinario	16.00%	4.0	0.64	3.0	0.48	3.0	0.48
Alimentacion nutricional	16.00%	4.0	0.64	3.0	0.48	2.0	0.32
	100.00%		3.54		3.04		2.47

Nota. Adaptado de “Concesionario de alimentos” por Camara de Comercio de La libertad [CCL], 2022

Se escogieron los siguientes factores y se le dio un valor determinado sabiendo que va desde 1 (gran debilidad), 2 (debilidad menor), 3 (fuerza menor) y 4 (gran fortaleza). En las cuales se hace un comparativo dándole un valor determinado, como resultado se observa que la empresa magpe SAC muestra gran fortaleza en su rubro, siendo la sobresaliente entre las empresas comparadas, estando cerca el servicio ofrecido de catering Trujillo y posteriormente catering casa de la abuela.

1.3. Descripción de la situación problemática

1.3.1. Detalle de la situación problemática abordada- referencia directa e indirecta

La problemática que enfrenta la empresa parte desde los proveedores seguido de logística, calidad, cocina, recursos humanos, administración; todos estos son actores importantes dentro del funcionamiento de nuestra empresa ya que cada uno es vital para que el otro funcione de manera correcta, de tal manera que es necesario el establecer todos y cada uno de los procesos en cada una de las áreas mencionadas, asegurando que se pueda responder a los pedidos ya establecidos, de la misma forma a los que se presentan en casos fortuitos, sin dejarlos de lado.

Como referencia directa tenemos:

La deficiencia en la cadena de servicio ya que, si no se articulan, el servicio brindado perderá calidad.

Como referencia indirecta tenemos:

Como referencia indirecta tenemos a los supervisores y auditores por parte de la mina y a los colaboradores es decir a los clientes quien evalúan cada proceso de la empresa.

1.3.2. Identificación de los elementos clave de la situación

- a) Coordinación interna: si las distintas áreas de la empresa tales como proveedores, logística, calidad, cocina, recursos humanos, administración no están coordinadas, pueden surgir retrasos en la entrega de los alimentos y problemas en la calidad del servicio.
- b) Seguimiento y evaluación: si el área de calidad no realiza un seguimiento y evaluación constante del servicio que ofrece, puede ser difícil identificar oportunidades de mejora y corregir los problemas que surjan.
- c) Gestión de inventarios: si el área de logística no cuenta con un sistema de gestión de inventarios eficiente, puede haber escasez de algunos insumos o alimentos, lo que puede afectar la variedad y calidad de los menús.
- d) Problemas en la planificación: Si la empresa no tiene una planificación adecuada por parte del área de logística y administración, puede haber falta de insumos y alimentos para preparar los menús, lo que puede afectar la calidad del servicio
- e) Pedidos adicionales dentro del contrato: Los clientes solicitan pedidos adicionales que no están previstos ya que suceden situaciones fortuitas que nadie tiene previsto por cual se hacen adendas que expresen su cumplimiento lo que implica que la empresa debe coordinar con sus proveedores para garantizar la entrega puntual y eficiente del servicio.

Capítulo II: Identificación de las alternativas para la situación problemática y discusión.

2.1. Marco teórico – conceptual.

2.1.1. Revisión de antecedentes de investigación relacionados con la situación problemática.

Paraskevas y Quek. (2019). La cadena de servicio es el conjunto de actividades interconectadas que se llevan a cabo para entregar un servicio de calidad al cliente. Incluye la planificación del servicio, la gestión de la entrega del servicio, la atención al cliente y la evaluación de la satisfacción del cliente. La cadena de servicio es un enfoque integral que busca garantizar que todas las actividades involucradas en la entrega del servicio estén enfocadas en satisfacer las necesidades del cliente y crear valor para él.

Johnston, y Clark (2008). La cadena de servicio es un enfoque estratégico que busca integrar de manera efectiva todas las actividades y procesos relacionados con la prestación de servicios al cliente. Esta definición destaca la importancia de la integración de todas las actividades y procesos relacionados con el servicio al cliente, lo que implica una gestión eficiente y coordinada de la cadena de servicio para garantizar una experiencia satisfactoria para el cliente y generar valor para la empresa.

Zeithaml et al. (2018). La cadena de servicio es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para satisfacer las necesidades del cliente y crear valor a lo largo de todo el proceso de entrega del servicio. Incluye la identificación de las necesidades del cliente, la definición del servicio a ofrecer, la planificación y diseño del servicio, la gestión de la entrega del servicio, y la evaluación y mejora continua del servicio.

Fitzsimmons (2013). La cadena de servicio se refiere a la secuencia de interacciones y actividades que ocurren desde el momento en que el cliente solicita un servicio hasta que se cumple su necesidad o se resuelve su problema. El párrafo hace referencia a la cadena de servicio como el conjunto de actividades y procesos que se llevan a cabo desde el momento en que un cliente solicita un servicio hasta que se satisface su necesidad o se resuelve su problema. Esto implica que la cadena de servicio incluye todas las etapas del proceso, desde la identificación de las necesidades del cliente hasta la entrega final del servicio y el soporte postventa. Además, el párrafo sugiere que la cadena de servicio es una secuencia de interacciones, lo que implica que diferentes departamentos y funciones de una organización deben colaborar y coordinarse de manera efectiva para garantizar una experiencia satisfactoria para el cliente

Maglio y Spohrer. (2008). La cadena de servicio abarca la gestión de todos los recursos y procesos necesarios para ofrecer un servicio de alta calidad, incluyendo la planificación, el diseño, la entrega y el soporte postventa. Se destaca que la cadena de servicio abarca la gestión de todos los recursos y procesos necesarios para ofrecer un servicio de alta calidad. Esto implica que la cadena de servicio no se limita únicamente a la entrega del servicio, sino que también incluye la planificación, el diseño y el soporte que esta implica. La planificación involucra anticiparse a las necesidades y expectativas del cliente, mientras que el diseño enlaza la creación de procesos eficientes y soluciones personalizadas. La entrega del servicio es solo una parte de la cadena, pero es fundamental para brindar una experiencia satisfactoria al cliente. Además, el autor nos menciona el soporte final de la cadena, lo que significa que la cadena de servicio continúa incluso después de que se haya entregado el servicio, asegurando que se resuelvan los problemas y se mantenga la satisfacción del cliente a largo plazo.

Bitner et al. (2008). La cadena de servicio se basa en la idea de que cada interacción con el cliente es una oportunidad para agregar valor y construir relaciones duraderas. La cadena de servicio se basa en la idea de que cada interacción con el cliente es una oportunidad para agregar valor y construir relaciones duraderas. Esto significa que cada punto de contacto con el cliente, desde el momento en que se solicita el servicio hasta el soporte final, es una oportunidad para generar una experiencia positiva y satisfactoria para el cliente. La cadena de servicio se enfoca en la creación de valor para el cliente, lo que implica ir más allá de simplemente entregar el servicio y crear una experiencia completa que satisfaga las necesidades y expectativas del cliente. Cabe recalcar y mencionar que la cadena de servicio busca construir relaciones duraderas de trabajo, lo que implica una visión a largo plazo y una preocupación por mantener la satisfacción del cliente a lo largo del tiempo.

Fitzsimmons. (2013). La cadena de servicio se centra en la gestión eficiente de los flujos de información, materiales y personas a lo largo de todo el proceso de prestación del servicio. El autor no da a conocer una perspectiva sobre la cadena de servicio donde se centran en la gestión eficiente de los flujos de información, materiales y personas a lo largo de todo el proceso de prestación del servicio. Esto implica que la cadena de servicio no solo se enfoca en la entrega del servicio, sino que también considera todos los recursos necesarios para prestar el servicio de manera efectiva. La gestión eficiente de los flujos de información implica que la información relevante se comparte y se utiliza de manera efectiva en todas las etapas del proceso, lo que permite una mejor coordinación y una toma de decisiones más informada. La gestión eficiente de los flujos de materiales implica que los recursos necesarios para prestar el servicio se manejan de manera efectiva, lo que incluye el control de inventarios y la logística. La gestión eficiente de los flujos de personas implica que el personal adecuado se asigna a las tareas adecuadas en cada etapa del proceso, lo que incluye la capacitación y el desarrollo del personal de todos los colaboradores.

Fitzsimmons. (2013). La cadena de servicio se basa en la idea de que cada empleado de una organización desempeña un papel importante en la entrega del servicio y debe estar comprometido con la excelencia en el trato al cliente. Destacamos que la cadena de servicio se basa en la idea de que cada empleado de una organización desempeña un papel importante en la entrega del servicio por lo que debe estar comprometido con la excelencia en el trato al cliente (colaboradores de la mina en general). Esto significa que la cadena de servicio no se limita a una área o función, sino que involucra a todos los empleados de la organización. La cadena de servicio se enfoca en la creación de valor para el cliente, lo que implica que cada empleado debe estar dispuesto a ir más allá de lo que se espera para asegurar la satisfacción del cliente. Además, el autor nos menciona que cada empleado debe estar comprometido, lo que implica una actitud proactiva y una preocupación por brindar un servicio de alta calidad.

Bitner et al. (2008). La cadena de servicio se refiere a la gestión efectiva de los momentos de verdad en el ciclo de vida del servicio, donde las expectativas del cliente pueden ser superadas o decepcionadas. El autor plantea que la cadena de servicio se refiere a la gestión efectiva de los momentos de verdad en el ciclo de vida del servicio. Los momentos de verdad son aquellos momentos en los que las expectativas del cliente pueden ser superadas o decepcionadas. Esto implica que la cadena de servicio se enfoca en identificar y gestionar de manera efectiva estos momentos para asegurar que se cumplan las expectativas y se brinde una experiencia satisfactoria. La gestión efectiva de los momentos de verdad implica que la organización debe estar preparada para responder a las necesidades y expectativas del cliente en cada etapa del proceso, desde la identificación de las necesidades hasta la entrega del servicio. Además, se sugiere que la cadena de servicio se enfoca en superar las expectativas del cliente, lo que implica ir más allá de lo que se espera para brindar una experiencia excepcional.

2.1.2. Conceptos clave relacionados con la situación problemática.

Se han seleccionado 5 conceptos claves que nos van a ayudar a determinar todo el enfoque de la investigación.

La cadena de servicio se compone de una serie de etapas interconectadas, como la identificación de las necesidades del cliente, la adquisición de recursos, el diseño del servicio, la entrega y la evaluación del rendimiento (Fitzsimmons, 2013).

La cadena de servicio implica la colaboración y coordinación entre diferentes departamentos y funciones de una organización para garantizar una experiencia de servicio coherente y satisfactoria para el cliente (Johnston & Clark, 2008).

La cadena de servicio se enfoca en optimizar la productividad y eficiencia de los recursos utilizados en la prestación del servicio, al tiempo que se busca maximizar la satisfacción del cliente (Maglio & Spohrer, 2008).

Fitzsimmons. (2013). La cadena de servicio implica una mentalidad orientada al cliente en toda la organización y un enfoque en la creación de valor a largo plazo mediante una relación sólida y confiable con el cliente.

La cadena de servicio se enfoca en optimizar la productividad y eficiencia de los recursos utilizados en la prestación del servicio, al tiempo que se busca maximizar la satisfacción del cliente (Maglio & Spohrer, 2008). *Fundamentals of service science.*

2.1.3. Identificación y Descripción de la aplicación de las teorías y/o modelos a la organización y situación problemática del estudio.

Modelo de gestión de la cadena de suministro (SCM): Guzmán Medina. (2019). Este modelo se enfoca en la gestión efectiva de los flujos de información, materiales y personas a lo largo de toda la cadena de suministro, desde los proveedores hasta los clientes finales. Al aplicar este modelo, se podría identificar los puntos críticos en la cadena de servicio y trabajar en colaboración con las diferentes áreas involucradas y proveedores para mejorar los procesos y garantizar una entrega puntual y eficiente del servicio hacia el cliente final.

Modelo de calidad total (TQM): Plaza Mejía. (2002). Este modelo se enfoca en la mejora continua de los procesos y la satisfacción del cliente a través de la participación activa de todos los empleados de la organización. Al utilizar este modelo, se podría cerrar la brecha interna que existe dentro de los procesos establecidos y mejorar el aprovechamiento de los recursos para garantizar un servicio de calidad y satisfacer las necesidades del cliente.

Modelo de mejora continua (Kaizen): Aguirre Rivadeneira. (2017). Este modelo se enfoca en la mejora continua de los procesos a través de la identificación y eliminación de desperdicios y actividades innecesarias. Al aplicar este modelo, se podría identificar las carencias internas y externas que existen en la empresa y trabajar en conjunto para mejorar los procesos y garantizar una entrega satisfactoria del servicio.

Modelo de servucción: Eiglier y Langeard. (1989). Este modelo se enfoca en la creación de valor para el cliente a través de la comprensión y gestión efectiva de los procesos de prestación del servicio. Al utilizar este modelo, se podría identificar los puntos críticos en la cadena de servicio y trabajar en colaboración con las diferentes áreas involucradas para mejorar los procesos y garantizar una experiencia satisfactoria para el cliente.

2.1.4. Enfoque metodológico.

Hemos elegido el enfoque cualitativo ya que nos permite adentrarnos en la comprensión de fenómenos complejos y explorarlos en detalle. Podemos investigar aspectos subjetivos, significados y experiencias de las personas involucradas, lo que nos brinda una perspectiva más profunda y amplia de nuestra investigación.

Taylor y Bogdan, (1984). El enfoque cualitativo es una metodología de investigación que se centra en la comprensión y exploración de fenómenos desde una enfoque subjetivo y contextual. En lugar de enfocarse en la cuantificación de datos, se centra en capturar la riqueza y la complejidad de las experiencias, percepciones y significados de los participantes en la investigación cualitativa, se utilizan métodos como entrevistas, observaciones participantes, análisis de documentos y análisis de datos cualitativos para recopilar y analizar información. Los investigadores buscan comprender los procesos sociales, culturales y psicológicos que influyen en los fenómenos estudiados este enfoque permite explorar temas en profundidad, capturar la diversidad de perspectivas y generar teorías o hipótesis emergentes. También se presta especial atención a la interpretación y el contexto, reconociendo que los fenómenos son socialmente construidos y pueden variar según el contexto cultural y social.

2.2. Justificación de la relevancia de la situación problemática.

2.2.1. Información relevante y datos estadísticos que respalden la existencia y relevancia del problema, así como la descripción del proceso utilizado para recopilar los datos necesarios para el análisis de la situación problemática (indicar fuentes).

MAGPE, Área de Calidad y Administración, comunicación personal, 15 de agosto. Auditoría interna de la empresa Magpe SAC. Perú, La Libertad. La información relevante y los datos estadísticos que respaldan la existencia y relevancia del problema incluyen:

- Reducción en la rentabilidad y competitividad de la empresa debido a la falta de eficiencia en los procesos de la cadena de servicio.
- Falta de comunicación entre los colaboradores de la empresa, ya que debido a ello eso retrasó la entrega por falta de tapers y coordinación con el almacén que no dio aviso ante la carencia de este insumo.
- La falta de la movilidad de la empresa ya que por problemas de comunicación no informaron que el vehículo estaba en mantenimiento entre otras cosas que se presentaron durante la revisión. Eso hizo que la entrega se realice en dos viajes y no en uno que es lo correcto con lo cual la entrega se retrasó.
- La falta de personal capacitado para el área de empaquetado hizo que este proceso demore más de lo programado ya que el stock que se tenía era superior a las personas que estaban haciendo dicho trabajo por lo cual los ayudantes de cocina tuvieron que ayudar, para que no se retrase más el pedido y pueda llegar a tiempo.
- La nula relación desde el almacén de la empresa provoca una mala información de stock para las semanas venideras, por lo cual la empresa tiene que dejar de proveer en algunas fechas por no contar con un control de inventarios actualizados.

Para recopilar los datos necesarios para el análisis de la situación problemática, se utilizará varias fuentes, incluyendo:

Modelo de Gestión de la Cadena de Suministro (SCM):

- Realizar entrevistas a los proveedores para obtener información sobre sus prácticas y procesos de producción, así como sus percepciones y experiencias con respecto a la colaboración con la empresa. Luego, analizar las respuestas y buscar patrones o temas comunes que puedan indicar áreas que necesitan mejoras en la cadena de suministro.

Modelo de Calidad Total (TQM):

- Realizar grupos focales con empleados de diferentes áreas de la organización para discutir temas relacionados con la calidad, como la satisfacción del cliente, la eficiencia de los procesos o la mejora continua. Estas sesiones permiten recopilar opiniones, ideas y sugerencias de los empleados, y luego analizar los datos cualitativos obtenidos para identificar patrones y tendencias que puedan indicar áreas de mejora.

Modelo de Mejora Continua (Kaizen):

- Realizar un análisis de documentos, como informes de calidad, registros de incidentes y quejas de clientes, para identificar problemas recurrentes o tendencias en la calidad y el servicio al cliente. Esto puede ayudar a identificar áreas específicas que necesitan mejoras y a desarrollar soluciones para abordar los problemas identificados.

Modelo de Servucción:

- Identificar las dimensiones del servicio: El modelo SERVQUAL propone cinco dimensiones para evaluar la calidad del servicio: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad. En un estudio cualitativo, se puede utilizar estas dimensiones como categorías temáticas para analizar los datos recopilados.

Estos datos serán utilizados para realizar un análisis detallado de la situación problemática y ayudar a identificar los puntos críticos de la cadena de servicio que necesitan mejoras.

2.2.2. Análisis de causas, análisis de factores internos y externos y análisis del impacto de la situación problemática en la organización.

Análisis de Causas:

El problema identificado en la investigación es la falta de coordinación interna al momento de consolidar un contrato, esto dificulta implementar el correcto funcionamiento de una cadena de servicio. Las posibles causas de este problema podrían incluir:

- Falta de comunicación efectiva entre las diferentes áreas involucradas proveedores, logística, calidad, recursos humanos y administración en la cadena de servicio.
- Falta de capacitación y entrenamiento adecuados para los empleados involucrados en la cadena de servicio.
- Procesos ineficientes o poco claros que dificultan la implementación efectiva de la cadena de servicio.
- Falta de tecnología y herramientas adecuadas para apoyar la implementación de la cadena de servicio es perjudicial para toda la cadena ya que no deja que se identifique y elimine desperdicios y actividades innecesarias.

Análisis de factores internos y externos:

Todos los datos se obtendrán mediante el estudio, entrevistas y revisión bibliográfica de los modelos antes presentados en base a la realidad que afronta la empresa de Catering Magpe SAC.

Factores internos:

- Cultura organizacional: el modelo de gestión de cadena de suministro nos detalla si la cultura organizacional no enfatiza la importancia de la coordinación interna y la satisfacción del cliente, esto podría contribuir al problema.
- Recursos: el modelo de servucción nos precisa que, si la empresa no cuenta con los recursos adecuados, como tecnología y personal capacitado, para implementar la cadena de servicio, esto podría ser un factor contribuyente.

Factores externos:

- Competencia: el modelo de calidad total nos referencia, si la competencia ofrece servicios similares con mayor eficiencia y satisfacción del cliente, esto podría afectar negativamente la percepción del cliente sobre la empresa.
- Cambios en las tendencias del mercado: el modelo de mejora continua nos precisa que, si las necesidades del cliente cambian y la empresa no se adapta a estos cambios, esto podría afectar negativamente la satisfacción del cliente y la percepción de la empresa en el mercado.

Análisis del impacto de la situación problemática en la organización:

El impacto de la falta de coordinación interna en la implementación efectiva de la cadena de servicio podría incluir según los modelos revisados:

- Disminución en la satisfacción del cliente debido a retrasos en la entrega y problemas con los servicios ofrecidos. Modelo de servucción.
- Disminución en la moral y motivación del personal debido a la falta de éxito en la implementación efectiva de la cadena de servicio. Modelo de calidad total.

2.2.3. Explicación, a manera de resumen, de la importancia estratégica de abordar el problema y su relevancia en el logro de objetivos de la organización.

La falta de coordinación interna en la implementación efectiva de la cadena de servicio es crucial para la empresa Magpe SAC por varias razones. Una implementación efectiva de la cadena de servicio garantizará que el cliente reciba un servicio de calidad y en el tiempo pactado, mejorando así la satisfacción del cliente y la percepción de la empresa en el mercado. Además, cerrar la brecha interna en los procesos permitirá a la empresa utilizar sus recursos de manera más eficiente y efectiva, mejorando su rentabilidad y competitividad en el mercado. También puede mejorar la colaboración y comunicación entre las diferentes áreas involucradas en la cadena de servicio, lo que puede tener beneficios adicionales en términos de eficiencia y eficacia organizacional.

En cuanto a los modelos mencionados, se puede interpretar que el modelo de calidad total se enfoca en la mejora continua del proceso y en la satisfacción del cliente, lo que está estrechamente relacionado con la implementación efectiva de la cadena de servicio.

El modelo de cadena de suministro se enfoca en la gestión eficiente de los procesos logísticos y de suministro, lo que también está relacionado con la coordinación interna necesaria para consolidar contratos y garantizar el correcto funcionamiento de la cadena de servicio.

El modelo de servucción se enfoca en el diseño y entrega del servicio al cliente, lo que puede ser mejorado a través de una implementación efectiva de la cadena de servicio y una coordinación interna adecuada.

Finalmente, el modelo de mejora continua se enfoca en la identificación y eliminación de los desperdicios y en la mejora constante del proceso, lo que puede ayudar a mejorar la eficiencia y eficacia organizacional en términos de coordinación interna y consolidación de contratos para una implementación efectiva de la cadena de servicio.

2.3. Alternativas propuestas

2.3.1. Enfoque de solución desde el punto de vista del área funcional en la que ocurre la situación problemática.

- a) Desde el punto de vista del área funcional logística, en la que ocurre la situación problemática, el enfoque de solución se centra en mejorar la coordinación interna y la implementación efectiva de la cadena de servicio. Esto implica trabajar en colaboración con las diferentes áreas involucradas y proveedores para identificar los puntos críticos de la cadena y mejorar los procesos para garantizar una entrega puntual y eficiente del servicio hacia el cliente final.
- b) Desde el punto de vista de optimización de la cadena de servicio, en la que se ha identificado la situación problemática se ha propuesto las siguientes alternativas de

enfoque de solución, teniendo en cuenta las principales áreas involucradas e identificadas en nuestra investigación:

- b.1) Mejora de procesos internos: analiza y optimiza los procesos internos de la cadena de servicio, identificando posibles cuellos de botella, redundancias o ineficiencias. Implementa medidas para agilizar y optimizar estos procesos, como la estandarización de tareas, la automatización de procesos o la reasignación de recursos.
 - b.2) Gestión de la demanda: Estudia y gestiona la demanda de servicios en la cadena, utilizando técnicas como la previsión de la demanda, la segmentación de clientes o la gestión de capacidad. Esto te permitirá ajustar la oferta de servicios a la demanda real, evitando tanto la escasez como el exceso de capacidad
 - b.3) Implementación de tecnología: evalúa e implementa tecnologías que puedan mejorar la eficiencia y efectividad de la cadena de servicio. Esto puede incluir sistemas de gestión de inventario, software de planificación y programación, herramientas de seguimiento y monitoreo en tiempo real, entre otros.
 - b.4) Capacitación y desarrollo del personal: brinda capacitación y desarrollo continuo al personal involucrado en la cadena de servicio. Esto les permitirá adquirir habilidades y conocimientos necesarios para desempeñarse eficientemente, mejorar la calidad del servicio y adaptarse a los cambios en el entorno.
- c) Desde el punto de vista teórico de nuestra investigación podemos referir otra alternativa de solución a la importancia de la cadena de servicio donde se compone de una serie de etapas interconectadas, como la identificación de las necesidades del cliente, la adquisición de recursos, el diseño del servicio, la entrega y la evaluación del rendimiento todas estas relaciones y/o aplicadas desde el punto de vista de los modelos establecidos.

Discusión de la alternativa elegida e implicancias de dicha decisión.

3.1. Análisis comparativo de las alternativas identificadas.

- a) Desde el punto de vista del área funcional logística, en la que ocurre la situación problemática, el enfoque de solución se centra en mejorar la coordinación interna y la implementación efectiva de la cadena de servicio. Esto implica trabajar en colaboración con las diferentes áreas involucradas y proveedores para identificar los puntos críticos de la cadena y mejorar los procesos para garantizar una entrega puntual y eficiente del servicio hacia el cliente final.
- b) Desde el punto de vista de optimización de la cadena de servicio, en la que se ha identificado la situación problemática se ha propuesto las siguientes alternativas Mejora de procesos internos, gestión de la demanda, implementación de tecnología, capacitación y desarrollo del personal, de enfoque de solución, teniendo en cuenta las principales áreas involucradas e identificadas en nuestra investigación en conjunto funcionamiento y adaptación del modelo de mejora continua
- c) Desde el punto de vista teórico de nuestra investigación, podemos referir otra alternativa de solución a la importancia de la cadena de servicio, donde se compone de una serie de etapas interconectadas, como la identificación de las necesidades del cliente, la adquisición de recursos, el diseño del servicio, la entrega y la evaluación del

rendimiento todas estas relaciones y/o aplicadas desde el punto de vista de los modelos establecidos de calidad total.

1.2. Justificación de la alternativa elegida.

3.2.1. Alineación con los objetivos de la organización.

Aguirre Rivadeneira. (2017). El modelo de mejora continua se alinea perfectamente con los objetivos de una empresa de catering, ya que su principal objetivo es mejorar la calidad de los servicios ofrecidos y aumentar la satisfacción del cliente. Al implementar el modelo de mejora continua, la empresa puede identificar oportunidades de mejora en sus procesos, reducir costos y aumentar la eficiencia operativa, lo que puede traducirse en una mejor experiencia para el cliente.

Además, el modelo de mejora continua también puede ayudar a la empresa a diferenciarse de la competencia y mejorar su reputación en el mercado. Al obtener certificaciones o reconocimientos por su compromiso con la calidad y la mejora continua, la empresa puede demostrar su compromiso con la excelencia y mejorar su imagen ante los clientes. La implementación del modelo de mejora continua está alineada con los objetivos de la empresa de varias maneras, en las que destacan:

Mejora de la calidad del servicio: el modelo de mejora continua se enfoca en identificar y eliminar desperdicios, reducir errores y mejorar la eficiencia en los procesos. Al implementar este modelo, una empresa de catering puede mejorar la calidad del servicio que ofrece a sus clientes, lo que puede aumentar la satisfacción del cliente y la fidelización.

Reducción de costos: la mejora continua busca identificar y eliminar procesos innecesarios, lo que puede reducir los costos de operación de la empresa. Además, la identificación temprana de problemas puede evitar costos adicionales en el futuro.

Diferenciación competitiva: la implementación del modelo de mejora continua puede diferenciarla de sus competidores al ofrecer un servicio de mayor calidad, más eficiente y con menos errores.

Fidelización del personal: la participación del personal en el proceso de mejora continua puede aumentar su motivación y compromiso con la empresa, lo que puede reducir la rotación de personal y mejorar la retención.

3.2.2. Factibilidad y viabilidad.

Desde el punto de vista de optimización de la cadena de servicio, en la que se ha identificado la situación problemática se ha propuesto las siguientes alternativas de enfoque de solución, teniendo en cuenta las principales áreas involucradas e identificadas en nuestra investigación:

Mejora de procesos internos: analiza y optimiza los procesos internos de la cadena de servicio, identificando posibles cuellos de botella, redundancias o ineficiencias. Implementa

medidas para agilizar y optimizar estos procesos, como la estandarización de tareas, la automatización de procesos o la reasignación de recursos.

Gestión de la demanda: estudia y gestiona la demanda de servicios en la cadena, utilizando técnicas como la previsión de la demanda, la segmentación de clientes o la gestión de capacidad. Esto te permitirá ajustar la oferta de servicios a la demanda real, evitando tanto la escasez como el exceso de capacidad.

Implementación de tecnología: evalúa e implementa tecnologías que puedan mejorar la eficiencia y efectividad de la cadena de servicio. Esto puede incluir sistemas de gestión de inventario, software de planificación y programación, herramientas de seguimiento y monitoreo en tiempo real, entre otros.

Capacitación y desarrollo del personal: brinda capacitación y desarrollo continuo al personal involucrado en la cadena de servicio. Esto les permitirá adquirir habilidades y conocimientos necesarios para desempeñarse eficientemente, mejorar la calidad del servicio y adaptarse a los cambios en el entorno.

Viabilidad

Ricaurte Rodríguez y Feria Romero. (2018). Implementar el modelo de mejora continua en una empresa siempre y cuando se realice un análisis exhaustivo de los factores relevantes, como los recursos humanos, financieros y tecnológicos disponibles, la cultura organizacional y el compromiso de la dirección. La implementación del modelo de mejora continua puede ayudar a mejorar la calidad del servicio, la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y la competitividad en el mercado. Es importante evaluar cuidadosamente los beneficios potenciales y los riesgos asociados con la implementación del modelo antes de tomar una decisión.

Factibilidad

Guzmán Medina. (2019). La mejora continua es aplicable a cualquier tipo de organización, al implementar este modelo, la empresa puede identificar áreas de oportunidad, optimizar sus procesos, mejorar la calidad del servicio y satisfacer mejor las necesidades de sus clientes. Sin embargo, es importante evaluar los recursos disponibles, el compromiso de la dirección y la cultura organizacional para asegurar una implementación exitosa. Un análisis detallado de factibilidad específica para la empresa en cuestión sería recomendable antes de proceder con la implementación.

Henríquez Meléndez. (2020). La factibilidad y viabilidad de implementar el modelo de mejora continua dependerá de varios factores, como los recursos humanos, financieros y tecnológicos disponibles. A continuación, se presentan algunas consideraciones importantes:

Recursos humanos: se requerirá la participación y el compromiso del personal en todos los niveles de la organización. Es importante que la empresa cuente con un equipo dedicado y capacitado para liderar el proceso de implementación y para llevar a cabo las actividades necesarias para mejorar continuamente los procesos y servicios ofrecidos.

Recursos financieros: la implementación del modelo de mejora continua puede requerir una inversión significativa en capacitación, herramientas y tecnología especializada, así como en consultoría externa si es necesario. La empresa debe evaluar cuidadosamente los costos asociados

con la implementación del modelo de mejora continua y asegurarse de que tiene los recursos financieros necesarios para llevar a cabo el proceso.

Recursos tecnológicos: la adquisición de herramientas o software especializado para recopilar y analizar datos sobre los procesos y servicios ofrecidos. Es importante que la empresa evalúe cuidadosamente las opciones disponibles y seleccione las herramientas más adecuadas para sus necesidades.

Según las apreciaciones que tenemos en la investigación sabemos que:

Factible: Que se puede realizar.

Viable: dicho de un tema que, por sus circunstancias, tiene posibilidades de llevar a cabo.

Teniendo en cuenta toda la bibliografía revisada y conjuntamente reunidos con los actores claves de la empresa dentro de un consejo de gerencia es grato poder saber que la adopción del modelo elegido a través de la alternativa planteada y aceptada es factible para su aplicación de manera secuencial a través de los comedores que se tienen para determinar la eficiencia de estos y como se puede ir implementado en todos los demás.

1.3. Discusión de resultados de la aplicación de la alternativa elegida.

Análisis de la solución a la situación problemática en relación con los antecedentes, teorías y/o modelos propuestos.

La solución propuesta para la situación problemática se alinea con los antecedentes descritos en el texto tales como:

Paraskevas y Quek. (2019). La cadena de servicio es el conjunto de actividades interconectadas que se llevan a cabo para entregar un servicio de calidad al cliente.

Johnston y Clark. (2008). La cadena de servicio es un enfoque estratégico que busca integrar de manera efectiva todas las actividades y procesos relacionados con la prestación de servicios al cliente.

Zeithaml et al. (2018). La cadena de servicio es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para satisfacer las necesidades del cliente y crear valor a lo largo de todo el proceso de entrega del servicio

Fitzsimmons. (2013). La cadena de servicio se refiere a la secuencia de interacciones y actividades que ocurren desde el momento en que el cliente solicita un servicio hasta que se cumple su necesidad o se resuelve su problema.

Maglio y Spohrer. (2008). La cadena de servicio abarca la gestión de todos los recursos y procesos necesarios para ofrecer un servicio de alta calidad, incluyendo la planificación, el diseño, la entrega y el soporte postventa.

Bitner et al. (2008). La cadena de servicio se refiere a la gestión efectiva de los momentos de verdad en el ciclo de vida del servicio, donde las expectativas del cliente pueden ser superadas o decepcionadas.

Cada uno de los antecedentes nos describen la importancia de la cadena de servicio en la entrega de un servicio de calidad al cliente y se resaltan diferentes enfoques para su optimización, como la mejora de procesos internos, la gestión de la demanda, la mejora de la comunicación y coordinación, la implementación de tecnología y la capacitación y desarrollo del personal.

La alternativa seleccionada, el modelo de mejora continua, se alinea con los objetivos de la empresa de catering y puede ayudar a mejorar la calidad del servicio, reducir costos, diferenciarse de la competencia y fidelizar al personal. Además, se describen diferentes definiciones de la cadena de servicio que destacan su importancia en la gestión efectiva de los recursos y procesos necesarios para ofrecer un servicio de alta calidad para la empresa

(internamente) y satisfacer las necesidades del cliente. La solución propuesta para la situación problemática se basa en una profunda comprensión de la cadena de servicio y su importancia en la entrega de un servicio de calidad al cliente, y se alinea con los antecedentes descritos a lo largo de la investigación, de la misma forma la alternativa elegida nos da un panorama claro de lo que se tiene que incluir y que se debe reprimir para su buen funcionamiento.

1.4. Implicancias de la decisión en la organización.

La organización de la empresa Magpe SAC está comprometida con el cambio y saben desde gerencia y todos sus actores involucrados que al ser una de las empresas más destacadas de la región la Libertad en el rubro de catering, tienen que estar en constante cambio y adaptación a los cambios situacionales de cada temporada avances tecnológicos para brindar un servicio de calidad en cada una de sus prestaciones de servicios por lo que es importante tener en cuenta estos puntos:

Implicancias operativas:

Mejora de los procesos internos: la implementación del modelo de mejora continua implicará revisar y optimizar los procesos operativos en todas las áreas involucradas en la cadena de servicio. Esto puede implicar cambios en los flujos de trabajo, la estandarización de tareas y la identificación de oportunidades de mejora en la eficiencia y efectividad de las operaciones.

Mayor coordinación interna: la implementación del modelo de mejora continua requerirá una mayor coordinación y comunicación entre las diferentes áreas de la organización. Se establecerán mecanismos para compartir información, colaborar en la resolución de problemas y alinear los esfuerzos hacia los objetivos comunes.

Implicancias administrativas:

Gestión del cambio: la implementación del modelo de mejora continua requerirá un proceso de gestión del cambio en la organización. Se deberá comunicar los objetivos, beneficios y estrategias del modelo a todo el personal, y se deberá brindar el apoyo necesario para que se adapte a los nuevos procesos y formas de trabajo.

Capacitación y desarrollo del personal: la implementación del modelo de mejora continua implicará capacitar al personal en nuevas técnicas, herramientas y metodologías relacionadas con la mejora continua. Esto requerirá recursos y tiempo para brindar la formación necesaria.

Implicancias financieras:

Inversión en tecnología: la implementación del modelo de mejora continua puede requerir inversiones en tecnología para mejorar la eficiencia operativa y facilitar el seguimiento de indicadores clave. Esto puede implicar la adquisición de software, hardware o sistemas de gestión específicos.

Ahorro de costos a largo plazo: si se logra mejorar la eficiencia operativa y reducir los desperdicios y errores, la implementación del modelo de mejora continua puede generar ahorros financieros a largo plazo. Esto se puede traducir en una mejor utilización de los recursos, una reducción de los costos operativos y una mayor rentabilidad.

Conclusiones

- a) La coordinación interna y la identificación de puntos críticos en la cadena de servicio son aspectos clave para garantizar que el cliente reciba un servicio de calidad y en el tiempo pactado.
 - b) La gestión del cambio y la capacitación del personal son necesarios para implementar con éxito un modelo de mejora continua en la organización.
 - c) Es importante tener en cuenta es que la implementación de un modelo de mejora continua la cual conlleva ciertos riesgos y desafíos. Algunos de estos riesgos incluyen:
 - c.1) Resistencia al cambio: es posible que algunos miembros de la organización muestren resistencia o temor ante los cambios propuestos. Es fundamental abordar esta resistencia a través de una comunicación clara, una gestión del cambio efectiva y la participación de todos los involucrados.
 - c.2) Sobrecostos: la implementación de un modelo de mejora continua puede requerir inversiones en tecnología, capacitación y recursos.
 - c.3) Tiempo y recursos: la implementación exitosa de un modelo de mejora continua requiere tiempo y dedicación por parte del personal y los recursos disponibles.
- Evaluación y seguimiento: La implementación de mejoras continuas requiere una evaluación constante y un seguimiento riguroso de los resultados obtenidos.

Recomendaciones

- a) Promover la cultura de mejora continua en la organización, involucrando a todos los miembros del equipo y promoviendo la participación en la identificación de puntos críticos y soluciones, crear conciencia y compromiso es fundamental para todos los miembros del equipo contribuye al éxito de la organización, establecer un sistema de retroalimentación fomentando un ambiente cómodo compartiendo ideas y sugerencias, implementar cambios de manera gradual y planificada.
- b) Determinar suficiente tiempo y recursos para la implementación del modelo de mejora continua, incluyendo la capacitación del personal, la inversión en tecnología y la evaluación constante de los resultados la planificación estratégica desarrolla un plan que establece los objetivos, la capacitación y la inversión en tecnología aumentan las posibilidades de éxito en el logro de objetivos establecidos.
- c) Instaurar indicadores clave de rendimiento para medir el éxito de la implementación del modelo de mejora continua y realizar análisis periódicos para concertar las estrategias según sea necesario realizando los kpi estos deben estar alineados con los objetivos y metas establecidos en la planificación estratégica, estableciendo un sistema

de seguimiento y evaluación, también es fundamental realizar análisis periódicos para la evaluación el progreso y los resultados obtenidos de la misma forma comunicarlos a todo el personal involucrado sobre el progreso y logros obtenidos.

- d) Impulsar la colaboración y coordinación interna en la cadena de servicio, involucrando a todas las áreas de la organización en el proceso de mejora continua y buscando sinergias para mejorar la calidad del servicio ofrecido a los clientes.

Referencias bibliográficas

- Aguirre Rivadeneira, S. I. (2017). *Modelo de mejora continua para empresas tipo PYMES, aplicado en "Creaciones Santhy"* [Trabajo de titulación Universidad del Azuay]. Repositorio Universidad de Azuay <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/6727/1/12723.pdf>
- Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Morgan, F. N. (2008). *Service blueprinting: a practical technique for service innovation*. *California management review*, 50(3), 66-94.
- Cámara de Comercio de La libertad (2022). *Concesionario de alimentos*. <https://camaralalibertad.org.pe/>
- Eiglier, P., & Langeard, E. (1989). Servucción. McGraw Hill.
- Fitzsimmons, S. R. (2013). Multicultural employees: A framework for understanding how they contribute to organizations. *The Academy of Management Review*, 38(4), 525–549. <https://doi.org/10.5465/amr.2011.0234>
- Guzmán Medina, C. X. (2019). *Diseño de un sistema de Gestión de Calidad segun la Norma ISO 9001: 2015 en el Área de Producción de la empresa ATABEX SRL* [Disertación doctoral Universidad Mayor de San Andres].
- Henríquez Meléndez, D. (2020). Estudio de factibilidad y viabilidad para la implementación de un mercado gastronómico.
- Johnston, R. (1999). Service operations management: return to roots. *International Journal of Operations & Production Management*, 19(2), 104-124.
- Maglio, P. P., & Spohrer, J. (2008). Fundamentals of service science. *Journal of the academy of marketing science*, 36, 18-20.
- Plaza Mejía, Á. (2002). *Modelo para la gestión estratégica de la calidad total: aplicación a la empresa agroalimentaria*. [EOI Escuela de Organización Industrial].
- Paraskevas, A. & Quek, M. (2019). *Cuando Castro se apoderó del Hilton: lecciones del pasado sobre gestión de riesgos y crisis*. *Gestión Turística*, 70, 419-429.
- Pérez Cepeda M. A. (2023). *Matriz de Perfil Competitivo*.
- Ricaurte Rodríguez, M. F., & Feria Romero, J. H. (2018). *Viabilidad técnica y diseño de un sistema de gestión de calidad bajo la norma iso 9001: 2015 que permita la mejora continua de la empresa Inco S: A: S* [Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios].
- Taylor, S. J., & Bodgan, R. (1984). *La observación participante en el campo. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Paidós Ibérica
- Zeithaml, VA, Bitner, MJ y Gremler, DD (2018). *Marketing de servicios: integración del enfoque en el cliente en toda la empresa* (7ª ed.). Educación McGraw-Hill.