

UNIVERSIDAD SAN PEDRO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CONTABILIDAD



Calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19, rentabilidad de  
pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021

Tesis para obtener el título profesional de Contador Publico

**Autor:**

Tolentino Alva, Jhonnar Franz  
Código ORCID 0009-0002-6649-5109

**Asesor:**

Vigo Bardales, Luis Alberto  
Código ORCID 0000-0002-4328-853X

**Nuevo Chimbote – Perú**

**2023**

## Índice general

Índice general	i
Índice de tablas	ii
Palabras clave	iv
Constancia de Originalidad	v
Título	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Introducción	1
Metodología	16
Resultados	18
Análisis y Discusión	37
Conclusiones	39
Recomendaciones	40
Referencias	42
Anexos y apéndices	45

## Índice de tablas

<b>Tabla 1:</b> Nivel de los equipos con las que trabajan los delivery (uniforme y mochila).	18
<b>Tabla 2:</b> Nivel de apariencia que tiene el delivery (limpieza) en época de pandemia de covid-19.	19
<b>Tabla 3:</b> Nivel de interés que muestra el servicio delivery en resolver el problema de un cliente.	20
<b>Tabla 4:</b> El personal de empaque cumple con el servicio prometido al cliente.	21
<b>Tabla 5:</b> Nivel para ofrecer un servicio ágil a los consumidores.	22
<b>Tabla 6:</b> Nivel de tiempo de atención de los pedidos.	23
<b>Tabla 7:</b> Nivel de habilidades para inspirar confianza.	24
<b>Tabla 8:</b> Nivel de instrucción y amabilidad de los trabajadores, así como su capacidad para generar confianza.	25
<b>Tabla 9:</b> Nivel de cumplimiento del servicio delivery respecto a las medidas de confinamiento dictaminadas por el gobierno por la pandemia.	26
<b>Tabla 10:</b> Nivel de satisfacción con los servicios de delivery en comparación con los servicios de otros comercios.	27
<b>Tabla 11:</b> Nivel de los costos por el servicio de delivery.	28
<b>Tabla 12:</b> Nivel de satisfacción con el servicio proporcionado por el personal de delivery.	29
<b>Tabla 13:</b> Las condiciones de entrega del producto por parte del delivery son:	30
<b>Tabla 14:</b> ¿La adhesión de las medidas de bioseguridad del servicio delivery han afectado la rentabilidad?	31
<b>Tabla 15:</b> ¿Las ventas de pollo a la brasa durante la pandemia se han visto incrementados por el servicio delivery?	32

<b>Tabla 16:</b> ¿Considera que con la irrupción de la pandemia de COVID- 19 los costos de ventas se han visto afectados en el servicio delivery?	33
<b>Tabla 17:</b> ¿Durante la pandemia del covid-19 los gastos se incrementaron en el servicio delivery para el acatamiento de los protocolos de bioseguridad?	34
<b>Tabla 18:</b> ¿Considera que durante la pandemia covid-19 el servicio delivery ha mejorado la rentabilidad?	35
<b>Tabla 19:</b> ¿Considera que se generaron despidos laborales a causa de la pandemia?	36

## Palabras clave

---

**Tema:** Calidad de servicio delivery, Rentabilidad

---

**Especialidad:** Contabilidad

---

### KEYWORDS:

---

**Theme:** Quality of delivery service, Cost effectiveness

---

**Specialty:** Accounting

---

### Línea de Investigación

- Programa : Contabilidad
- Línea de investigación : Finanzas
- Área : Ciencias sociales
- Sub Área : Economía y negocios
- Disciplina : Contabilidad

## CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

### HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado "**Calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19, rentabilidad de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021**" del (a) estudiante: **TOLENTINO ALVA JHONNAR FRANZ**, identificado(a) con Código N° **1117101495**, se ha verificado un porcentaje de similitud del **15%**, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 31 de mayo de 2024

UNIVERSIDAD SAN PEDRO  
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN



Dr. JAVIER MARTÍNEZ CARRIÓN  
VICERRECTOR



**NOTA:** Este documento carece de valor si no tiene adjunta el reporte del Software TURNITIN.

**Título**

**CALIDAD DEL SERVICIO DELIVERY DE POLLOS A LA BRASA EN COVID-19,  
RENTABILIDAD DE POLLERÍA LUCKYRIKIKI, NUEVO CHIMBOTE. 2021**

## **Resumen**

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito, determinar que, la calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19 mejora la rentabilidad de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021, utilizamos el tipo de investigación descriptiva, el diseño fue no experimental de corte transversal. La población estuvo constituida por, la empresa materia de estudio, donde labora 10 trabajadores, 4 mozos, 1 administrador, 1 motorizado, 3 cocineros, 1 cajero, los mismos que fueron utilizados para la muestra. La técnica que utilizamos fue la entrevista, y como instrumento utilizamos la guía de entrevista.

Consideramos que, entre los resultados obtenidos son que, la calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19, ha mejorado. Se evidencia un cumplimiento riguroso de los protocolos de bioseguridad y las normas sanitarias en el servicio de reparto, lo que ha contribuido a mantener la seguridad de clientes y empleados. Sin embargo, a pesar de este mejoramiento en la calidad del servicio, los ingresos no experimentaron un incremento durante el año 2021. Esto se debe a los gastos adicionales incurridos por la implementación de medidas de prevención y control de la pandemia, lo que impactó negativamente en la rentabilidad de la empresa.

## **Abstract**

The purpose of this research work was to determine that the quality of the grilled chicken delivery service in COVID-19 improves the profitability of LUCKYRIKIKI chicken shop, Nuevo Chimbote. 2021, we used the type of descriptive research, the design was non-experimental cross-sectional. The population was made up of the company under study, where 10 workers, 4 waiters, 1 administrator, 1 motorist, 3 cooks, 1 cashier work, the same ones that were used for the sample. The technique we used was the interview, and as an instrument we used the interview guide.

We consider that, among the results obtained, the quality of the grilled chicken delivery service in COVID-19 has improved. Rigorous compliance with biosafety protocols and health standards is evident in the delivery service, which has contributed to maintaining the safety of customers and employees. However, despite this improvement in service quality, revenue did not experience an increase during 2021. This is due to the additional expenses incurred by the implementation of pandemic prevention and control measures, which negatively impacted in the profitability of the company.

## **Introducción**

### **Antecedentes y fundamentación científica**

En medio de la propagación de COVID-19, emergió la obligación desarrollar métodos para transportar productos a los clientes que prefieren evitar la exposición. Esta circunstancia dio lugar al surgimiento de nuevos emprendimientos destinados a perdurar incluso después de que la pandemia esté bajo control. En esta situación, surgen empresas especializadas en brindar servicios de entrega a domicilio, comprometiéndose estrictamente a cumplir con las normativas de seguridad.

(Quintanilla Cárdenas, 2022) La finalidad de esta investigación es establecer la relación entre la contabilidad social y la rentabilidad de las pollerías del distrito de Wanchaq, Cusco, en el año 2020. Como conclusión, se precisó que hay una conexión positiva dentro de la contabilidad social y rentabilidad en los establecimientos de pollos en el mencionado distrito de Cusco, específicamente en Wanchaq, durante el año 2020.

(Molina, Masache, Arias, & Orellana, 2022) Esta investigación tuvo como objetivo analizar los productos más solicitados a través del servicio delivery que se originó como una reacción a la crisis de salud en el año 2020, específicamente en la ciudad de Cuenca. La conclusión resalta que el servicio de entrega se distingue de los métodos tradicionales de adquisición al proporcionar un valor adicional a los usuarios, simplificándoles la realización de compras de manera conveniente, fácil y rápida. Además, se enfatiza la relevancia de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en el entramado económico, dado su papel crucial en la generación de empleo y contribuir al pago de tributos e impuestos al Estado.

(Papa Carrasco & Sifuentes Carrasco, 2022) El objetivo fundamental de este estudio consistió en reconocer los elementos que impactan la calidad del servicio de entrega a domicilio, con el fin de proponer mejoras en los establecimientos ubicados en Nuevo Chimbote en el año 2022. Los hallazgos de este trabajo revelan que el factor más valioso para

los clientes es el factor precio en primer lugar con un 38% de las respuestas, seguido por el factor logística con un 37% y el factor visual en tercer lugar con un 36%. por lo que se concluye que, dentro de esta muestra, el factor determinante para los servicios de entrega de una instalación es más prioritario que su capacidad logística, la configuración del programa de pedidos y el entorno tangible en el que presentan su producto.

(Gomez Castro, 2021) En el estudio denominado "Evaluación de la Calidad del Servicio de Entrega y la Satisfacción del Cliente en Huánuco-2021", el propósito central consistió en examinar la conexión entre la satisfacción del cliente y calidad del servicio de entrega en Huánuco durante el año 2021. El resultado alcanzado indica que existe de manera efectiva una relación lineal elevada, sólida, directa y considerable en la calidad del servicio de entrega y la satisfacción del cliente en Huánuco durante el año 2021.

(Carrillo Cervantes & Chumpitaz Huisa, 2021) El propósito de la investigación es examinar la liquidez y la rentabilidad del ámbito agroindustrial en Perú a lo largo del periodo comprendido entre el 2016 al 2020. Se utilizó una perspectiva cuantitativa, descriptivo comparativo y de diseño no empírico, utilizando un análisis bibliográfico de cinco empresas del sector enlistadas en la Bolsa de Valores de Lima. La conclusión principal es que tanto el beneficio económico, representado por el 2,3% como el financiero, por el 3,2%, del área agroindustrial sugieren un impulso de crecimiento sostenible en su conjunto, proyectándose hasta finales del 2022 correspondiente al aumento en la demanda a nivel internacional. En comparación con situaciones anteriores, las empresas actualmente mantienen una tendencia alcista, destacándose Cartavio SAA como la compañía con niveles excepcionales de rentabilidad.

(Salas Valdivia, 2021) En su estudio denominado "Evaluación Económico-Financiera en el periodo de COVID-19 de la Empresa Tip Top S.A, durante los años 2018 al 2020", el propósito fue describir el análisis económico-financiero de Tip Top S.A durante el periodo

mencionado. Las conclusiones destacan que los datos de los niveles de liquidez fueron positivos, indicando que la empresa posee el flujo de efectivo suficiente para cumplir con sus compromisos en poco tiempo. Con respecto al nivel de solvencia, se observa un endeudamiento que aumentó ligeramente en 2018, disminuyó en 2019 y se mantuvo adecuado en 2020. En relación al índice de rentabilidad luego de deducciones por participación e impuesto a las ventas, se registró un 4.19% en 2018, un 11.81% en 2019 y una pérdida de -1.75% en 2020.

(Falcón López & Ríos Meza, 2021) En su investigación titulada "Liquidez y Rentabilidad en una entidad del sector de Pollería, S.J.L, del año 2016 al 2020", el propósito fue establecer la conexión entre liquidez y rentabilidad en tal pollería. La conclusión obtenida es que la investigación reveló una relación positiva débil entre liquidez y rentabilidad en la mencionada empresa durante el período analizado.

(García Carhuayano & Vásquez de la Cruz, 2021) En el estudio titulado "Incidencia Financiera durante el COVID-19 en la Rentabilidad y Liquidez de la empresa Surtifoods en el año 2020", el objetivo fue determinar cómo la pandemia de COVID-19 afectó la rentabilidad y la liquidez de la entidad Surtifoods en Chimbote en el transcurso del 2020. Se llega a la conclusión de que la empresa Surtifoods Perú SAC, la liquidez disminuyó en el 2020 con respecto al 2019 llevándose a 0.82, debido a la pandemia el endeudamiento de los clientes también se incrementó por la crisis económica, además se puede observar que las ventas están a la baja en el 2020 en comparación con 2019, donde se estancan sin generar ningún rédito económico.

(Ramírez Panduro & Rios Gimenez, 2021) El propósito principal del estudio titulado "Calidad del Servicio y Fidelización de los consumidores en la entrega a domicilio del restaurante Venezia-Tarapoto durante el año 2021" es identificar la conexión entre la calidad del servicio y la lealtad de los clientes en el servicio a domicilio proporcionado por el

restaurante Venezia durante el año 2021. Las conclusiones extraídas del estudio sugieren que hay una conexión representativa entre la calidad del servicio ofrecido y la fidelización de los clientes hacia el servicio de entrega a domicilio.

(Cordero Acuña & Niño Arenas, 2021) El objetivo principal de este estudio fue establecer la conexión entre la índole del servicio de entrega a domicilio y la complacencia de los consumidores en el sector de alimentos en el año 2021. Se concluyó que no hicieron ningún intento convincente de complacer a sus clientes, están clasificados en un nivel moderado y solo se esfuerzan por mantener ventas. Un mejor servicio de delivery resultará en una mayor satisfacción con el servicio prestado.

(Fernandez Saldaña, 2020) El título de la presente investigación es "Evaluación de la Incidencia del desarrollo del servicio de entrega a domicilio en Restaurantes de Lima a causa de la pandemia de Covid-19" con el objetivo de determinar la importancia de poner en marcha la bioseguridad en los servicios de delivery post covid-19. Se puede concluir que, si el servicio delivery se entrega correctamente desde la oficina de restaurante o servicio relacionado y se adhiere a las medidas de recepción del consumidor, puede continuar operando, evitando la creación de desempleo y propagación, así como generar confianza entre el restaurante y el consumidor asegurando la esterilización de los productos suministrados.

(Castro Gonzales, 2020) El propósito de esta investigación fue identificar la orientación del procedimiento de calidad en el servicio al usuario en las MYPES de pollerías en la demarcación de Víctor Larco durante el año 2020. El resultado principal revela que la mayoría de estas empresas dan prioridad a la calidad de la mercancía que adquieren de su abastecedor, reconociendo que la combinación de productos de calidad y una atención excelente hacia los clientes es crucial para lograr el éxito y construir una buena reputación.

(Condori Condori & Delgado Vásquez, 2020) El objetivo de esta investigación fue analizar la incidencia de la propagación del Covid-19 en la liquidez de las entidades de la sección turismo en Perú durante el 2020. La conclusión principal indica que el virus del COVID-19 ha producido en una disminución del 31% en la liquidez, según las ratios analizadas, para las empresas del sector turístico. Este descenso se atribuye a la reducción de las ganancias por transacción debido a la interrupción de los servicios, y a pesar de la crisis, el impulso de hacer frente a obligaciones a corto periodo no ha disminuido.

(Valerio Huamán, 2020) El trabajo denominado "Desarrollo de una Aplicativo Web para optimizar el servicio de entrega a domicilio del Restaurante La Caleta de Chucuito, 2020" tiene como propósito realzar el servicio de entrega a domicilio y aligerar sus procedimientos. La conclusión principal señala que la implementación exitosa de la aplicación web efectivamente mejoró el servicio de entrega a domicilio del restaurante La Caleta de Chucuito en el Callao. Se llevaron a cabo evaluaciones antes y después de la implementación, y se observaron incrementos del 17.1%, 20% y 38.57% en diferentes aspectos, según una muestra de 70 pedidos para el estudio.

(Tintaya Condori, 2020) El objetivo principal de este estudio fue examinar la liquidez y rentabilidad de la entidad minera durante el periodo de 2015 a 2019. Se concluye que la empresa, según la investigación, posee una ventaja máxima en cuanto a liquidez, lo que le habilita para cumplir con las obligaciones a corto plazo. Además, genera mayores ingresos a través de inversiones inmobiliarias y bursátiles. Asimismo, la evaluación de los índices de rentabilidad mostró un valor favorable, lo que sugiere que la empresa era rentable al generar recursos adecuados.

(Delgado Medina, 2020) El propósito de este estudio fue determinar la incidencia de invertir en talento humano en la rentabilidad del restaurante La Cabaña, Trujillo, en el año 2020. La principal conclusión del estudio sugiere que la inversión en talento humano generó

un impacto adverso en la utilidad del año 2020 para el restaurante La Cabaña, atribuible a las bajas ventas ocasionadas por las circunstancias del virus COVID-19.

(Mamani & Cañazaca, 2020) En su trabajo de investigación titulado “Sistemas de delivery en tiempos de Covid-19”. Llegaron a la conclusión, de que las soluciones tecnológicas pueden mejorar y brindar una mejor gestión en los restaurantes que son esenciales. Además, es necesario actualizar el sitio web o la red social que utilizan los restaurantes para la entrega a domicilio para que sea más eficiente y no sature la línea telefónica si hay necesidad de hacer un pedido durante el día.

(Casas Fustamente de Perez & Huaytalla Mayta, 2020) El estudio denominado "Análisis de la Rentabilidad Financiera y Liquidez Corriente de Provocaditos SAC, 2017 y 2018" tuvo como propósito establecer la conexión entre la rentabilidad financiera y la liquidez corriente de la entidad, en el 2017 y 2018. La conclusión principal destaca la existencia de una conexión entre la liquidez corriente y rentabilidad de la empresa en los años mencionados. Los resultados obtenidos incluyen un valor de  $R= 0.316$  y un p valor de 0.132, donde el p valor  $> 0.05$ . Esto indica que, a mayor rendimiento financiero, mayor liquidez corriente y viceversa.

(Calvo Pérez & Landa Reto, 2019) En la investigación denominada "Evaluación de la Satisfacción del Cliente en el Restaurante Tao", el propósito fue establecer el nivel de satisfacción de los consumidores en el restaurante Tao en Piura. La conclusión principal señala que los resultados evidencian la presencia de brechas mínimas entre las apreciaciones y perspectivas de los usuarios con respecto a las 5 extensiones de la calidad del servicio. Asimismo, a través de evaluaciones estadísticas adicionales, se llegó a la conclusión de que los clientes se encuentran sumamente complacidos con el servicio brindado por el restaurante.

(Cusihuaman Colonia, 2019) El propósito de esta investigación fue examinar el impacto de la contabilidad social en la rentabilidad de las entidades de servicios de restaurantes en Miraflores durante el periodo 2018. El resultado crucial indica que se observa una disparidad entre la contabilidad social y rentabilidad de los servicios de alimentación en el distrito de Miraflores en el periodo 2018.

(Mauricio Hoyos, 2019) El objetivo de esta investigación es analizar cómo las procedencias de financiación impactaron la rentabilidad y liquidez de la empresa Pomir en Chimbote durante el periodo 2017. Se empleó un estudio descriptivo de diseño transversal no empírico. La conclusión principal es que la solvencia de la empresa al 31 de diciembre del año mencionado ha experimentado un incremento en relación con el año anterior, lo que ha fortalecido el activo circulante y ha permitido que la empresa opere normalmente, cumpliendo así con sus compromisos a corto plazo. Además, se concluye que la rentabilidad al final diciembre del 2018 se sitúa en un nivel intermedio, siendo uno de los factores contribuyentes los elevados costos de financiación relacionados con las altas tasas de interés de las entidades bancarias locales que respaldan financieramente a la empresa estudiada.

(Castañeda Vasquez, 2018) El propósito de este estudio es analizar la influencia de la calidad del servicio en el aumento de la satisfacción del cliente en el restaurante "El Cántaro" en la ciudad de Lambayeque durante el año 2017. La conclusión principal es que, a través del estudio de las variables, la investigación y la comparación teórica de cada aspecto, se logró evidenciar que la calidad del servicio tiene un impacto positivo en el mejoramiento de la satisfacción del cliente en el restaurante durante el año 2017.

#### Fundamentación científica

Seguidamente, se sustenta la investigación con diversas bases teóricas existentes, empezando por la primera variable, Calidad de servicio.

(Giese & Cote, 2019) destaca la relevancia de la calidad del servicio, entendida como la atención ofrecida por el personal a los clientes que buscan disponer del servicio. Se enfatiza la importancia de comprender y satisfacer las exigencias de los clientes, interpretando cómo captan el servicio. Tras comprender esto, se sugiere trabajar en un enfoque específico y asegurarse de que la organización esté estructurada de manera eficiente para lograr un agrado general del usuario, tanto internamente como externamente. Asimismo, se destaca el papel crucial de los colaboradores, quienes desempeñan un rol significativo al interactuar con amabilidad tanto con los compañeros como con el equipo en general, siendo la impresión inicial que se proyecta al brindar productos y servicios.

(García, 2018) Resalta que la calidad del servicio se define como la correspondencia entre las exigencias del cliente y la adaptación del servicio a esas necesidades. Cuanto más adecuado sea el servicio para satisfacer las necesidades, mayor será su calidad, y viceversa. Este concepto está intrínsecamente vinculado al ambiente que la empresa proporciona y refleja la diferencia entre las expectativas o deseos de los clientes y su impresión de un servicio ideal. La interpretación de estas necesidades y deseos varía según las percepciones individuales y las experiencias pasadas con el servicio ofrecido. Dos variables clave surgen de este análisis: el costo y calidad. La calidad, al ser evidente y beneficioso para la empresa, se convierte en un factor crucial para el crecimiento sostenible, dado que un servicio bien gestionado puede generar incrementos en los ingresos y ayudar al desarrollo rentable de todo el negocio.

(Huentelicán Cortés, 2017) Se interpreta que la calidad del servicio se considera como un criterio subjetivo que varía según las expectativas y apreciaciones individuales de los usuarios, especialmente aquellos que ya han tenido experiencias anteriores. El objetivo es que las percepciones de los consumidores superen sus expectativas, lo que resultaría en un creciente nivel de satisfacción para cada cliente y, por ende, la posibilidad de atraer a más. En

este contexto, la relación entre precio y calidad se vuelve compleja, ya que la percepción de calidad abarca varios elementos. Los consumidores buscan mantenerse constantemente satisfechos y valorados, lo cual se relaciona con la necesidad humana de autoestima. La experiencia en el servicio se destaca como un factor clave, y la calidad humana en la atención, medida por el nivel de respuesta en la primera comunicación con el usuario, juega un papel crucial en este proceso.

(Pino Salinas, 2016) Este texto resalta la importancia de instaurar una cultura organizacional en todas las instancias de la compañía, desde la gerencia hasta los empleados. Se enfatiza la importancia de la participación activa y el compromiso personal de cada miembro, conservando una comunicación continua para garantizar la entrega de un servicio o producto de excelencia. Se destaca la importancia de crear un ambiente físico y emocionalmente cómodo para el equipo, permitiéndoles descansar, relajarse y dialogar en un entorno favorable. La atención al cliente se percibe como fundamental, y el elemento humano desempeña un papel crítico en la determinación de la manera en que los consumidores son abordados y el provecho que reciben en términos del valor proporcionado en el servicio. Se subraya la relevancia de comprender las exigencias y necesidades del cliente, y se destaca que el preguntar y escuchar atentamente son elementos clave al ofrecer un servicio al cliente.

Referente a mi segunda variable La rentabilidad, Según (Sevilla Arias, 2015) en su sitio web titulado “Economipedia Facilitando la Economía”, determina que la rentabilidad se origina a partir del retorno de una inversión corriente y constituye un indicador crucial para la institución. Esto posibilita la evaluación de la capacidad de la organización en un periodo determinado, ofreciendo a los inversionistas la oportunidad de determinar la rentabilidad de su inversión. Esta información les ayuda a tomar decisiones sobre si continuar invirtiendo en la organización o explorar nuevas estrategias corporativas para invertir sus recursos aportados.

(Amat, 2017) destaca la relevancia de la rentabilidad, definiéndola como el potencial de una inversión específica para producir ganancias que superen los costos iniciales después de un período de tiempo determinado. Se resalta su papel esencial en la organización económica y financiera, ya que se asume que ha arrojado resultados positivos.

(Pérez, 2016) Este texto indica que la rentabilidad involucra la utilización de distintas capacidades, tales como métodos, equipamiento, medios humanos y económicos, con el propósito de beneficiarse. En su esencia, la rentabilidad hace referencia a la utilidad obtenida por una inversión de capital en un plazo determinado. Se comprende como una manera de describir los recursos empleados en una acción específica y los beneficios resultantes de dicha acción.

(Coronado, Bejarano, & Gonzales, 2015) La rentabilidad se define como la relación entre los beneficios obtenidos y la inversión necesaria para alcanzar los objetivos establecidos, sirviendo como medida de la eficiencia de la gestión de la organización. En las operaciones comerciales y la gestión de adquisiciones, su estado y normativa en la estrategia de ventas, indican que estos recursos valiosos resultan de una gestión eficaz en la planificación de inversiones y el manejo de gastos. En resumen, los gastos en cualquier forma tienden a favorecer la obtención de beneficios. La rentabilidad se percibe como un objetivo implementado en todas las actividades financieras que involucran la organización de capitales, recursos y aspectos económicos con el propósito de alcanzar metas establecidas.

#### Razones de Rentabilidad

Van & Wachowicz (2010) Las razones de rentabilidad se definen como medidas que conectan las utilidades generadas por las ventas con la inversión. En conjunto, estas ratios indican la eficacia global de las actividades de la compañía. Las dimensiones de la rentabilidad incluyen:

Rendimiento sobre el patrimonio: Se calcula dividiendo las ganancias netas entre el valor neto de la entidad. Este índice analiza la rentabilidad de los fondos invertidos por los inversores, suministrando una evaluación de la eficacia en el empleo de los recursos financieros en comparación con los ingresos generados.

$$\text{Rendimiento sobre el patrimonio} = \frac{\text{UTILIDAD NETA CAPITAL O PATRIMONIO}}{\text{CAPITAL O PATRIMONIO}} = \%$$

La tasa de retorno sobre la inversión se obtiene al dividir la ganancia neta entre el total de activos de la entidad. Esta métrica define la efectividad global de la gestión al generar utilidades en relación con los activos totales disponibles. Es considerada como una medida de rentabilidad para evaluar el éxito de un negocio o proyecto individual, proporcionando información sobre cómo se están utilizando los recursos en relación con la generación de beneficios. En esencia, el rendimiento sobre la inversión evalúa la posibilidad de la entidad para sacar provecho con respecto a la totalidad de sus activos.

$$\text{Rendimiento sobre la inversión} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{activo total}} = \%$$

La Utilidad sobre Activos mide la eficacia en la utilización de los activos de una organización y se calcula dividiendo la utilidad antes de intereses y gravámenes entre la cantidad total de activos. Esta métrica proporciona una evaluación de cómo la entidad está generando beneficios en relación con el conjunto de sus activos. En esencia, la Utilidad sobre Activos refleja la eficiencia en la gestión de los recursos disponibles para generar ganancias antes de los costos financieros y los impuestos.

$$\text{Utilidad activos} = \frac{\text{UT.ANTES DE INTERSES E IMPUESTOS}}{\text{activo}} = \%$$

La Utilidad sobre Ventas muestra las ganancias generadas por la entidad por cada unidad monetaria (UM) de ventas realizadas. Se calcula dividiendo la utilidad antes de

intereses y gravámenes entre el valor total de las ventas. Esta métrica proporciona una evaluación de la eficiencia en la generación de beneficios en relación con los ingresos obtenidos por las ventas. En esencia, la Utilidad sobre Ventas ofrece una perspectiva sobre la rentabilidad de la entidad en términos de cada unidad monetaria de ingresos generados a través de sus operaciones.

$$\text{Utilidad ventas} = \frac{\text{UT.ANTES DE INTERSES E IMPUESTOS}}{\text{ventas}} = \%$$

El Margen de Beneficio Bruto está vinculado a las ventas menos el costo de ventas. Esta medida exhibe la cantidad de ganancia generada por cada unidad monetaria (UM) de ventas después de que la entidad ha sufragado los gastos asociados con la producción y/o comercialización de cada producto. En otras palabras, el margen de utilidad bruta proporciona una perspectiva sobre la rentabilidad de la organización, una vez que ha descontado los costos directos vinculados a la producción o adquisición de los bienes comercializados.

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{VENTAS} - \text{COSTOS DE VENTAS}}{\text{VENTAS}} = \%$$

Este indicador muestra las utilidades en proporción a las ventas, una vez que se han restado los costos de producción ya vendidos. Además, resalta la eficacia de las actividades y cómo se determinan los precios de cada bien. En términos prácticos, mayores márgenes brutos de utilidades son preferibles, ya que indican costos reducidos de los bienes fabricados o vendidos. Este margen bruto de utilidad ofrece una visión clave sobre la rentabilidad al evaluar la eficiencia de las operaciones y la gestión de costos asociados con la producción y venta de bienes.

El Margen Neto de Utilidad proporciona una rentabilidad más explícita que el margen bruto. Relaciona las utilidades netas con el grado de ventas netas, calculando los porcentajes de cada unidad monetaria (UM) de ventas que permanece después de deducir todos los gastos, incluidos los gravámenes. En resumen, mide la eficiencia en la gestión de costos y la rentabilidad neta de la entidad. Un margen neto más alto indica una mayor eficiencia.

$$\text{Margen neto de utilidad} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS NETAS}} = \%$$

El Análisis DU-PONT nos brinda la oportunidad de poner de manifiesto los bajos márgenes netos en las operaciones comerciales y, al mismo tiempo, rectificar posibles distorsiones que puedan surgir. Se considera esencial agrupar esta lógica con otras para disponer así una perspectiva más objetiva de la entidad. El enfoque DU-PONT vincula índices de gestión, como el margen de utilidades, para mostrar la relación entre estos y la rentabilidad de los activos. Esta metodología ofrece una manera de analizar y comprender mejor cómo los diferentes factores afectan en la rentabilidad general de la compañía.

A través de este análisis, es posible examinar las cuentas fundamentales del balance general y las principales cuentas del estado de resultados. También permite observar los indicadores financieros clave, incluyendo aquellos relacionados con la liquidez, las operaciones, las deudas y, sobre todo, la rentabilidad. Este enfoque ofrece una perspectiva completa de la salud financiera de la compañía, permitiendo evaluar su desempeño en diversas áreas y tomar decisiones informadas sobre estrategias y mejoras.

$$\text{DUPONT} = \frac{\text{UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS}}{\text{ACTIVO TOTAL}} = \%$$

La investigación identifica las siguientes justificaciones; Justificación teórica, mediante el estudio teórico, se constató que, en COVID-19 hubo impacto en el servicio delivery de pollos a la brasa, ya que en pandemia los protocolos de bioseguridad y normas

eran más exigentes cada vez, lo cual esto podría perjudicar o mejorar la rentabilidad de la compañía.

Justificación práctica, la investigación realizada, fue de gran importancia ya que una apropiada calidad de servicio de pollos a la brasa en COVID-19 permitió garantizar la viabilidad de la empresa. Como sabemos, el servicio al cliente es indispensable para la disposición o crecimiento de una compañía porque establece el punto de interés fundamental que es determinante de su prosperidad o ruina.

Justificación científica, esta investigación puede ser adoptado por otros investigadores o instituciones competentes en la materia de investigación, ya que tendrá más conocimiento como la calidad de servicio delivery en COVID-19 puede mejorar la rentabilidad.

Por otro lado, la descripción del problema se tiene que en COVID-19 se enfrentaron muchas medidas de bioseguridad, una de ellas fue la inmovilización, lo cual el servicio delivery juega un papel ya que con esa modalidad se evitaba aglomeraciones en la mayoría de locales de comida, convirtiéndose en “Aliados estratégicos” para controlar los protocolos sanitarios. Esto es positivo para asegurar a los clientes la calidad de servicio que tendrán al momento de entregar sus pedidos, En este contexto, la pollería LUCKYRIKIKI, se encontró en la necesidad de aliarse estratégicamente con estas modalidades de servicio delivery, por lo tanto, nos formulamos como problema general: ¿Como la calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19 mejora la rentabilidad de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021?

Asimismo, se tiene la matriz operacional:

<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICION CONCEPTUAL</b>	<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>
<b>Calidad de servicio delivery</b>	Según Alet y Vilaginés (2000), la calidad del servicio se define como: "la percepción del cliente de la correspondencia entre desempeño y expectativas, ligada a todos los subelementos cuantitativos y cualitativos de un producto o servicio primario".	La calidad de servicio se refiere a un conjunto de normas o procedimientos que se cumplen dentro de una organización con la finalidad de satisfacer al cliente o comprador al vender un producto o prestar un servicio.	TANGIBILIDAD
			CONFIABILIDAD
			CAPACIDAD DE RESPUESTA
			SEGURIDAD
			SATISFACCION DEL CLIENTE
<b>Rentabilidad</b>	Según El Instituto de Finanzas Corporativas (2017) define la rentabilidad como obtener ganancias en relación con sus ingresos, gastos operativos y capital para el año. La rentabilidad es la evidencia de que la empresa ha utilizado adecuadamente sus recursos para obtener ganancias.	La rentabilidad mide tanto la eficacia de la gestión de una compañía, expresada en la ganancia obtenida por las ventas, como el uso de las inversiones.	INGRESOS

Frente a la problemática hallada se determina la hipótesis siguiente, la calidad de servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19 permitirá mejorar sustancialmente la rentabilidad de pollería LUCKYRIKIKI , Nuevo Chimbote. 2021

El objetivo general para la presente investigación Demostrar que la calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19, permite mejorar la rentabilidad de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021.; se tuvo como objetivos específicos: Evaluar la calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19 de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021.; Verificar la rentabilidad en COVID-19 de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021.

## **Metodología**

### **Tipo y diseño de la investigación**

La investigación se llevó a cabo como un estudio básico que exploró las variables "Calidad de servicio delivery" y "Rentabilidad", utilizando un enfoque no experimental. Por su naturaleza descriptiva, el estudio buscó proporcionar una comprensión detallada de los fenómenos investigados.

En cuanto al diseño de la investigación, se utilizó un enfoque de corte transversal, lo que permitió recopilar datos correspondientes al año 2021. Para analizar las hipótesis del estudio, se aplicó el método de análisis inductivo.

### **Población - Muestra**

La población objeto de estudio comprendió a diez (10) trabajadores de la pollería LUCKYRIKIKI en Nuevo Chimbote durante el año 2021. La muestra utilizada en la investigación fue equivalente a la población total, por lo tanto, incluyó a los diez (10) trabajadores de la empresa, junto con la información asociada a las variables de interés.

### **Técnicas e instrumentos de la investigación**

La interpretación de la información se llevó a cabo mediante la técnica de análisis documental. Para obtener datos sobre los colaboradores de la pollería, se emplearon encuestas con el objetivo de conocer las opiniones de los empleados de la empresa. Estas encuestas fueron diseñadas para analizar en detalle las distintas facetas del problema de investigación. Además, para complementar el proceso de recopilación de datos, se formularon cuestionarios que se aplicaron al personal de trabajo. Estas estrategias permitieron obtener una comprensión más completa de las variables de interés.

### **Procesamiento y análisis de la información**

La información recopilada en el campo a través de los instrumentos aplicados fue ingresada al programa Excel. Utilizando estos programas informáticos, se pudo realizar un análisis que incluyó correlaciones, gráficos, cuadros de frecuencia y otros elementos relevantes. Para examinar los resultados de la investigación, se aplicó el método de análisis deductivo, permitiendo así una evaluación más profunda y estructurada de los datos recabados.

## Resultados

**Tabla 1:** Nivel de los equipos con las que trabajan los delivery (uniforme y mochila).

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy bueno	6	60.00
Bueno	4	40.00
Regular		0.00
Malo		0.00
Pésimo		0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería.

**Interpretación:** La totalidad (60% y 40%) de los encuestados señalan que los equipos de trabajo del delivery son muy buenos y buenos.

**Tabla 2:** Nivel de apariencia que tiene el delivery (limpieza) en época de pandemia de covid-19.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy buena	5	50.00
Buena	3	30.00
Regular	2	20.00
Mala		0.00
Pésima		0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** Más de las tres cuartas partes (50% y 30%) de los encuestados indican que la apariencia del delivery es muy buena y buena.

**Tabla 3:** Nivel de interés que muestra el servicio delivery en resolver el problema de un cliente.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy alto	3	30.00
Alto	4	40.00
Medio	2	20.00
Bajo	1	10.00
Muy bajo		0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** El 70% de los entrevistados manifiestan que el interés que muestra el servicio delivery para resolver un problema es muy alto y alto.

**Tabla 4:** El personal de empaque cumple con el servicio prometido al cliente.

---

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	7	70.00
De acuerdo	2	20.00
Indiferente		0.00
En desacuerdo		0.00
Muy desacuerdo	1	10.00
Total	10	100.00

---

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** El 70% de los encuestados indicaron que están muy de acuerdo con el cumplimiento del servicio por parte del personal de empaque.

**Tabla 5:** Nivel para ofrecer un servicio ágil a los consumidores.

---

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy bueno	4	40.00
Bueno	5	50.00
Regular		0.00
Malo	1	10.00
Pésimo		0.00
Total	10	100.00

---

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** Más del 3/4 (90%) manifestaron que el servicio rápido que proporcionan a los usuarios es muy bueno y bueno.

**Tabla 6:** Nivel de tiempo de atención de los pedidos.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy bueno	5	50.00
Bueno	4	40.00
Regular	1	10.00
Malo		0.00
Pésimo		0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** El 90% de los entrevistados indicaron que el tiempo de atención de los pedidos es muy bueno y bueno.

**Tabla 7:** Nivel de habilidades para inspirar confianza.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy buena	9	90.00
Buena	1	10.00
Regular		0.00
Mala		0.00
Pésima		0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** Casi el total de los entrevistados 90% manifiestan que las habilidades para inspirar confianza son muy buenas.

**Tabla 8:** Nivel de instrucción y amabilidad de los trabajadores, así como su capacidad para generar confianza.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy buena	8	80.00
Buena	2	20.00
Regular		0.00
Mala		0.00
Pésima		0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** Más del 3/4 (80%) de los encuestados, manifestaron que el conocimiento y la cortesía de los empleados para inspirar confianza es muy buena.

**Tabla 9:** Nivel de cumplimiento del servicio delivery respecto a las medidas de confinamiento dictaminadas por el gobierno por la pandemia.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy bueno	10	100.00
Bueno		0.00
Regular		0.00
Malo		0.00
Pésimo		0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** El total de los entrevistados (100%) manifiestan que el cumplimiento del servicio delivery respecto a las medidas de confinamiento por la pandemia es muy bueno.

**Tabla 10:** Nivel de satisfacción con los servicios de delivery en comparación con los servicios de otros comercios.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy buena	4	40.00
Buena	3	30.00
Regular	3	30.00
Mala		0.00
Pésima		0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** El 70% indican que la satisfacción del servicio delivery es muy buena y buena, en comparación con otros establecimientos.

**Tabla 11:** Nivel de los costos por el servicio de delivery.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy bueno	6	60.00
Bueno	4	40.00
Regular		0.00
Malo		0.00
Pésimo		0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** Más de la mitad (60%) de los encuestados manifestaron los precios del servicio delivery es muy bueno.

**Tabla 12:** Nivel de satisfacción con el servicio proporcionado por el personal de delivery.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy bueno	2	20.00
Bueno	5	50.00
Regular	3	30.00
Malo		0.00
Pésimo		0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** El 70% de los encuestados indicaron que la satisfacción del servicio delivery es muy bueno y bueno.

**Tabla 13:** Las condiciones de entrega del producto por parte del delivery son:

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Muy buena	10	100.00
Buena		0.00
Regular		0.00
Mala		0.00
Pésima		0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** La totalidad de los encuestado 100% indican que la condición de entrega por parte del delivery es muy buena.

**Tabla 14:** ¿La adhesión de las medidas de bioseguridad del servicio delivery han afectado la rentabilidad?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
SI	6	60.00
NO	4	40.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** El 60% de los encuestados indicaron que el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad del servicio delivery si ha afectado la rentabilidad.

**Tabla 15:** ¿Las ventas de pollo a la brasa durante la pandemia se han visto incrementados por el servicio delivery?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
SI	3	30.00
NO	7	70.00
Total	10	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** El 70% de los entrevistados manifiestan que las ventas de pollos a la brasa no se han visto incrementados por el servicio delivery

**Tabla 16:** ¿Considera que con la irrupción de la pandemia de COVID-19 los costos de ventas se han visto afectados en el servicio delivery?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
SI	8	80.00
NO	2	20.00
Total	10	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** Más de la tercera parte 80% de los encuestados indicaron que con la irrupción de la pandemia de covid- 19 los costos de ventas se han visto afectados en el servicio delivery.

**Tabla 17:** ¿Durante la pandemia del covid-19 los gastos se incrementaron en el servicio delivery para el acatamiento de los protocolos de bioseguridad?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
SI	10	100.00
NO		0.00
Total	10	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** El total de los entrevistados 100% manifestaron que durante la pandemia del covid-19 los gastos se incrementaron en el servicio delivery para el acatamiento de los protocolos de bioseguridad

**Tabla 18:** ¿Considera que durante la pandemia covid-19 el servicio delivery ha mejorado la rentabilidad?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
SI	1	10.00
NO	9	90.00
Total	10	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** El 90% de los entrevistados manifestaron que durante la pandemia covid-19 el servicio delivery no ha mejorado la rentabilidad.

**Tabla 19:** ¿Considera que se generaron despidos laborales a causa de la pandemia?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
SI	7	70.00
NO	3	30.00
Total	10	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los encuestados de la pollería

**Interpretación:** El 70% de los encuestados indicaron que si se generaron despidos laborales a causa de la pandemia

## **Análisis y Discusión**

- Según nuestro objetivo general y de acuerdo con la tabla 10, se señala que el 70% de los encuestados manifiestan que la satisfacción del servicio delivery es muy buena y buena, en comparación con otros establecimientos. Asimismo, que la tabla 12 precisa el 70% de los encuestados señalaron que la satisfacción del servicio delivery también es muy bueno y bueno.

(Gomez Castro, 2021) Señala que existe de manera efectiva una relación lineal elevada, sólida, directa y significativa entre la calidad del servicio de entrega y la satisfacción del cliente en Huánuco en el año 2021.

(Ramirez Panduro & Rios Gimenez, 2021) Se señala que se ha determinado una conexión relevante entre la calidad del servicio y la fidelidad de los usuarios al servicio de entrega.

Nosotros coincidimos con lo expresado por Gomez Castro (2021) al afirmar que surge una relación lineal elevada, solida, directa y considerable entre la calidad del servicio de delivery y la complacencia del cliente. Además, compartimos la opinión de Ramirez Panduro (2021) quien indica que hay una relación sustancial entre la calidad del servicio y la fidelización del consumidor en el servicio de delivery. En relación con esto, creemos que la calidad del servicio de entrega de pollos a la brasa durante la época de COVID-19 en la pollería LUCKYRIKIKI es muy bien recibida por parte de los clientes, generando satisfacción en el servicio de delivery.

De acuerdo a nuestros resultados, en base a la tabla 9 indica que el 100% de los entrevistados manifiestan que el cumplimiento del servicio delivery respecto a las medidas de confinamiento por la pandemia es muy bueno. Asimismo, que la tabla 13 la totalidad de los encuestados 100% indican que la condición de entrega por parte del delivery es muy buena pandemia covid-19.

(Fernandez Saldaña, 2020) El título de la presente investigación es "Evaluación de la Incidencia del desarrollo del servicio de entrega a domicilio en Restaurantes de Lima a causa de la pandemia de Covid-19" con el objetivo de determinar la importancia de poner en marcha la bioseguridad en los servicios de delivery post covid-19. Se puede concluir que, si el servicio delivery se entrega correctamente desde la oficina de restaurante o servicio relacionado y se adhiere a las medidas de recepción del consumidor, puede continuar operando, evitando la creación de desempleo y propagación, así como generar confianza entre el restaurante y el consumidor asegurando la esterilización de los productos suministrados.

Nosotros estamos de acuerdo con lo indicado por (Fernandez Saldaña, 2020) cuando dice que, es importante la calidad de servicio delivery en época de COVID-19, ya que siguiendo correctamente las medidas de bioseguridad podemos generar confianza entre la pollería y el consumidor.

- De acuerdo a nuestros resultados, en base a la tabla 15 indica que el 70% de los entrevistados manifiestan que las ventas de pollos a la brasa no se han visto incrementados por el servicio delivery. Asimismo, con la información presentada en la tabla 18, se destaca que el 90% de los encuestados expresaron que durante la propagación del COVID-19, el servicio de entrega a domicilio no ha mejorado la rentabilidad.

(Delgado Medina, 2020)

La investigación concluye que la inversión en talento humano tuvo un impacto negativo en la rentabilidad del restaurante La Cabaña en Trujillo durante el año 2020, principalmente debido a las bajas ventas ocasionadas por la situación de la pandemia de COVID-19.

Nosotros estamos de acuerdo con lo indicado por (Delgado Medina, 2020) cuando dice que, la rentabilidad tuvo un efecto negativo, debido a las bajas ganancias por consecuencia de la pandemia COVID 19. Al respecto creemos que la rentabilidad de la pollería LUCKYRIKIKI en época de COVID-19 no habría mejorado por la misma coyuntura que hubo en el periodo.

## **Conclusiones**

- Del análisis para demostrar la calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en la empresa LUCKYRIKIKI, en función a la Tabla 12 se encontró con el 70% de los encuestados manifestaron que la satisfacción del servicio delivery es muy bueno y bueno, esto se debería a el conocimiento y la cortesía demostrados por los trabajadores que permite brindar un servicio de alta satisfacción al cliente, motivado por las habilidades y la confianza del personal a cargo del servicio delivery, los mismos que se hayan equipados con herramientas tecnológicas de acorde con las exigencias de nuestros clientes.
- Del análisis para evaluar la calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en época de COVID-19 de la pollería LUCKYRIKIKI, en función a la Tabla 9, nos encontramos que el 100% de los encuestados manifiestan que el cumplimiento del servicio delivery es muy bueno, dado que siguen correctamente las medidas de confinamiento por la pandemia brindando un servicio de calidad a los consumidores.
- Del análisis realizado para verificar la rentabilidad durante la época de COVID-19 en la pollería LUCKYRIKIKI, se observa que el 90% de los entrevistados señalaron que el servicio delivery no ha mejorado la rentabilidad. Este resultado se atribuye al hecho de que, durante la pandemia, los gastos se incrementaron en el servicio delivery, principalmente debido a la implementación de procedimientos de bioseguridad tanto en el restaurante como en el personal encargado del servicio de

entrega a domicilio. Estos procedimientos adicionales generaron mayores costos operativos, lo que impactó en la rentabilidad del servicio durante este período.

### **Recomendaciones**

- Una estrategia clave para mejorar el servicio delivery de pollos a la brasa es continuar capacitando al personal y proporcionar herramientas de trabajo que faciliten la prestación del servicio. Además, es importante buscar constantemente la mejora de las habilidades del personal para fortalecer la calidad del servicio. Este enfoque garantiza que el equipo esté bien equipado y preparado para satisfacer las necesidades de los clientes, ofreciendo una experiencia de entrega a domicilio óptima y satisfactoria.
- Una medida esencial para mejorar la calidad y seguridad en el servicio es seguir implementando las medidas adecuadas en los espacios de trabajo, asegurando áreas amplias y libres para permitir un tránsito seguro con distanciamiento social. Además, se deben llevar a cabo capacitaciones de salud regulares para todo el personal, con el objetivo de prevenir la propagación del virus y garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable. Estas acciones contribuirán significativamente a mantener altos estándares de seguridad y bienestar tanto para los empleados como para los clientes.
- Una estrategia efectiva para mejorar la rentabilidad en el servicio de entrega a domicilio de pollos a la brasa es buscar la asesoría de expertos en la materia. Estos profesionales pueden proporcionar insights valiosos y estrategias específicas para optimizar los procesos, reducir costos y aumentar la eficiencia operativa. Al implementar estas recomendaciones, es posible lograr mejoras significativas en la rentabilidad del servicio delivery, asegurando al mismo tiempo la calidad del producto y la satisfacción del cliente. La experiencia y conocimientos de expertos pueden marcar la diferencia en la gestión exitosa de la operación de entrega a domicilio.

## **AGRADECIMIENTO**

Es hermoso expresar gratitud hacia Dios por la sabiduría y comprensión que te concede en todas las áreas de tu vida. Reconocer el apoyo y los consejos de tu familia es un gesto maravilloso, ya que su amor y orientación son fundamentales para tu progreso. Además, es importante valorar la ayuda y el conocimiento brindados por el Dr. Vigo en la realización de tu trabajo de investigación. Reconocer a quienes han contribuido a tu crecimiento y éxito es un signo de humildad y aprecio.

Tolentino Alva Jhonnar Franz

## Referencias

- Amat, J. (2017). *Análisis de estados financieros*.
- Angulo Cardenas-Garcia, S. A. (2018). *Servicio de delivery de comida casera y saludable con el sabor de casa “La tomate”*.
- Calvo Pérez, C., & Landa Reto, A. (2019). *Medición de la satisfacción del cliente en el Piura*.
- Cardenas Cardenas, E. E. (2022). *Bodemás, aplicativo móvil de delivery para las bodegas de los conos de Lima Metropolitana*.
- Carrillo Cervantes, V., & Chumpitaz Huisa, P. (2021). *Liquidez y rentabilidad, en el sector agroindustrial peruano, periodos: 2016 al 2020*. Lima.
- Casas Fustamente de Perez, N., & Huaytalla Mayta, D. (2020). *Rentabilidad financiera y la liquidez corriente de Provocaditos SAC, 2017 – 2018*. Lima.
- Castañeda Vasquez, Y. (2018). *CALIDAD DE SERVICIOS PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL RESTAURANTE “EL CANTARO”, LAMBAYEQUE 2017*. Lambayeque.
- Castro Gonzales, E. (2020). *GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RESTAURANTERAS RUBRO POLLERÍAS DEL DISTRITO DE VÍCTOR LARCO AÑO 2020*. TRUJILLO.
- Condori Condori, E., & Delgado Vásquez, E. (2020). *Pandemia por Covid-19 y su impacto en la liquidez de las*. Lima.
- Cordero Acuña, A. G. (2021). *Calidad de servicio de delivery y satisfacción de los clientes en el rubro de comidas de Nuevo Chimbote, 2021*.
- Cordero Acuña, A. G., & Niño Arenas, A. B. (2021). *Calidad de servicio de delivery y satisfacción de los clientes en el rubro de comidas de Nuevo Chimbote, 2021*. CHIMBOTE.
- Coronado, E., Bejarano, V., & Gonzales, J. (2015). *Análisis de estados financieros*.
- Cusihuaman Colonia, L. (2019). *Contabilidad social y su incidencia en la rentabilidad de las empresas del sector servicios de restaurante del distrito de Miraflores, año 2018*. Lima.
- Delgado Medina, E. (2020). *Efectos de la inversión en talento humano en la rentabilidad del restaurante La Cabaña, Trujillo 2020*. Lima.

- Falcón López, J., & Ríos Meza, J. (2021). *Liquidez y rentabilidad en una empresa del rubro de pollería, San Juan de Lurigancho, 2016-2020*. Lima.
- Fernandez Saldaña, F. (2020). *ANALISIS DEL IMPACTO EN LA IMPLEMENTACIÓN DE SERVICIO*. Lima.
- García Carhuayano, N., & Vásquez de la Cruz, S. (2021). *Impacto financiero del covid-19 en la rentabilidad y liquidez de Surtifoods Perú SAC Chimbote, 2020*. Chimbote.
- García, T. (2018). *La calidad de servicio para la conquista del cliente*.
- Giese, J., & Cote, J. (2019). *LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR*.
- Gomez Castro, C. L. (2021). *Calidad del servicio delivery y la satisfacción del cliente – Huánuco- 2021*.
- Huentelicán Cortés, C. (2017). *Aplicación de modelo servqual y teoría psicológica de colas para la. PUERTO MONTT*.
- Jarro Loza, K. S. (2020). *La liquidez y su relación con la rentabilidad en la empresa “INDECO S.A.” durante el periodo 2005-2019*.
- Mamani, & Cañazaca. (2020). *Sistema de Delivery en*.
- Mauricio Hoyos, J. A. (2019). *Fuentes financieras y afectación de liquidez y rentabilidad de Pomir Inversiones E.I.R.L. chimbote, 2017*.
- Molina, E. B., Masache, O. C., Arias, P. A., & Orellana, R. O. (2022). El servicio delivery, como tendencia microempresarial, ante la emergencia sanitaria por el COVID-19, en la ciudad de Cuenca. *VISIONARIO DIGITAL*, 89-112.
- Pachas Márquez, L. S. (2021). *La liquidez en la corporación lindley S.A., período 2016-2020*.
- Papa Carrasco, L. C., & Sifuentes Carrasco, S. J. (2022). *Factores determinantes de la calidad del servicio de delivery, propuesta para su mejora en los establecimientos de Nuevo Chimbote – 2022*. CHIMBOTE.
- Pérez, A. (2016). *Fuentes de financiación*. España.
- Pino Salinas, M. (2016). *Calidad del servicio que reciben los huéspedes en el Hotel “El Mesón” de la ciudad de Tacna en el año 2016 a través del Modelo Servqual*.
- Quintanilla Cárdenas, D. (2022). *Contabilidad social y su relación en la rentabilidad de las pollerías del distrito de Wanchaq, Cusco 2020*. Lima.
- Ramirez Panduro, M., & Rios Gimenez, F. (2021). *Calidad de servicio para la fidelización del cliente en el servicio de delivery del restaurante Chalet Venezia Tarapoto 2021*. Tarapoto.
- Salas Valdivia, M. (2021). *Análisis económico - financiero en tiempos de COVID-19 de la*. Lima.

Sevilla Arias, A. (2015). *Rentabilidad*.

Tintaya Condori, R. C. (2020). *Liquidez y rentabilidad: Un análisis descriptivo, caso de una mediana empresa de minería artesanal, 2015 - 2019*.

Valerio Huamán, S. G. (2020). *Aplicación web para mejorar el servicio delivery del restaurante la Caleta de Chucuito – Callao, 2020*.

**Anexos y apéndices**

**ANEXO N° 1**

**MATRIZ**

<b>PROBLEMA</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPOTESIS</b>	<b>METODOLOGIA</b>
¿Como la calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19 mejora la rentabilidad de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021?	Calidad de servicio delivery	Demostrar que la calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en época de COVID-19, permite mejorar la rentabilidad de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021.	La calidad de servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19 permitirá mejorar sustancialmente la rentabilidad de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021.	El tipo de investigación es descriptiva.  El diseño que utilizamos fue no experimental de corte transversal.  La población estuvo constituida por la empresa de materia de estudio, donde laboran 10 trabajadores, 4 mozos, 1 administrador, 1 motorizado, 3 cocineros, 1 cajero, los mismos que fueron utilizados para la muestra.  Se utilizó la técnica de la encuesta y será aplicado a los colaboradores dependientes de la pollería LUCKYRIKIKI.
		Evaluar la calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19 de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021.		
	Rentabilidad	Verificar la rentabilidad en COVID-19 de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021.		

## DE CONSISTENCIA

### ANEXO N°2

#### MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICION CONCEPTUAL</b>	<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>
<b>Calidad de servicio delivery</b>	Según (Alet & Vilaginés, 2000) La calidad del servicio se define como: "la percepción del cliente de la correspondencia entre desempeño y expectativas, ligada a todos los subelementos cuantitativos y cualitativos, de un producto o servicio primario".	La calidad de servicio es un conjunto de normas o procedimientos que se cumplen dentro de una organización con la finalidad satisfacción del cliente o el comprador cuando se vende un producto o se presta un servicio.	TANGIBILIDAD
			CONFIABILIDAD
			CAPACIDAD DE RESPUESTA
			SEGURIDAD
			SATISFACCION DEL CLIENTE
<b>Rentabilidad</b>	Según El Instituto de Finanzas Corporativas (2017) define la rentabilidad como obtener ganancias en relación con sus ingresos, gastos operativos y capital para el año. La rentabilidad es la evidencia de que la empresa ha utilizado adecuadamente sus recursos para obtener ganancias.	La rentabilidad mide tanto la eficacia de la gestión de una empresa, expresada en el beneficio obtenido por las ventas, como el uso de las inversiones.	INGRESOS



## ANEXO N°3 CUESTIONARIO

### UNIVERSIDAD SAN PEDRO

#### FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**I.** Este cuestionario tiene como objetivo sobre el servicio delivery de pollos a la brasa en época de COVID-19, para ello necesitamos conocer sus apreciaciones, cuyas respuestas nos ayudará a desarrollar nuestro trabajo académico.

A continuación, usted encontrará un conjunto de preguntas que deben ser respondidas sinceramente, marca con una “X” la respuesta que considere pertinente.

1. Nivel de los equipos con las que trabajan los delivery (uniforme y mochila).  
a) Muy bueno    b) Bueno    c) Regular    d) Malo    e) Pésimo
2. Nivel de apariencia que tiene el delivery (limpieza) en época de pandemia de covid-19.  
a) Muy buena    b) Buena    c) Regular    d) Mala    e) Pésima
3. Nivel de interés que muestra el servicio delivery en resolver el problema de un cliente.  
a) Muy alto    b) Alto    c) Medio    d) Bajo    e) Muy bajo
4. El personal de empaque cumple con el servicio prometido al cliente  
a) Muy de acuerdo    b) De acuerdo    c) Indiferente    d) En desacuerdo    e) Muy desacuerdo
5. Nivel para ofrecer un servicio ágil a los consumidores.  
a) Muy bueno    b) Bueno    c) Regular    d) Malo    e) Pésimo
6. Nivel de tiempo de atención de los pedidos.  
a) Muy bueno    b) Bueno    c) Regular    d) Malo    e) Pésimo
7. Nivel de habilidades para inspirar confianza.  
a) Muy buena    b) Buena    c) Regular    d) Mala    e) Pésima
8. Nivel de instrucción y amabilidad de los trabajadores, así como su capacidad para generar confianza.  
a) Muy buena    b) Buena    c) Regular    d) Mala    e) Pésima
9. Nivel de cumplimiento del servicio delivery respecto a las medidas de confinamiento dictaminadas por el gobierno por la pandemia.  
a) Muy bueno    b) Bueno    c) Regular    d) Malo    e) Pésimo
10. Nivel de satisfacción con los servicios de delivery en comparación con los servicios de otros comercios.

- a) Muy buena    b) Buena    c) Regular    d) Mala    e) Pésima
- 11.** Nivel de los costos por el servicio de delivery.  
a) Muy bueno    b) Bueno    c) Regular    d) Malo    e) Pésimo
- 12.** Nivel de satisfacción con el servicio proporcionado por el personal de delivery.  
a) Muy bueno    b) Bueno    c) Regular    d) Malo    e) Pésimo
- 13.** Las condiciones de entrega del producto por parte del delivery son:  
a) Muy buena    b) Buena    c) Regular    d) Mala    e) Pésima
- 14.** ¿La adhesión de las medidas de bioseguridad del servicio delivery han afectado la rentabilidad?  
a) Si    b) No
- 15.** ¿Las ventas de pollo a la brasa durante la pandemia se han visto incrementados por el servicio delivery?  
a) Si    b) No
- 16.** ¿Considera que con la irrupción de la pandemia de COVID-19 los costos de ventas se han visto afectados en el servicio delivery?  
a) Si    b) No
- 17.** ¿Durante la pandemia del covid-19 los gastos se incrementaron en el servicio delivery para el acatamiento de los protocolos de bioseguridad?  
a) Si    b) No
- 18.** ¿Considera que durante la pandemia covid-19 el servicio delivery ha mejorado la rentabilidad?  
a) Si    b) No
- 19.** ¿Considera que se generaron despidos laborales a causa de la pandemia?  
a) Si    b) No

## ANEXO N°4: CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

Calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19, rentabilidad de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021

### ORIGINALITY REPORT

<b>15%</b> SIMILARITY INDEX	<b>14%</b> INTERNET SOURCES	<b>0%</b> PUBLICATIONS	<b>4%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="https://repositorio.usanpedro.edu.pe">repositorio.usanpedro.edu.pe</a> Internet Source	<b>5%</b>
<b>2</b>	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>4</b>	<a href="https://repositorio.uladech.edu.pe">repositorio.uladech.edu.pe</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<a href="https://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<a href="https://documents.mx">documents.mx</a> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	Submitted to Universidad Nacional Autonoma de Tayacaja Daniel Hernandez Morillo Student Paper	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<a href="https://pesquisa.bvsalud.org">pesquisa.bvsalud.org</a> Internet Source	<b>&lt;1%</b>

[www.repositorio.usanpedro.edu.pe](https://www.repositorio.usanpedro.edu.pe)

9	Internet Source	<1 %
10	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Student Paper	<1 %
11	repositorio.uaustral.edu.pe Internet Source	<1 %
12	www.grafiati.com Internet Source	<1 %
13	repositorio.uma.edu.pe Internet Source	<1 %
14	repositorio.unu.edu.pe Internet Source	<1 %
15	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
16	investigaciones-pure.udem.edu.co Internet Source	<1 %
17	repositorio.ulead.edu.ec Internet Source	<1 %
18	Submitted to Universidad Nacional del Chimborazo Student Paper	<1 %
19	dspace.utpl.edu.ec Internet Source	<1 %

20	<a href="http://go.gale.com">go.gale.com</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://multimedia.elsevier.es">multimedia.elsevier.es</a> Internet Source	<1 %
22	<a href="http://prezi.com">prezi.com</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://repositorio.upeu.edu.pe:8080">repositorio.upeu.edu.pe:8080</a> Internet Source	<1 %
24	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Student Paper	<1 %
25	Submitted to Universidad TecMilenio Student Paper	<1 %
26	<a href="http://es.vietnamplus.vn">es.vietnamplus.vn</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://journals.lww.com">journals.lww.com</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://www.ayto.zaragoza.es">www.ayto.zaragoza.es</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="http://www.pressreader.com">www.pressreader.com</a> Internet Source	<1 %
31	<a href="http://www.revistaagora.com">www.revistaagora.com</a> Internet Source	<1 %

32	<a href="http://lballesteros analisisfinanciero.wordpress.com">lballesteros analisisfinanciero.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
33	<a href="http://patents.google.com">patents.google.com</a> Internet Source	<1 %
34	<a href="http://repositorio.uigv.edu.pe">repositorio.uigv.edu.pe</a> Internet Source	<1 %
35	<a href="http://repositorio.unheval.edu.pe">repositorio.unheval.edu.pe</a> Internet Source	<1 %
36	<a href="http://usermanual.wiki">usermanual.wiki</a> Internet Source	<1 %
37	<a href="http://www.diariomedico.com">www.diariomedico.com</a> Internet Source	<1 %
38	<a href="http://www.fmprc.gov.cn">www.fmprc.gov.cn</a> Internet Source	<1 %
39	<a href="http://1library.co">1library.co</a> Internet Source	<1 %
40	<a href="http://doczz.fr">doczz.fr</a> Internet Source	<1 %
41	<a href="http://repositorio.pucp.edu.pe">repositorio.pucp.edu.pe</a> Internet Source	<1 %
42	<a href="http://repositorio.unap.edu.pe">repositorio.unap.edu.pe</a> Internet Source	<1 %
43	<a href="http://www.bloggers.com.ar">www.bloggers.com.ar</a> Internet Source	<1 %

44 [www.ccaicr.com](http://www.ccaicr.com) <1 %  
Internet Source

---

45 [www.johnsoncontrols.com.mx](http://www.johnsoncontrols.com.mx) <1 %  
Internet Source

---

46 [repositorio.upt.edu.pe](http://repositorio.upt.edu.pe) <1 %  
Internet Source

---

Exclude quotes Off

Exclude matches < 6 words

Exclude bibliography On

# ANEXO N°5: FORMULARIO DE REPOSITORIO



## REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Información del Autor			
TOLENTINO ALVA JHONNAR FRANZ		75468785	franzalva123@gmail.com
Apellidos y Nombres		ONI	Correo Electrónico
2. Tipo de Documento de Investigación			
<input checked="" type="checkbox"/>	Tesis	<input type="checkbox"/>	Trabajo de Suficiencia Profesional
<input type="checkbox"/>	Trabajo Académico	<input type="checkbox"/>	Trabajo de Investigación
3. Grado Académico o Título Profesional			
<input type="checkbox"/>	Bachiller	<input checked="" type="checkbox"/>	Título Profesional
<input type="checkbox"/>	Título Segunda Especialidad	<input type="checkbox"/>	Maestría
<input type="checkbox"/>	Doctorado		
4. Título del Documento de Investigación			
CALIDAD DEL SERVICIO DELIVERY DE POLLOS A LA BRASA EN COVID-19, RENTABILIDAD DE POLLERÍA LUCKYRIKIKI, NUEVO CHIMBOTE. 2021			
5. Programa Académico			
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CONTABILIDAD			
6. Tipo de Acceso al Documento			
<input checked="" type="checkbox"/>	Abierto o Público * (/info-repositorio/identificacion/acceso/)	<input type="checkbox"/>	
		Acceso restringido * (/info-repositorio/identificacion/restriccion/acceso/)*	
(*) En caso de restringido sustentar motivo			

### A. Originalidad del Archivo Digital

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador y forma parte del proceso que conduce a obtener el grado académico o título profesional.

### B. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS<sup>1</sup>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional Digital, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.<sup>2</sup>



Huella Digital

  
Firma

Chimbote 25 05 24

#### Importante

- Según Resolución de Consejo Directivo N°022-2018-UNEDU-CD Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales AN al inciso 6.3
- Ley N°27802 Ley que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto y D.L. 1320-2018-CON
- En el caso de optar al Nivel de acceso abierto o público, otorga a la Universidad San Pedro una licencia no exclusiva para que se pueda hacer uso de forma en la obra y difundir en el Repositorio Institucional Digital. Respecto siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de autoría en el Marco de la Ley 8227
- En caso de que el autor opte la investigación opuscula únicamente se publicará los datos del autor y recurren de la obra de acuerdo a la directiva N°026-2018-CONCYTEG-DICSA (Anexo 16.3) y el (5) su nombre al funcionamiento del Repositorio Nacional Digital
- Las licencias Creative Commons (CC) es una organización internacional sin fines de lucro que promueve la difusión de los autores un conjunto de licencias flexibles y de herramientas tecnológicas que facilitan la difusión de información, recursos educativos, obras artísticas y científicas, entre otras. Estas licencias también garantizan que el autor obtenga el crédito por su obra
- Según el inciso 6.3 del artículo 20 del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales (AN) las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación regular todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales accediendo al portal de acceso abierto o restringido los cuales serán automáticamente registrados por el Repositorio Digital (RDH) a través del Repositorio ALCHY.

**Nota:** El proceso de validación de los datos, se encuentra de acuerdo a Ley (Ley 27444) art. 32 Num. 32.3

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**
**PROGRAMA DE ESTUDIO: Contabilidad**
**PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS**

Respetado experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: cuestionario para medir la “.....”, que es parte de la investigación titulada: “Calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19, rentabilidad de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021”. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de la Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ:

FORMACIÓN ACADÉMICA:

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL:

TIEMPO DE EXPERIENCIA EN INVESTIGACIÓN:

INSTITUCIÓN:

Objetivo de la investigación:

“.....”, de acuerdo con los siguientes indicadores sírvase calificar cada uno de los ítems según corresponda.

<b>CATEGORÍA</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -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 las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -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. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente 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 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante. -El ítem es importante.

**MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS**

**TÍTULO DE LA TESIS: “CALIDAD DEL SERVICIO DELIVERY DE POLLOS A LA BRASA EN COVID-19, RENTABILIDAD DE POLLERÍA LUCKYRIKIKI, NUEVO CHIMBOTE. 2021”**

<b>DIMENSION</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
<b>Tangibilidad</b>	1. Nivel de los equipos con las que trabajan los delivery (uniforme y mochila).					
	2. Nivel de apariencia que tiene el delivery (limpieza) en época de pandemia de covid-19.					
<b>Confiabilidad</b>	3. Nivel de interés que muestra el servicio delivery en resolver el problema de un cliente.					
	4. El personal de empaque cumple con el servicio prometido al cliente					
<b>Capacidad de respuesta</b>	5. Nivel para proporcionar un servicio rápido a los usuarios.					
	6. Nivel de tiempo de atención de los pedidos.					
	7. Nivel de habilidades para					

	inspirar confianza.					
<b>Seguridad</b>	8. Nivel de conocimiento y cortesía de los empleados y sus habilidades para inspirar confianza					
	9. Nivel de cumplimiento del servicio delivery respecto a las medidas de confinamiento dictaminadas por el gobierno por la pandemia.					
<b>Satisfacción del cliente</b>	10. Nivel de satisfacción de los servicios del delivery en comparación con otros servicios en establecimientos					
	11. Nivel de las tarifas o precios del servicio de delivery					
	12. Nivel de satisfacción del servicio que brinda el personal del delivery					
	13. Las condiciones de entrega del producto por parte del delivery son:					
<b>Ingresos</b>	14. ¿El cumplimiento de los protocolos de bioseguridad del servicio delivery han					

	afectado la rentabilidad?					
	15. ¿Las ventas de pollo a la brasa durante la pandemia se han visto incrementados por el servicio delivery?					
	16. ¿Considera que con la llegada de la pandemia de covid-19 los costos de ventas se han visto afectados en el servicio delivery?					
	17. ¿Durante la pandemia del covid-19 los gastos se incrementaron en el servicio delivery para el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad?					
	18. ¿Considera que durante la pandemia covid-19 el servicio delivery ha mejorado la rentabilidad?					
	19. ¿Considera que se generaron despidos laborales a causa de la pandemia?					

**Calificar de 1 a 4 puntos.**

**ASPECTOS GENERALES**

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario				
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.				
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.				
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.				
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.				
<b>VALIDEZ</b>				
APLICABLE			SI	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI	NO
Validado por:			Fecha:	
Firma:	Teléfono:		Email:	

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**
**PROGRAMA DE ESTUDIO: Contabilidad**
**PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS**

Respetado experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: cuestionario para medir la “.....”, que es parte de la investigación titulada: “Calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19, rentabilidad de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021”. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de la Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ:

FORMACIÓN ACADÉMICA:

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL:

TIEMPO DE EXPERIENCIA EN INVESTIGACIÓN:

INSTITUCIÓN:

Objetivo de la investigación:

“.....”, de acuerdo con los siguientes indicadores sírvase calificar cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -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 las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -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. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente 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 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante. -El ítem es importante.

## MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: “CALIDAD DEL SERVICIO DELIVERY DE POLLOS A LA BRASA EN COVID-19, RENTABILIDAD DE POLLERÍA LUCKYRIKIKI, NUEVO CHIMBOTE. 2021”

DIMENSION	ITEM	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
<b>Tangibilidad</b>	1. Nivel de los equipos con las que trabajan los delivery (uniforme y mochila).					
	2. Nivel de apariencia que tiene el delivery (limpieza) en época de pandemia de covid-19.					
<b>Confiabilidad</b>	3. Nivel de interés que muestra el servicio delivery en resolver el problema de un cliente.					
	4. El personal de empaque cumple con el servicio prometido al cliente					
<b>Capacidad de respuesta</b>	5. Nivel para proporcionar un servicio rápido a los usuarios.					
	6. Nivel de tiempo de atención de los pedidos.					
	7. Nivel de habilidades para inspirar confianza.					

<b>Seguridad</b>	8. Nivel de conocimiento y cortesía de los empleados y sus habilidades para inspirar confianza					
	9. Nivel de cumplimiento del servicio delivery respecto a las medidas de confinamiento dictaminadas por el gobierno por la pandemia.					
<b>Satisfacción del cliente</b>	10. Nivel de satisfacción de los servicios del delivery en comparación con otros servicios en establecimientos					
	11. Nivel de las tarifas o precios del servicio de delivery					
	12. Nivel de satisfacción del servicio que brinda el personal del delivery					
	13. Las condiciones de entrega del producto por parte del delivery son:					
<b>Ingresos</b>	14. ¿El cumplimiento de los protocolos de bioseguridad del servicio delivery han afectado la rentabilidad?					
	15. ¿Las ventas de pollo a la					

	brasa durante la pandemia se han visto incrementados por el servicio delivery?					
	16. ¿Considera que con la llegada de la pandemia de covid-19 los costos de ventas se han visto afectados en el servicio delivery?					
	17. ¿Durante la pandemia del covid-19 los gastos se incrementaron en el servicio delivery para el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad?					
	18. ¿Considera que durante la pandemia covid-19 el servicio delivery ha mejorado la rentabilidad?					
	19. ¿Considera que se generaron despidos laborales a causa de la pandemia?					

**Calificar de 1 a 4 puntos.**

**ASPECTOS GENERALES**

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario				
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.				
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.				
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.				
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.				
<b>VALIDEZ</b>				
APLICABLE			SI	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI	NO
Validado por:			Fecha:	
Firma:	Teléfono:		Email:	

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**
**PROGRAMA DE ESTUDIO: Contabilidad**
**PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS**

Respetado experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: cuestionario para medir la “.....”, que es parte de la investigación titulada: “Calidad del servicio delivery de pollos a la brasa en COVID-19, rentabilidad de pollería LUCKYRIKIKI, Nuevo Chimbote. 2021”. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de la Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ:

FORMACIÓN ACADÉMICA:

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL:

TIEMPO DE EXPERIENCIA EN INVESTIGACIÓN:

INSTITUCIÓN:

Objetivo de la investigación:

“.....”, de acuerdo con los siguientes indicadores sírvase calificar cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -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 las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -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. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente 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 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante. -El ítem es importante.

**MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS**

**TÍTULO DE LA TESIS: “CALIDAD DEL SERVICIO DELIVERY DE POLLOS A LA BRASA EN COVID-19, RENTABILIDAD DE POLLERÍA LUCKYRIKIKI, NUEVO CHIMBOTE. 2021”**

<b>DIMENSION</b>	<b>ITEM</b>	<b>SUFICIENCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>OBSERVACIONES</b> (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
<b>Tangibilidad</b>	1. Nivel de los equipos con las que trabajan los delivery (uniforme y mochila).					
	2. Nivel de apariencia que tiene el delivery (limpieza) en época de pandemia de covid-19.					
<b>Confiabilidad</b>	3. Nivel de interés que muestra el servicio delivery en resolver el problema de un cliente.					
	4. El personal de empaque cumple con el servicio prometido al cliente					
<b>Capacidad de respuesta</b>	5. Nivel para proporcionar un servicio rápido a los usuarios.					
	6. Nivel de tiempo de atención de los pedidos.					
	7. Nivel de habilidades para inspirar confianza.					

<b>Seguridad</b>	8. Nivel de conocimiento y cortesía de los empleados y sus habilidades para inspirar confianza					
	9. Nivel de cumplimiento del servicio delivery respecto a las medidas de confinamiento dictaminadas por el gobierno por la pandemia.					
<b>Satisfacción del cliente</b>	10. Nivel de satisfacción de los servicios del delivery en comparación con otros servicios en establecimientos					
	11. Nivel de las tarifas o precios del servicio de delivery					
	12. Nivel de satisfacción del servicio que brinda el personal del delivery					
	13. Las condiciones de entrega del producto por parte del delivery son:					
<b>Ingresos</b>	14. ¿El cumplimiento de los protocolos de bioseguridad del servicio delivery han afectado la rentabilidad?					
	15. ¿Las ventas de pollo a la					

	brasa durante la pandemia se han visto incrementados por el servicio delivery?					
	16. ¿Considera que con la llegada de la pandemia de covid-19 los costos de ventas se han visto afectados en el servicio delivery?					
	17. ¿Durante la pandemia del covid-19 los gastos se incrementaron en el servicio delivery para el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad?					
	18. ¿Considera que durante la pandemia covid-19 el servicio delivery ha mejorado la rentabilidad?					
	19. ¿Considera que se generaron despidos laborales a causa de la pandemia?					

**Calificar de 1 a 4 puntos.**

**ASPECTOS GENERALES**

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario				
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.				
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.				
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.				
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.				
<b>VALIDEZ</b>				
APLICABLE			SI	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI	NO
Validado por:			Fecha:	
Firma:	Teléfono:		Email:	